



YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MEDYA VE İLETİŞİM ÇALIŞMALARI ANABİLİM DALI

GÖZETİMİN TOPLUMSAL MEŞRUIYETİ: KUZEY KIBRIS ODAKLI BİR İNCELEME

ÇAĞDAŞ ÖĞÜÇ

DOKTORA TEZİ

LEFKOŞA
2018

GÖZETİMİN TOPLUMSAL MEŞRUIYETİ: KUZHEY KIBRIS ODAKLI BİR İNCELEME

ÇAĞDAŞ ÖĞÜÇ

YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MEDYA VE İLETİŞİM ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

TEZ DANIŞMANI
DOÇ.DR. FEVZİ KASAP

LEFKOŞA
2018

KABUL VE ONAY

Çağdaş Öğüç tarafından hazırlanan “21. Yüzyıl Bilişim Çağı Çerçevesinde Gözetimin Toplumsal Meşruiyeti: Kıbrıs ve Türkiye Odaklı Bir İnceleme” başlıklı bu çalışma, 1 Ekim 2018 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ ÜYELERİ

.....
Doç. Dr. Fevzi KASAP (Danışman)
Yakın Doğu Üniversitesi İletişim Fakültesi
RTS Bölüm Başkanı

.....
Prof. Dr. Faruk Kalkan (Başkan)
Lefke Avrupa Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı

.....
Prof. Dr. Mustafa Sağsan
Yakın Doğu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü
Bilgi ve Belge Yönetimi Bölüm Başkanı

.....
Doç. Dr. Ahmet Güneşli
Yakın Doğu Üniversitesi
Fen ve Edebiyat Fakültesi

.....
Yrd. Doç. Dr. Birsal Matara
Lefke Avrupa Üniversitesi
İletişim Fakültesi
Radyo - TV ve Sinema Bölüm Başkanı

.....
Prof. Dr. Mustafa SAĞSAN
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin, tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt ederim. Tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

- ☐ Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- ☐ Tezim sadece Yakın Doğu Üniversitesinde erişime açılabilir.
- ☐ Tezimin iki (2) yıl süre ile erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde tezimin tamamı erişime açılabilir.

Tarih:

İmza:

Ad Soyad:

TEŞEKKÜR

Gözetim her dönemde iktidarlar için önemli bir kavram olmuştur. Toplumsal ilişkilerin oluşturulmaya başladığı dönemlerden itibaren toplumun denetimi ve bireyin diğeri üzerinde tahakkümü için gözetim vazgeçilmez bir unsur olmuştur. Bu bağlamda, gözetimin insanın yaşantısının her alanına nüfuz eden bir unsur olduğunu söylemek mümkündür.

Gözetim kavramı, uzun yıllardır dikkatimi çeken bir konu olmakla beraber, Marksist çevrelerin en az ilgilendiği konu olarak karşımızda durmaktadır. Özellikle 2000'li yılların başından itibaren, enformasyon teknolojilerinin de gelişmesiyle, gözetim hiç olmadığı kadar insan hayatının merkezine ulaşmış bulunmaktadır. Gözetim araçlarıyla sadece kamusal alanda değil, sosyal medyanın evlerimize kadar ulaşmasıyla, özel yaşantımızın da işgal edilmesine yol açmıştır.

Gözetim süreçlerinde yaşanan teknolojik devrimle beraber, bireyler birer dijital koda dönüşmüş, Foucault'un bahsettiği bedenlerin denetiminden öte elektronik birer takip objesi olmuştur. Yaşanan bu süreç, bireylerin mahremiyetinin de ihlaline neden olmuş ancak tüketim toplumunun ve normalleştirmenin dayatmasıyla birçok insan mahremini sosyal medya üzerinden düşünmeden paylaşabilir pozisyona gelmiştir. Sorun, gözetim altında tutulmanın bir mahremiyet ihlali olarak görülmesinden fazla gözetimin üretici ve bir başkasının da gözetilebilmesinin verdiği hazda yatmaktadır. Bilişim toplumunda, gözetim toplumuna doğru evirilen süreçte artık gözetime sadece uysal bir şekilde evet demek yeterli değildir. Gözetimin ticari üreticisi ve dağıtıcısı olmak, ayrıca gönüllü katılımcıları olmak da gerekmektedir. Gözetim ve şu anda ulaştığı noktada gözetim uygulamaları, gelişen liberal proje içinde bizlere birer etik değer olarak kabul ettirilmektedir.

Bu çalışmanın tamamlanması için sabrını ve desteğini hiçbir zaman benden eksik etmeyen, değerli katkıları ile her zaman yanımda hissettiğim değerli danışmanım Doç. Dr. Fevzi Kasap'a, doktora tez sürecimi ve bugün elinizde bulunan bu çalışmayı yapmam için beni teşvik eden, gözümü açan Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü Prof. Dr. Mustafa Sağsan'a, anketimi hazırlarken elinden gelen tüm yardımı hiç çekinmeden

bana sunan Yakın Doğu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Sınıf Öğretmenliği Bölüm Başkanı Doç. Dr. Ahmet Güneşli'ye, değerli önerileriyle bu çalışmanın çehresini değiştiren Yakın Doğu Üniversitesi İletişim Fakültesi eski Dekanı Doç. Dr. Gökçe Keçeci'ye ve çalışmanın kapsam ve metodolojisinin belirlenmesi konusundaki yardımlarından dolayı Lefke Avrupa Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dekanı Prof. Dr Faruk Kalkan'a teşekkürümü bir borç bilirim.

Eğitim hayatım boyunca maddi manevi her türlü desteği üzerimden eksik etmeyen değerli annem Yeşim Öğüç, babam Mehmet Öğüç ve kardeşim Ulaş Öğüç'e, çalışmanın her aşamasında yaşadığım sıkıntı ve stresimi paylaşan, ihtiyaç duyduğum her an yanımda olan hayat arkadaşım Işıl Akgüç'e, profesyonel mesleğimi devam ettirdiğim KIBRIS Gazetesi'nin değerli emekçilerine ve pek tabii ki Lefkoşa Sanat Tiyatrosu'nun saygıdeğer ekibine teşekkür ederim. Onlar olmasaydı, olmazdı...

ÖZ

21. YÜZYIL BİLİŞİM ÇAĞI ÇERÇEVESİNDE GÖZETİMİN TOPLUMSAL MEŞRUIYETİ: KIBRIS VE TÜRKİYE ODAKLI BİR İNCELEME

Bu araştırmanın konusu, bilgi çağı olarak nitelendirilen 21. Yüzyıl'da toplumların hangi araçlarla denetlendiğine dair çalışma yürütmektir. Bugün, gelişen ve değişen dünyanın, teknoloji ile birlikte kontrol altına alındığı bir çerçeveyi çizmek durumundayız. Gözetlenen dünya gerek MOBESE sistemleri, gerek banka sistemleri, gerekse çerez politikaları ve telefonların sürekli internete bağlı olması dolayısıyla çok daha karışık bir boyuta ulaşmıştır.

George Orwell'in de 1984 kitabında bahsettiği görünmeyen göz, daha da gizlenerek her alışkanlığımızı kontrol etmeye başlamıştır. Bankacılık sistemlerinin tamamıyla elektronik ortama alınmasıyla birlikte, bireyler kredi kartları üzerinden, rakamlar üzerinden alışverişlerini yapmaya başladılar. Dünyada bir çok örnek, marketlerin verdiği alışveriş kartlarının, daha sonraki profil belirleme işlemlerinde kullanıldığını ve bireyin alışveriş yaparken nelere ilgi gösterdiğini belirlemesine yardımcı olduğunu göstermiştir.

Her siteye girerken bulunan çerez politikaları (cookie policy) dolayısıyla, internet kullanıcılarının hareketleri, sevdiği ve sevmediği ürünler, araştırma yaptığı konuyla ilgili bilgi edinme şansına sahip olundu. Sosyal medya ortamlarında kayıt olurken hiç kimsenin okumadan kabul ettiği "kullanıcı sözleşmeleri" birey hakkındaki her bilginin istendiği oranda devlet ve istihbarat kuruluşları ile paylaşılmasını mümkün kılmıştır.

Artık kimsenin şüphe etmediği bir diğer gerçek ise, internet üzerinden yapılan sesli ve/veya yazılı görüşmelerin kayıt altında tutulduğu ve belirlenen anahtar kelimeler (keyword) kullanılmasının ardından istihbarat kuruluşlarının önlerinde toplanmasıdır.

İktidar, toplumsal hareketleri Sosyal Medya içine sıkıştırarak, hem toplumsal hareketlerin takibini kolaylıkla yapabilecek duruma geldi hem de insanların

sokağa çıkarak eylem yapmasının önüne geçerek toplumsal hareketleri internet ortamı içine sıkıştırdı. Yaşanan bu gelişmeler ile birey artık Sosyal Medya’da takip ettiği sayfalar üzerinden tutuklanabilecek ve haklarında dava da okunabilecekti.

Gözetim kültürünün anlamı genişlerken, kültür endüstrisinin nesnesi haline gelen özne için, kaybettiği mahremiyetten daha önemlisi, gözetim araçlarının eğlence aracı olarak kullanılmasıyla birlikte oluşan hazdır. Böylece bireyler, gözetimin “Büyük Birader”¹inin yerine geçerek “yeni gözetim oyuncularını” olmuşlardır. Bu yeni gözetim oyuncakları, herkese bir yandan da tanrısallık özelliğini bahşetmektedir.

Gözetimin toplumsal meşruiyet kaynakları, yukarda sözünü ettiğimiz gibi, bireyleri her gecen gün daha fazla gözetim toplumunun bir parçası olmayı onaylamaya doğru itmektedir. Artık gözetime sadece uysal bir şekilde evet demek yeterli değildir. Gözetimin ticari üreticisi ve dağıtıcısı olmak, ayrıca gönüllü katılımcıları olmak da gerekmektedir. Gözetim ve su anda ulaştığı noktada gözetim uygulamaları, gelişen liberal proje içinde bizlere birer etik değer olarak kabul ettirilmektedir.

Bu tez, Jeremy Bentham 18’inci yüzyılda tasarladığı “Panoptikon” hapisanesini çıkış noktası olarak, Michel Foucault’un gözetim toplumunu yorumlamasına 21. Yüzyıl Bilgi Çağı’nın teknolojik gelişmelerine Marksist bir bakış açısı koymaya çalışmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Panoptikon, Süper-Panoptikon, Sosyal Medya, Gözetim, Denetim, Tüketim

¹Büyük Birader ya da İngilizcedeki özgün adıyla BigBrother, George Orwell tarafından kaleme alınan Bin Dokuz Yüz Seksen Dört adlı romanda yer alan kurgusal karakterlerden biridir. Romana göre en ileri safhada bir totaliter rejimle yönetilen; iktidar partisinin kendi çıkarları uğruna halkı üzerinde büyük baskı kurduğu Okyanusya ülkesinin gizemli diktatörüdür.

ABSTRACT

THE SOCIAL LEGITIMACY OF SURVEILLANCE IN THE INFORMATION AGE OF 21ST CENTURY: A RESEARCH FOCUSED ON CYPRUS AND TURKEY

The subject of this research is to carry out a study on the means by which societies are audited in the 21st century, which is characterized as information age. Today, we must draw a framework in which the developing and changing world is under control with technology. The surveillance world has reached a much more complicated dimension as both the MOBESE systems, the banking systems, the snack policies and the phones are constantly connected to the internet.

The unseen eye which George Orwell mentioned in the 1984 book began to control every habit even more concealed. With the banking systems being fully electronic, individuals began to make purchases over their credit cards. Many examples in the world have shown that shopping carts from grocery stores are used in later profiling processes and help the consumer determine what interests him when shopping.

Because of the cookie policy found on entering each site, internet users have had the opportunity to learn about the movements, the products they love and dislike, and the subject they are researching. The "user contracts" that no one ever accepts while reading in social media environments make it possible to share information about the individual with government and intelligence agencies.

Another fact that no one doubts anymore is that voice and / or written interviews over the internet are gathered in front of the intelligence agencies after they have been registered and the specified keywords are used.

Power has squeezed social movements into Social Media and has been able to easily follow social movements as well as pushing social movements into the internet environment by preventing people from acting out of the streets.

With these developments, the individual can now be arrested on Social Media pages and the case can be sued.

While the meaning of the surveillance culture is widening, it is more important than the confidentiality that is lost for the subject, who becomes the object of the culture industry, the pleasure formed by the use of surveillance tools as an entertainment medium. Thus, the individuals became "new surveillance actors" by replacing the "Big Brother", the guardian. These new surveillance toys, everyone, on the other hand, grant the attribute of divinity.

The sources of social legitimacy of surveillance, as we have already mentioned above, push individuals to acknowledge being part of more and more surveillance society every day. Now it is not enough to just say yes in a docile manner. It is also necessary to be a commercial producer and distributor of surveillance, as well as to be voluntary participants. Surveillance and water surveillance practices are recognized as ethical values in the developing liberal project.

This thesis is trying to put a Marxist point of view into the technological development of the 21st Century Information Age by Michel Foucault's interpretation of the surveillance society by taking the exit point of the "Panopticon" prison that Jeremy Bentham designed in the 18th century.

Keywords: Panopticon, Super-Panopticon, Social Media, Surveillance Supervision, Consumption

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY.....	i
BİLDİRİM.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
ÖZ.....	v
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	ix
KISALTMALAR.....	xii
TABLolarLARIN LİSTESİ.....	xiii
GİRİŞ.....	1
Çalışmanın amacı.....	5
Çalışmanın kapsamı.....	6
Çalışmanın yöntemi.....	7
1. BÖLÜM	
ENFORMASYON TEKNOLOJİLERİ VE TOPLUMU.....	10
1.1 Enformasyon Toplumu.....	13
1.2 Bilişim Çağı ve Ağ Toplumu.....	15
1.3 Tüketim Toplumu ve Gösteriş Toplumu	16

1.4 İnsan İçin Yeni İhtiyaçlar Yaratılması.....	18
1.5 Gösteriş Tüketimi.....	20
1.6 Sosyal Yaşamın İnşası Bakımından Sosyal Medya.....	21
1.7 Gözetimin Kavramsal Çerçevesi.....	23
1.8 Gözetimin Tarihi.....	26
1.9 Bentham'ın Panoptikon'undan web 2.0'a.....	29
1.10 Michel Foucault'un Panoptikon Yorumlaması.....	37
1.11 Elektronik Gözetim ve Süperpanoptikon.....	43

2. BÖLÜM

GÜNCEL GÖZETİM.....	46
2.1 Dünyadaki Gözetleme Sistemleri.....	46
2.2 İnternet ve Sosyal Medya.....	47
2.3 Kişisel Bilgilerin Verilmesinde Gönüllülük.....	52
2.4 İnternet Yayıncılığı ve Google Ad-Sense.....	53
2.5 Cambridge Analytica Olayı.....	54
2.6 Kimlik Bilgileri ve Kişisel Bilgilerin Dijital Ortama Aktarılması.....	56
2.7 İş Yaşantısında Gözetim.....	58
2.8 Bankacılık Sistemleri ve Güncel Panoptikon.....	67
2.9 Sanatta Gözetim - Film, Dizi ve Müzik Örnekleri.....	68

3. BÖLÜM

MAHREMİYET SORUNU.....	86
3.1 Kamusal Alan ve Özel Alan Arasındaki Ayrım.....	86
3.2 Şeffaflık Aldatmacası.....	89
3.3 Gözetimin Toplumsal Meşruiyeti.....	90
3.4 Gözetim Karşıtı Hareketler: Anti-Gözetim.....	94

4. BÖLÜM

ALAN ARAŞTIRMASI	98
Model.....	98
Evren Örneklem.....	98
Veri Toplama Yöntemi	99
Veri Analizi.....	99
Bulgular.....	100
 SONUÇ.....	 131
KAYNAKÇA.....	138
EKLER.....	147
ÖZGEÇMİŞ.....	157
İNTİHAL RAPORU.....	158
ETİK KURUL RAPORU.....	159

KISALTMALAR

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AMA: American Management Association (İşletme Vakfı)

ATM: Asynchronous Transfer Mode (Eşzamansız Aktarım Modu)

CEO: Chief Executive Officer (Baş Yönetici)

CITeR: Kimlik Tanımlama Teknolojileri Merkezi

DNA: Deoxyribonucleic acid (Deoksiribonükleik asit)

EIES: Electronic Information Exchange System (Elektronik Enformasyon Değiş Tokuş Sistemi)

ENIAC: Electronic Numerical Integrator and Calculator (Elektronik Sayısal Entegratör ve Hesap Makinesi)

FETÖ: Fetullahçı Terör Örgütü

KKTC: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı)

TDK: Türk Dil Kurumu

YY: Yüzyıl

TABLoların LİSTESİ

Şekiller

Şekil 1: Emojiler, 14

Şekil 2 - Horus (Herşeyi gören göz), 68

Şekil 3: George Orwell'in 1984 kitabı kapağı, 70

Şekil 4: Charlie Chaplin'in Modern Zamanlar filminden bir kare, 71

Şekil 5: V For Vendetta Filmi'nden bir dinleme sahnesi, 72

Şekil 6: Kapışma filminden bir sahne, 73

Şekil 7: Minority Report (Azınlık Raporu) filminden bir sahne, 74

Şekil 8: Truman Show filminden bir sahne, 75

Şekil 9: Person of Interest adlı dizinin açılış sahnesi, 76

Şekil 10: Echelon filminin afişi, 77

Şekil 11: Black Mirror (Siyah Ayna) adlı diziden bir sahne, 78

Şekil 12: Yüzüklerin Efendisi adlı filmde Sauron'u sembolize eden bina, 79

Şekil 13: Das Experiment adlı filmde bir sorgulama sahnesi, 80

Şekil 14: Loud Family, 81

Şekil 15: Eagle Eye adlı filmin afişi, 82

Şekil 16: Son Kale filminin afişi, 83

Şekil 17: Spotify, 84

Şekil 18: Netflix, 85

Grafikler

Grafik 1: Yaş Aralığı, 100

Grafik 2: Cinsiyet Dağılımı, 101

Grafik 3: Eğitim Seviyesi, 102

Grafik 4: Mesleki Dağılım, 102

Grafik 5: Aylık Maddi Gelir, 103

Grafik 6: Hangi Sıklıkla İnternete Giriliyor?, 104

Grafik 7: internet Hangi amaçla kullanılıyor?, 105

Grafik 8 : İnternette kaç saat harcanıyor?, 106

Grafik 9: Cep Telefonu hangi amaçla kullanılıyor?, 106

Grafik 10: Cep telefonu normal aramalar dışında hangi amaçla kullanılıyor?, 107

Grafik 11: Kişisel sosyal medya hesabınız var mı?. 108

Grafik 12: Sosyal medyada ne sıklıkla vakit geçiriliyor?, 109

Grafik 13: Sosyal medya hesaplarından kimler takip ediliyor? , 110

Grafik 14: Ne tür paylaşımlar yapılıyor? , 111

Grafik 15: Yemek, tatil, araba gibi paylaşımlar yapılıyor mu?, 113

Grafik 16: Alışverişe çıkmadan markanın ürünlerine bakıyor musunuz?, 114

Grafik 17: Sosyal medyadaki içeriklere yorum yazar mısınız?, 115

Grafik 18: Yorumlar markaya bakışınızı değiştirir mi?, 116

Grafik 19: Ünlülerin paylaşımları kararlarınızı etkiliyor mu?, 117

Grafik 20: Kredi kartınız var mı?, 118

Grafik 21: İnternette alışveriş yapılıyor mu?, 119

Grafik 22: Yer bildirimi yapıyor musunuz?, 121

Grafik 23: Tavsiye edilen bir restoranı denemek ister misiniz?, 122

Grafik 24: Sosyal ağlarda gerçek isimler kullanılıyor mu?, 123

Grafik 25: Bilgilerin kayıt altına alındığını düşünüyor musunuz?, 124

Grafik 26: Siyasileri takip ediyor musunuz?, 125

Grafik 27: Özel hayatın gizliliğine aykırı yayın yapılıyor mu?, 126

Grafik 28: Sosyal medya duyarlılık oluşturuyor mu?, 127

Grafik 29: Sosyal medya paylaşılan reklamlar dikkat çekiyor mu?, 128

Tablolar

Tablo 1: Tablo 1: Cinsiyetle Ürün paylaşımı arasındaki χ^2 testi, 117

Tablo 2: χ^2 testi, 129

GİRİŞ

Gözetim, insanlık tarihi incelendiğinde insanlığın ilk dönemden itibaren karşımıza çıkan bir olgudur. İktidarı elinde bulunduranlar toplumları kontrol altında tutabilmek, kendi geleceklerini tehlikeye sokabilecek her türlü girişimi önlemek için çalışmalar gerçekleştirmiş, halen gerçekleştirmektedir. Genel anlamda bir tarih vermek gerekirse, gözetimin başlangıç tarihi yazının icadına kadar geriye gidebilir. Yazı, hem devlet için gerekli olan bilgilerin depolanmasında hem de bireyler hakkında bilgilerin bir araya toplanmasında kullanılmaktaydı.

Bugün, gelişen ve değişen dünyayı, teknoloji ile birlikte kontrol altına alınan bir çerçeve içinde çizmek durumundayız. Gözetleme işlemleri gerek MOBESE sistemleri, gerek banka sistemleri, gerekse çerez politikaları ve telefonların sürekli internete bağlı olması dolayısıyla çok daha karmaşık bir boyuta ulaşmıştır.

Bankacılık sistemlerinin tamamıyla elektronik ortama alınmasıyla birlikte, bireyler kredi kartları üzerinden, gerçekte var olmayan para ve rakamlarla ihtiyaçlarını karşılamaya başladılar. Günümüz dünyasında karşılaştığımız örnekler, marketlerin verdiği alışveriş kartlarının, daha sonraki profil belirleme işlemlerinde kullanıldığını ve bireyin alışveriş yaparken nelere ilgisi olduğunun belirlenmesinde önemli bir etken olduğunu ortaya koymuştur.

Girdiğimiz her web sitesinin bulunan ve pek dikkate almadığımız çerez politikaları (cookie policy) sayesinde, iktidar internet kullanıcılarının hareketleri, takip ettiği web sayfaları, sevdiği ve sevmediği ürünler ve araştırma yaptığı konuyla ilgili bilgi edinmektedir. Sosyal medya ortamlarında kayıt olurken hiç kimsenin okumadan kabul ettiği “kullanıcı sözleşmeleri” gönüllü olarak verdiğimiz kişisel bilgilerin depolanmasına ve talep edildiği oranda devlet ve istihbarat kuruluşları ile paylaşılmasını mümkün kılıyor. Daha önce bununla ilgili haberler çıktığına da şahit olmuşuzdur. Genel olarak bakıldığında, kullanıcı profillerini bir merkezde depolamaya çalışan iktidara, kaydetmeye çalıştığı bilgileri toplumlar, sosyal paylaşım sitesi aracılığıyla gönüllü olarak vermektedir. Bugün bir kişi hakkında bilgi sahibi olmak için Facebook üzerinden o kişiyi aramanız yeterlidir.

Artık kimsenin şüphe etmediği bir diğer gerçek ise, internet üzerinden yapılan sesli ve/veya yazılı görüşmelerin kayıt altında tutulduğu ve belirlenen anahtar kelimeler (keyword) kullanılmasının ardından istihbarat kuruluşlarının önlerinde toplanmasıdır. Türkiye’de geçtiğimiz yıllarda başlayan ve bu tezin yazıldığı dönemde de devam eden FETÖ operasyonları ile ilgili dinlemelerin yapıldığı ve bu dinlemeler sonucu tutuklamaların yapıldığını hatırlatmakta fayda var.

İnsanlık tarihi, yazının bulunduğu tarih kadar eskidir. Yazının bulunmasıyla gözetim ihtiyacı da doğmuş, matbaanın keşfedilmesiyle birlikte apayrı bir duruma gelmiştir. Matbaa, devletin mutlakîyetini pekiştirmesi açısından, iktidarın gözetim üzerindeki hâkimiyetini güçlendirmiştir.

Öte yandan internet teknolojilerindeki önü alınamaz büyüme, yeni gözetim teknolojilerinin geliştirilmesinde önemli bir araç konumundadır. İnternet, günümüzde alışverişten ticarete, eğlenceden örgütlenme aracı olarak kullanılmasına kadar birçok alanda kullanılmaktadır. Yaşanan gelişmeler, bireylerin sağlık karnelerinin, kişisel bilgilerinin hatta dış kayıtlarının bile internette depolanmasıyla sonuçlanmıştır. Bu depolanma, bireylerin bilgiye erişimini kolaylaştırması yanı sıra, inanılmaz büyüklükte bir bilginin de internet ortamında kayıt altında tutulmasına neden olmuştur. İnternet, teknolojik özellikleri sayesinde her türlü verinin depolanmasına, kategorize edilmesine ve ihtiyaç duyulduğunda saniyeler içinde erişime açılmasına olanak sağlamıştır.

Yaşanan bu toplumsal ve teknolojik dönüşüm, bireyin özel hayatının yok olmasına neden olmaktadır. Sosyal paylaşım siteleri aracılığıyla cazip hale getirilen sosyalleşme, tüketim toplumu içindeki bireylerin kişisel bilgilerini hiç düşünmeden vermesine, dahası bireyin toplumdaki ekonomik gücünün başkaları tarafından anlaşılması amacıyla kullanılmasına dönüşmüştür. Çok lüks bir restoranda yediği yemeği sosyal medya hesabından paylaşan bir birey, bireysel ego tatmini yaşarken, iktidarın da bireyin o an nerede yemek yediğini öğrenmesini sağlamıştır. Üstelik birey bunu gönüllü olarak iktidara vermiştir. Hemen her gün sosyal medya hesaplarımızdan, bireylerin bir ülkeden başka bir ülkeye uçtuğunu öğrenmekteyiz. Gittiği ülkede nereleri

gezdiğini, ne yediğini, kimlerle beraber olduğunu sosyal medya aracılığıyla hem kullanıcılar öğrenmekte hem de veri olarak bir yerlerde depolanmaktadır. Yeni teknolojik gelişmeler, bireyin gözetimden kaçabilmesini olanaksız hale getirmiştir. Kişilerin özel hayatlarının kamusal alana açılması, Jürgen Habermas'ın da belirttiği üzere sıradan insanların ya da kamusal açıdan önemli kişilerin, kişiselleştirilerek kamuya açılmasına neden olmuştur. (2017: 296)

Gözetim, David Lyon'un (2006) Gözetlenen Toplum adlı kitabında da işaret ettiği gibi günümüz toplumları için anahtar konumdadır. Küreselleşme, postmodernizm ve enformasyon kavramları, modern dünyamızın değişimlerine ışık tutarken, gözetim süreçleri içindeki bir toplum ise, toplumlarda yaşanan değişimlerin ortaya çıkardığı toplumsal dönüşümleri ifade etmektedir.

Karl Marx'a göre (1975) kapitalist üretimin temel hedefi ve yönlendirici yönelimi, mümkün olduğunca çok artı değer üretimidir. Bu kapsamda, işgücünü mümkün olan en yüksek şekilde sömürmeyi doğurmaktadır. Kapitalistin tercih ettiği gözetim, yalnızca toplumsal iş sürecinin öneminden ortaya çıkan ve bu sürece özgü bir fonksiyon değil; aynı zamanda, bu toplumsal iş sürecinin sömürülmesi fonksiyonudur. Kapitalistin gözetimi, – özünde üretimin iki yanlı öneminden ötürü– bir yönüyle kullanım değerleri üreten toplumsal bir süreç, diğer yönüyle ise, artı değer oluşturan bir süreçtir (s. 358–360).

Max Weber, bürokrasiyi, modern rasyonalitenin en eksiksiz şekilde vücut bulması olarak değerlendirirken, bir amaca ulaşmak için yapılan insan faaliyetlerinin bürokrasiye yaklaşmak ve rasyonel bir duruşum zirvesine çıkabilmek için katı kontrol ve raporlama hiyerarşilerine ek olarak elde etmesi ve mükemmelleştirmek için çaba harcaması gereken özellikleri belirtir. Weber'in listesinin başında kurumun amacına hizmet etmekle ilgisi olmayan bütün kişisel bağlılıkların, sorumlulukların, inançların ve seçimlerin reddedilmesi gelir; yani şirketin kuruluş kanununda yazmayan "kişisel" olan her şey, deyim yerindeyse binanın girişindeki vestiyere bırakılması ve "ofis saati"nin tamamlanmasından sonra tekrar geri alınmalıdır. Takım liderleri ve

birlik komutanları olarak idarecilerin ağırlık merkezini, ispat yükünü ve sonuçların sorumluluğunu bireysel icracıların sırtına yüklediği ya da bunların "ihale edildiği", "taşerona verildiği" veya yatay olarak "fasonlaştırıldığı" ve patron-çalışan ilişkisinden ziyade bir satıcı-alıcı ilişkisi içerisinde değerlendirildiğinde günümüzde, amaç konunun derinlerinde bulunan kişiliğin bütünlüğünü ve çalışanların uyumadan ayakta oldukları tüm zamanı çalıştığı şirketin çıkarları için kullanmaktır.

(...) Haftada yedi gün yirmi dört saat boyunca performans gözetimi ile birlikte kölelik, çalışanlar için tam tamına bir kendin-yap işine dönüşüyor. Panoptikonların inşası, işletilmesi ve hizmet vermesi, işverenler için bir görev olmaktan çıkmış; bütün iş sözleşmelerinde belli etmeden işlenmiş birer malvarlığına dönüşmüştür. (Bauman ve Lyon, 2013: 64-65)

İktidar, toplumsal hareketleri Sosyal Medya içine sıkıştırarak, hem toplumsal hareketlerin takibini kolaylıkla sağlayabilecek duruma geldi hem de insanların sokağa çıkarak eylem yapmasının önüne geçerek toplumsal hareketlerin internet ortamı içine kalmasını başardı. Kıbrıs'ın kuzey yarısında sadece sosyal medyayı takip eden bir vatandaş, ülkede ciddi muhalefet bir yapının iktidarı eleştirdiğini ve hakkını aradığını düşünecektir. Ancak pratik yaşamda bu söylemin karşılığını bulmadığına da şahit olmaktayız. Öte yandan Türkiye'de yaşanan gelişmelerle görmekteyiz ki birey Sosyal Medya'da takip ettiği sayfalar üzerinden ya da yazdığı bir yazı yüzünden tutuklanabilecek ve haklarında dava da okunabilecekti. Dahası, Twitter'de bireylerin birbirini ifşa edebilmesi için hesaplar açılarak gözden kaçabilecek herhangi bir iletinin yandaş vatandaşlar tarafından kendilerine ulaştırılması da sağlanmıştır.

Gözetim kültürünün anlamı genişlerken, kültür endüstrisinin bir nesnesi haline gelen özne için, kaybettiği mahremiyet büyük bir anlam ifade etmezken, her biri birer gözetim aracı olarak kullanılan enstrümanların birer eğlence aracına dönüştürülmesi ve bu araçların kullanımıyla oluşan haz bireyin cihazlardan kopmasının önünde bir engel yaratmaktadır. Yaşanan bu dönüşümle birlikte, özne, gözetimin gözetleyicisi pozisyonuna geçerek, gözetim süreçlerinin gözetilen tarafında da oyuncu olmuşlardır. Gözetimin bu

dönüşen ve değişen formatı, her bir bireyin ayrı ayrı “tanrı” rolünü oynamasına imkân tanımıştır.

Modern dünyada gözetimde hizmete sunulan bu kaynaklar, yukarıda sözünü ettiğimiz gibi, insanların her gün daha da fazla gözetimin içine girmesine ve gözetilmekten rahatsız olmamasına doğru itmektedir. Bu dönüşümle gözetime sadece evet demekten öte, gözetimin ticari yaratıcısı (üretici) ve dağıtıcısı olmak; ayrıca gönüllü olarak katılmalarını da gerektirmektedir. Gözetim, eriştiği nokta ile, dünyanın içinde bulunduğu süreçte bireylere birer etik değer olarak verilmekte ve bu değer birey tarafından da kabul edilmektedir.

Çalışmanın amacı

Bu çalışmanın amacı, 21. Yüzyıl insanının gözetim süreçleriyle ilgili neden harekete geçmediğini araştırmak ve anti-gözetim süreçleriyle ilgili önerilerde bulunmaktadır. Çalışma, toplumların hayatlarının bilgisayar teknolojileriyle sarmalandığı bilinciyle, bahsi geçen teknolojik sistemlerin, toplumlarda yarattığı değişimleri ve bu değişimlerin kabullenilmesini incelemektedir.

Çalışma, gözetimin boyutlarını, özellikle Amerika’daki 11 Eylül sonrası gelişen ve gözetimin toplumsal meşruiyetini sağlayan nedenler ele alınmaktadır. Bu bağlamda, bilişim çağı ile birlikte, gözetim toplumuna evrilen toplumların yaşadığı değişimleri, sanayi toplumundan başlayarak ele alınmıştır. Bu çalışma gözetim kavramının toplumdaki meşruiyetinin kaynaklarını araştırarak, gözetime karşı direnişin neden sınırlı kaldığını konu edinmiştir.

Gary T Marx’tan alıntı yapan David Lyon’a göre (2006) "birkaç 'yeni gözetleme' teknolojisi, onların hem daha az algılanabilir, hem de daha güçlü olmalarını sağlayan bir gelişmedir." Lyon devamla, gözetim hakkında "... gerçek konu, fiziksel altyapının hangi ölçüde algılanamaz olmasını değil, teknolojik açıdan mümkün olan sistematik sınıflandırma ve ayrıca sosyal statüde ayrımın altında yatan “görünmezlik” olduğunu ifade etmektedir. (s. 53-54)

Bu araştırma, toplumsal mücadelenin arttığı dönemlerde halkın George Orwell'in de 1984 adlı kitabında işaret ettiği, görünmeyen ama orada olduğu bilinen metaforik karakter "Büyük Birader" tarafından kontrol altına alınması ve gözlemlenmesi, dahası müdahale edilerek etkisiz hale getirilmesinin yöntemlerini konu edinmiştir.

Gözetim konusu, ülkemizde henüz çalışılmamış, Türkiye'de ise oldukça az çalışılan bir husustur. Gözetim ile ilgili yapılacak bu araştırma, genelleştirici olmayacağından ancak daha geniş çalışmalar için ipucu verebilecek nitelikler taşımaktadır.

Gelişen bilgisayar teknolojileri ile gözetim insanları sınıflandırma ve ayrıştırma işlemlerini daha kolay bir şekilde yapabilme şansına erişirken, tüketici profillerine göre de sınırlamaktadır. Bireyin bahsi geçen kategorilere bağımlılığı, gözetim süreçlerine karşı çıkamaması ile sonuçlanmaktadır.

Çalışma kapsamında gözetim sistemlerinin ikili yapısı kanıtlanmaya çalışılmıştır. Gözetimin üretici yanlarına atıfta bulunulurken, temel olarak özel alanın yok olmasını sağlayan özelliklerine, toplumsal denetimin internet üzerinden sağlanması sonucuna ulaşılmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın kapsamı

Gözetim konusu çok uzun yıllardır dünyada tartışılan bir olgu olarak karşımızda durmaktadır. Bu araştırma, günümüz gözetimine karşı yaşanan eleştiri ve direniş eksikliğinin meşruiyetinin kaynaklarına yönelik görüşler ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu görüşler ifade edilirken, yeni enformasyon teknolojileri de odak nokta olarak ele alınacak, alternatifler önermektedir.

Araştırmanın teorik bölümünde, Bentham'ın panoptikonundan başlayarak, gözetim süreçlerinin bilgi çağına kadar geçirdiği evreler ayrıntılı bir biçimde incelenerek anlam ve işlevleri ortaya çıkarılacaktır. Bu süreç değerlendirilirken, gözetimin sadece toplumsal denetim sağlamaktan öte, ticarete, iş yaşantısında ve sosyal yaşamda nasıl bir yapıya büründüğü de irdelenmiştir.

Gözetime karşı bireylerin tepki gösterememesi, dahası bunu talep eder duruma gelişi ve gönüllü olarak kişisel bilgilerin internet ortamında paylaşılması akademik olarak tartışılan bir konu olmuştur. Çalışmanın çerçevesini oluştururken, bireyin gözetlenme sürecine eleştiri sunmamasının kaynakları konusunda, gözetim süreçlerinin tarih boyunca ve özellikle bilişim çağında tarafsız bir şekilde yapılmadığı üzerinden yola çıkılmıştır.

Bu çalışmanın kapsamı Kuzey Kıbrıs özelinde Türkiye ile olan alt yönetim ilişkileri ve Orta Doğu coğrafyası ile sınırlandırılmıştır. Çalışma süresince dünyanın farklı noktalarından örnekler gösterilerek karşılaştırma da yapılması zaruridir. Öte yandan, gözetim ağının geniş kitleleri kontrol etmek için kullanıldığı Amerika, İngiltere ve Almanya gibi gelişmiş ülkelerde yapılan araştırmalar değerlendirilerek coğrafyamız özelinde öneriler de sunmuştur.

Çalışmanın yöntemi

Bu tez, içerik analizi yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. İçerik analizi, elde bulunan mevcut veriyi özetleyip standart bir şekle sokarken, verileri karşılaştırarak farklı bir biçime dönüştürmeyi de hedeflemektedir. Kısacası, bu çalışmanın temel yöntemi, bahsi geçen gözetim yöntemleri ve tekniklerinin sistematik ve nesnel bir şekilde betimlenmesini hedeflemektedir. Jeremy Bentham'ın 18'inci yüzyılda tasarladığı "Panoptikon" hapisanesini çıkış noktası olarak, Michel Foucault'un gözetim toplumunu yorumlamasına 21. Yüzyıl Bilgi Çağı'nın teknolojik gelişmelerine Marksist bir bakış açısı koymaya çalışmaktadır.

Coğrafyamızın internet kullanım yöntemi ve şekilleri, birçok batı ülkesine göre daha geri durumdadır. Bunun yanı sıra, internet kullanım alışkanlıklarımız dünyadaki birçok kullanıcıyla benzer özellikler taşımaktadır. Özellikle Türkiye ve Ortadoğu'da, iktidarlar son dönemlerde internet teknolojileri üzerinden takiplerde bulunarak, tutuklamalar gerçekleştirmiştir. Yaşanan bu gelişmeleri teorik bir zemine oturtabilmek için batıdaki örneklerle ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla, bu araştırmada coğrafyamızda yaşanan gelişmeler, batıda daha önce yaşanan tecrübelerle karşılaştırılarak sonuçlar üretilmeye çalışılmıştır.

Günümüz gözetimi konusunda, literatür taramasında saptanan temel kavramların geçerliliğini ve halkın denetim süreçleriyle ilgili bilgisini denetlemek amacıyla, bir de alan araştırması yapılmıştır. Anket soruları tarafımdan yazılmıştır. Katılımcılardan kişisel kimlik bilgileri yanısıra, sosyal medya kullanım alışkanlıkları, internetten ne sıklıkla alışveriş yaptıkları ve tüketim alışkanlıkları ile ilgili veriler toplanması hedeflenmiştir. Araştırma, internet üzerinden kurgulanan bir anket üzerinden yapılmıştır. Ankette, özellikle Türkiye ve Kıbrıs'ta yaşayan halkların internet kullanımında nelere dikkat ettiği üzerine bir sonuca varılmaya çalışılmıştır.

Araştırma nicel bir çalışmadır. Nicel araştırma, ölçümlerin gerektiği oranda yeniden yapılabildiği, sayısal bir araştırma yöntemidir. Olgu ve olayları nesneleştirerek, gözlemlenebilir ve ölçülebilir bir şekilde ortaya koyan araştırma türü olarak nicel araştırma, gözlem ve ölçmeye dayanır. Amaç, bireylerin toplumsal davranışlarını gözlem ve deney yoluyla ölçerek, sayısal verilerle açıklamaya çalışmaktır. Genelleştirilebilir sonuçlar, farklı sosyal gruplar arasında farklılaştırma, kuramların doğruluk derecesini test edebilmek ve ilişkilerin incelenmesini sağlayabilmek için bu yöntem tercih edilmiştir. Nicel araştırmanın modellerinden biri olan tarama yöntemi ise bu çalışmada model olarak seçilmiştir. Tarama yöntemi, betimleyici bir araştırma yöntemi olması açısından, bu çalışmanın yöntemi olarak tercih edilmiştir. Konuya ilişkin katılımcıların diğer araştırma yöntemlerine oranla daha büyük örneklem kurulumu yöntemin seçilmesinde önemli bir rol oynamıştır. Yöntemin amacı, nesnelerin, toplumların, kuramların ve olayların doğasını tanımlamak olduğundan, anket bu yöntem kullanılarak yapılmıştır.

Evren ve Örneklem

Araştırmada rastgele örneklem metodu seçilmiştir. Seçilen yöntemle birlikte, evrenden yapılan örneklem için birim çekme işlemi seçkisiz olarak yapılmıştır. Dolayısıyla, yapılan bu ankette, örneklem tamamen rastgele bir şekilde seçilmiştir. İnternet üzerinden yapılan bir anket olduğu için, cevaplayıcıların kim olduğuna müdahale edilmemiştir. Kullanılan metod ile, örneklemde temel alınan birimlerin seçilme olasılıklarının eşit derecede olması hedeflenmiştir.

Araştırmanın örneklemini Kıbrıs ve Türkiye’de özellikle sosyal ve iş alanlarında yeni iletişim teknolojilerini ağırlıklı olarak kullanan bireyler arasından seçilmiş bir grup oluşturmuştur. Bahsi geçen grup birçok farklı meslek gruplarında uzman kişilerden oluşmaktadır. Çalışmada, Mümkün olduğu oranda farklı meslek grubundaki kişilerden eşit oranda görüş alınmaya çalışılmıştır. Kadın erkek eşitliğine mümkün olduğu oranda dikkat edilen alan araştırmasında toplam 360 görüşme yapılmıştır.

Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada sosyal medya kullanan bireylerin alışkanlıkları ve bilgilerin sosyal medya hesabından verilmesi konusundaki alışkanlıkları tespiti yanısıra tüketim alışkanlıkları ve kişisel bilgilerin denetimiyle ilgili ne kadar bilgi sahibi olunduğu konusunda çalışılmıştır. Bu amaçları belirleyebilmek için 29 soru hazırlanmıştır. Bu soruların ilk 5 tanesi demografik bilgileri edinmeye yöneliktir. Geriye kalan sorular araştırmanın içeriğiyle ilgilidir.

Anketin veri toplama yöntemi internet üzerinden yapılan online (çevrimiçi) anket yöntemi olmuştur. Veriler “Google Drive’ın” saygın anket programı üzerinden yürütülmüştür. Hazırlanan anketle ilgili Lefke Avrupa Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Faruk Kalkan, YDÜ Radyo TV ve Sinema Bölüm Başkanı Doç. Dr. Fevzi Kasap ve YDÜ Fen ve Edebiyat Fakültesi Öğretim Görevlisi Doç. Dr. Ahmet Güneşli’den uzman görüşü alınmıştır.

Veri Analizi

Anketin veri analizi, SPSS programı aracılığıyla yapıldı. Anket sonunda frekans ve yüzdelik değerleri tespit edilerek, grafikler ve tablolar halinde her soruya ilişkin ayrı bulgular sunulmuştur.

1. BÖLÜM

ENFORMASYON TEKNOLOJİLERİ VE TOPLUMU

İnsanlık, bilindiği üzere tarihi süreçleri boyunca üç önemli aşamadan geçerek, üç büyük devrim yaşarak dönüşüme uğradı ve bugünlere ulaştı. Bunlardan biri tarım toplumuna geçme süreciydi. Günümüzden 20 bin yıl kadar önce, insanlar yaşamlarını devam ettirebilmek için evcil hayvanlar yetiştirmeye ve bazı bölgelerdeki topraklarda ekim yapmaya başlamıştır Giddens (2000: 51). kırlarda yaşayan toplumların yaşam biçimleri temelde evcil hayvanlara dayanırken, tarım toplumlarının tahıl yetiştiren, toprağı kullanabilen toplumlar olduğunu ifade eder.

İnsanlık tarihinde en önemli yere sahip dönüşümlerden biri olan Sanayi Devrim ise ikinci dönüşüm aşaması olarak bilinmektedir. Giddens (2000: 58) sanayileşme sürecinde, on sekizinci yüzyılda İngiltere’de insanların yaşamlarını sürdürürken kullandıkları araçlarda yaşanan karmaşık bir teknolojik değişimden söz eder. Yaşanan bu değişimlerin arasında iplik makineleri ve buhar makineleri bulunmaktadır. Buhar makineleri, toplumsal dönüşümümüzün ve bugün bildiğimiz şekliye kapitalizmin gelişmesinde de önemli bir rol oynamıştır.

İnsanlık tarihinin üçüncü dönüşümüyse, “İletişim-Bilişim Devrimi”dir. Üçüncü nitelikli dönüşüm, İletişim-Bilişim Devriminin ideolojisi, insan hakları; diğer bir ifade ile “demokrasi”dir. İnsan hakları ve demokrasi kavramları, Sovyetler Birliği yıkılıp, soğuk savaş sonlanana değin kabul görmemiş bir kavramdır.

Günümüzde kadar, ilgili kavramlar, ideolojik hedefler olarak öne çıkmaktadır (Kongar, 2001: 37-38).

İnsanlık tarihi, daha önce karşılaşmadığımız süratte bir değişim ve dönüşümü yaşamaktadır. Bilgisayarların keşfi ile yaşanan bu dönüşüm, toplumda geri dönülmesi imkânsız değişimler yaratmaktadır. Sanayi toplumu sonrasında oluşmaya başlayan bu toplumu, yaşadığı devrimle birlikte “enformasyon toplumu” olarak nitelemek mümkündür.

Bu noktada yapılması gereken ilk şey, “enformasyon toplumu” kavramını irdelemektir. Kavramı incelemek, enformasyon teknolojileri ile birlikte insanlığın kazandığı şeylerle yanısıra ortaya çıkan yeni tehditlerin de incelenmesine olanak sağlayacaktır. Gelineen noktada, bilgi en temel ürün ve en değerli kaynak olarak, işgücünün önemli bir bölümünün enformasyon endüstrisine yönelmesine olanak sağlamıştır. İçinde bulunduğumuz yüzyılda kendini iyice gösteren enformasyon toplumunun bugüne dek üç evrede geliştiğini söylemek mümkündür. Birinci evre 19. yüzyılda, iletişimin elektrikle tanışmasıyla ortaya çıkmıştır. İkinci evrede enformasyon toplumun merkezine inmiş, üçüncü evrede ise, enformasyon sistemlerinin ulusal sınırları aşarak diğer toplumsal olgularla bütünleşmesiyle ortaya çıkmıştır.

Yaşanan bu teknolojik gelişme, geleneksel dönemde kullanılan iş aletlerinin yerini inanılmaz bir hızla, neyi nasıl yapması gerektiğini bilen, ileri teknoloji aletlere devretmesine yöneldi. İleri teknoloji aletlere yüklenen bilgiler, insanın emeğini ortaya koyarak elde edebileceği ürünün kat kat üzerinde kalitede ürünler elde etmemizin de yolunu açtı. Doğanın aşılamayacak belirli yasaları olmasına rağmen insan, 17’nci yüzyıldan itibaren yaşadığı bilimsel devrimle, onu fethederek, üzerinde tahakküm kurdu. İnsan, bilgi ve teknolojinin yardımıyla, çevresine, doğaya ve pek tabii ki diğer toplumlara hükmederek onları yeniden üretmenin yollarını öğrenmektedir. Friedrich Engels (1975), 1870 yılında kaleme aldığı *Doğanın Diyalektiği* adlı kitapta çevreyle ilgili sınırları belirtmek için şunları söylemiştir.

“Doğa üzerinde kazandığımız zaferlerden dolayı kendimizi pek de övmeyelim. Böylesi her zafer için doğa bizden öcünü alır. Her zaferin beklediğimiz sonuçları ilk planda sağladığı doğrudur, ama ikinci ve üçüncü

planda da büyük çoğunlukla ilk sonuçları ortadan kaldıran, bambaşka, önceden görülmeeyen etkileri vardır. [...] İşte böylece her adımda anımsıyoruz ki, hiçbir zaman, başka topluluğa egemen olan bir fatih, doğa dışında bulunan bir kişi gibi, doğaya egemen değiliz; tersine, etimiz, kanımız ve beynimizle ondan bir parçayız. Onun tam ortasındayız, onun üzerinde kurduğumuz bütün egemenlik, başka bütün yaratıklardan önce onun yasalarını tanıma ve doğru olarak uygulayabilme üstünlüğüne sahip olmamızdan öte gitmez” (s. 460–61).

Kapitalist sistemin içinde yaşadığımız teknolojik gelişmeler, işçinin ürettiği ürüne yabancılaşmasıyla sonuçlanmıştır. Bir bütün olarak ürünün ortaya çıkabilmesi için işçiler farklı farklı iş kollarında çalışarak ürünü ortaya çıkarmaya başladı. Gramsci’nin Amerikan endüstriyel yaşam biçimini tarif etmek için kullandığı ‘Fordizm’ ifadesi tam olarak bunu tanımlamaktadır. Gramsci’ye göre, fordizm; 1920’nin ilk yıllarından itibaren uygulamaya giren, eğitimsiz işçilerin üretim süreçlerinde bir üretim bandı oluşturması ve sonrasında kitlelerin üretim ve tüketimi üzerine kurulacak olan bir sistemdir. Buna göre, işyerinde görev yapan her işçi, bulunduğu üretim bandında, bütünün içinde çok küçük bir görev yaparak veya vasıfsız işlerle görevlendirilerek, üretilen ürünün tamamının ne olduğu hakkında bilgisiz olmaktadır.

Fordizm’in isim babası Henry Ford, kapitalist ekonomik üretimin günümüzde var olabilmesi için kendini diğerlerinden ayırmaktadır. Ford, kitle üretiminin bir kitle tüketim kültürü doğurabileceğinden hareketle, emeğin kontrol altına alınabilmesi için yeni politikalar, yöntemler ve modern bir toplum ortaya çıkarılmasına katkı sağlamıştır. İşçilere fazla maaş ödemesi yapmak Ford için yeterli olmamıştır. Ödenen maaşı ne şekilde kullanacaklarından da emin olmak istemiştir. 1916 yılında, evlere sosyal hizmet görevlileri göndererek, yeni tüketim insanının, sistemin beklediği rasyonel ve sağduyulu (alkolsüz) tüketim kapasitesine, düzenli aile yaşantısına ve ayrıca ahlaki değer yargılarına sahip olmalarını sağlamaya çalışmıştır (Harvey, 1991: 126).

1.1 Enformasyon toplumu

Enformasyon kavramına açıklık getirebilmek için öncelikle kavramın sözlük anlamlarına göz atmak gerekmektedir. Enformasyon, TDK sözlüğünde “danışma, haber alma ve verme, haberleşme, tanıtma olarak yer almaktadır.”²

Enformasyonu, bir önemi ve-veyahut bir amacı bulunan bilgi olarak nitelersek; mevcut bilginin enformasyona dönüştürebilmesi için, daha önceden edinilmiş bilgiye gerek duyulduğunu göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

Enformasyon toplumu, bireylerin yaşantıları ile ilintili çeşitli enformasyona kolayca erişebilmelerine, bu enformasyonu bilgiye çevirebilmelerine ve buna istinaden de kendilerini geliştirebilmelerine imkan sağlayan bir toplum olarak tanımlanmaktadır (Irzık, 2002: 6). Bilgi toplumunda, sanayi toplumundaki mesleki yapıdan farklı bir mesleki yapı oluşumu bulunmaktadır. Sanayi toplumundaki “mavi yakalı işgücü”, “beyaz yakalı işgücü”ne dönüşmüştür. Bilgi toplumunda, eskiye nazaran üst düzey teknoloji kullanılacağı için, üretimde de işçi sayısının azalması ve bu çerçevede işgücü, sanayi işçiliğinin ötesinde hizmet kesiminde bir araya gelecektir (Kocacık, 2000: 106).

Enformasyon toplumunu tanımlarken modern toplumun faaliyetlerini de göz önünde bulundurmakta fayda vardır. Enformasyon toplumu olabilmenin temel aracı toplumun bilim, toplumsal üretim ve eleştirel düşünceye dayalı bir toplum olarak örgütlenmesinde yatmaktadır. Toplumlar, tüm ekonomik sektörlerin giderek enformasyon üretimi ile tanımlanan bir sektöre dönüşmesine olanak sağlamalıdır. Enformasyon toplumlarında veriler, bilgisayar ortamında şekillenerek, daha bilimsel bir üretim şekli ortaya çıkabilmelidir. Enformasyon toplumunun belki de istemeyerek toplumlara kazandırdığı bir diğer şey ise toplumların kendi işaretleri, sembolleri ve anlamları olan medya ve enformasyon ürünlerinin hakim olduğu bir kültür yaratılmasında yatar. Sosyalleşme deneyimlerinin bambaşka bir mecraya taşındığı günümüzde, bireylerin duygusal tepki verme yöntemleri de değişikliğe uğramaktadır. İnternet üzerinden devam eden birçok karşılıklı

² <http://www.tdk.gov.tr>

iletişimin emoji kullanım eksikliği yüzünden sona erdiğine bir çoğumuz şahit olmuşuzdur. İletişim yöntemimiz sadece emojilerle de sınırlı kalmayarak GIF'ler ve kısaltılan kelimeler olarak da değişikliğe uğramaktadır. Modern dünya insanı kendine özgü yeni bir dil oluşturmak üzeredir.



Şekil 1: Emojiler

İnternette bulunan emojipedia adlı sitenin sahibi Burge, emoji kullanımını "Yazılı bir iletişime kişilik katmanın en şahane yolu" olarak açıklamaktadır. Modern dünya insanı çoğu zaman yazarak ya da konuşarak anlatmak durumunda kalacağı düşüncesini, emojiler yardımıyla hissettirebilmeye başladı.

Yapılan araştırmalar, internet kullanıcılarının emoji içermeyen düz bir metni okudukları zaman metnin vermek istediği duygusal mesajları ve önem vermek istenilen noktaları gerektiği kadar algılayamadığına ve aynı metinde emoji kullanılmasının ardından duyguların ivedi şekilde değişiklik gösterdiğine yönelik bulgular ortaya koymaktadır. Araştırma, emojilerin yazılı iletişimin fonksiyonlarını yerine getirirken, duyguların doğru yönde anlaşılabilmesine katkı sağladığını göstermektedir.

Derks vd. (2008) emojilerin en çok hissedilen duyguların aktarılması, bir mesajın vermek istediği mesajı güçlendirmek ve yapılan mizahı aktarabilmek için kullanıldığını ve bu şekilde karşılıklı iletişimin sözsüz iletişim amaçlarını internet ortamına aktardıklarını belirtti. Karşılıklı iletişimlerde, mimikler, vücut duruşu, el hareketlerinin kullanımı gibi kelime içermeyen davranışlar,

hissiyatlar ve temas hakkında fikir aktararak, iletişim konusunda enformasyon sağlarken, internet üzerinden iletişimde bu görevi duygu ikonlarının yerine getirildiğini aktarılmaktadır. (Derks, Bos, and Grumbkow, 2007).

1.2 Bilişim Çağı ve Ağ Toplumu

Bilişim Çağı, en genel anlamıyla, bilişim ve iletişim teknolojilerinde yaşanan devrim sonrasında, insanlığın ekonomik, sosyolojik ve bilimsel değişiminin yönünü belirlediği ve Ağ Toplumu olarak sonlandığı döneme verdiğimiz addır. Bilgisayarların beyni tek başına var olamazlar. Dış dünyayla iletişim halinde olmaları da gerekmektedir. Bilgisayar ancak bu şekilde evrensel bir kontrol ve yönetim aracı haline gelebilir. Bilgisayarlar, başka bilgisayarlarla iletişim kurarak, elde ettiği bilgilerin paylaşılmasına ve yeni bilgiler edinilmesine olanak sağlar. Bu da bir iletişim ağı kurulmasına yol açar ki günümüz dünyasının bir bilişim dünyası olarak nitelendirilmesinin en büyük sebeplerinden bir tanesi budur.

Bilgisayarların dönüşümü ile bir ülkeyi, bir kasabayı, bir fabrikayı, bir okulu, bir hastaneyi, bir evi ve aklımıza gelebilecek her türlü bilgiyi kontrol altında tutarak, bilginin yayılması sağlandı. Bildiğimiz anlamıyla bu şekilde oluşan ve şekillenen topluma McLuhan'ın deyimiyle "Küresel Köy" ifadesi verildi.

Jan Van Dijk (1999)'a göre, ağ toplumu, sosyal ve medya ağlarından oluşan bir altyapının toplumun her seviyesindeki - bireysel, grupsal/örgütsel ve sosyal- örgütlenme tarzını belirlediği modern bir toplum türüdür. Bu ağlar giderek artan bir biçimde bu toplumun her bir birimini veya parçasını birbirine bağlamaktadır. Batı toplumlarında, ağlar tarafından birbirine bağlanmış bireyler ağ toplumunun temel birimi haline gelmektedir.

Dolayısıyla ağ toplumu, toplumun dijital bir kültürle bütünleşmiş olmasını ve bu kültürü gündelik yaşamda kullanabilmesini ifade eder. Ağ toplumu, iletişim, yönetim ve işe yönelik amaçlarla küresel ağları düzenli olarak kullanabilme yetisiyle, yeni iletişim teknolojileriyle sarılmış toplumun tanımı için de kullanılabilir.

Günümüz dünyasında ağ toplumunun en iyi temsilcisi olarak sosyal medya gösterilebileceği gibi, tarımsal alanda kullanılan teknikler de ağ toplumunun

geldiği aşamayı göstermesi açısından önemlidir. Sosyal medya araçlarıyla bireyler, daha önce hiç tanımadığı insanlarla etkileşime girerek tecrübesini aktarma şansına sahip olabilmektedir. Mesafeleri ortadan kaldırarak toplumları birbirine daha da yakınlaştıran bilgi yolları, isteyen herkesin bilgi depolarına erişimine olanak sağlamıştır. Castells, ağ toplumunun en belirgin özelliği olarak zaman ve mekân kavramları üzerinde durur. Castells, zaman dışında bir zamanın ve akışın olduğunu belirttiği ağ toplumunda, bu özelliği ile yeni toplumsal ilişki ağlarının örülmesinde de öncülük ettiğini belirtmektedir.

Ağ toplumu ile fabrikalardaki üretim teknolojik bir altyapıya kavuşturuldu. Otomasyona kadar varabilecek nitelikte donatılmış fabrikalarla, üretim bilgisayarlar aracılığıyla denetlenebilir, üretim politikaları bir başka bilgisayarın topladığı demografik veriler ışığında yeniden şekillenebilir. Bu noktada unutulmaması gerekir ki, kapitalist ekonomilerde, ağ ekonomisi içindeki denetim, yetkili kılınacak araçlar tarafından ilişkilerin denetlenmesi maksadıyla kullanılacak ve aksi durumlarda sahipleri tarafından ortaya çıkan değere el koyabilmek için devlete bağlıdır. Ağ toplumu düşüncesi post modern bir üslupla sadece yeni dünya şeklini değil, aynı zamanda bireylerde yaşanan yapısal değişiklikleri ve dünyayı anlama biçimlerini de işaret etmektedir.

1.3 Tüketim Toplumu Ve Gösteriş Tüketimi

Günümüzde iletişim teknolojileri hızlı bir değişim içerisinde. Yaşanan değişim, bireyin sosyal medyaya her geçen gün daha fazla bağımlı olmasına yol açmaktadır. Yapısı itibarıyla sosyal medya, bireylerin sosyalleştiği, birbirlerinden haber aldığı ve sürekli etkileşimde bulunduğu bir mecraya dönüşmüş durumdadır. İçinde bulunduğumuz tüketim toplumunun etkisi olarak, Bauman'a göre (2017) bireyin toplumsal olarak bir araya gelme şeklinde, sosyal paylaşım platformu kullanıcıya, her şeyin kontrolü altında olduğu fikrini ve düşüncesini aşılar. Sosyal medya kullanıcıları talep etmeleri durumunda hesaplarından arkadaş çıkarabilmektedir. Kontrol kullanıcının elindedir. Bireyler sosyal paylaşım platformunda interaktif bir iletişim içindeyken, kendilerini gerçek yaşamda olduğundan daha iyi hisseder, çünkü

insanlar için modern dünyamızda en büyük korku yalnızlık, terk edilmişlik korkusudur. Bunu, sosyal medya platformları içinde başkalarıyla etkileşimde bulunarak daha az hissederler.

Özellikle fotoğraf, video, yer bildirimi gibi içeriklerin paylaşımına şans tanıyan Sosyal Medya araçları, bahsi geçen platformların gösteriş tüketimi amaçlı kullanılmasının önünü açmıştır. Bireyler, sosyal medyada aldıkları yeni bir ürünü göstererek etkileşim halinde oldukları yaşam biçimini bir başka sosyal medya kullanıcılarına gösterme çabası içindedirler. Tüketim, ihtiyaç tatmininden öte, bir gösterge sürecidir. Birey, tüketim toplumunda, tüketimi öğrenerek, yeni tüketim toplumsal bir şekilde adapte olur. Çünkü gösteriş yapabilme, kendini sosyal ve ekonomik olarak belli bir sınıfın içinde gösterebilme çabası, sosyal medya aracılığıyla daha da kolaylaşmış, bireyin kendini toplumdan ayırtırabilme aracı haline gelmiştir.

Sosyalleşme bireylerin birbirleri ile karşılıklı etkileşime girdikleri süreçtir. Bu noktada bilinmesinde fayda var ki, her toplum veya birliğin kabullendiği ortak bir yaşam şekli bulunmaktadır. İnsan, doğduğu andan itibaren girdiği toplum içinde kendisine dayatılan yaşam tarzını benimser ve o kalıpları öğrenmeye başlar. Diğer yandan sosyalleşme insanların toplumlara katılımını sağlayacak bilgi ve yeteneklerini, yönelimlerini elde ettiği süreçlerdir. Sosyalleşme süreçlerinde, birey bir toplulukta bulunabilmek için, o topluluktaki diğerlerinin davranışlarını, diğerleri ile paylaşımlarını hesaplamak ve paylaşımına geçmek zorundadır. Sosyalleşme, temel davranışların öğrenilmesi ve toplumsal rollerin, beklentilerin öğretilmesi için önemli bir işleve sahiptir. Gösteri amaçlı bir tüketim içinde olan bireyler ise sosyal medya platformlarını kullanarak tükettikleri markaları, yemek yedikleri restoranları, gezdikleri ülkeleri ve yaşam biçimlerini diğer bireylere aktarmaktadırlar.

Kitle iletişim aygıtları, toplumsal sınırların tamamını aşarak, spesifik bakış yöntemlerini ve bu yöntemlerden oluşan anlamları tekrarlayarak ve düzenleyerek enformasyonu sürekli olarak aktarmaktadırlar. Böylece bazı bakış açılarına güç katarken, bazılarını da dışlayarak, otoritenin kaynaklarının bağımlı olduğu görüşlerle, kendilerini gözetleyenlerin düşünce ve deneyimlerinden bazılarını düzenleyerek, yeni bir toplumsal gerçekliğin

şekillenmesine veya eskisinin yeniden düzenlenmesine aracı olurlar (Lull 2001: 88).

İnsanlar, kendi benliklerine koydukları görüntü ile hayatlarının kesişmediğini fark ettikleri zaman, kendilerini tehdit altında hissederler. Bu yargılar, kesin çizgilere dayanmaktadır. Dolayısıyla birey, uyuşmazlığı çözmek ya da karşıdaki kişiye uyuşmazlığı yansıtmamak için sosyal medyayı araç olarak kullanmaktadır.

1.4 İnsan için yeni ihtiyaçlar yaratılması

“Tüketim kültürü olguları oluşma aşaması, özellikle İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra kendini belli ederek, toplumsal yaşamda bir yer edinmeye başlamıştır. Tüketici kelime anlamı ile bir ürünü tüketen birey anlamına gelir ve gereksinimlerin, arzuların herhangi bir biçimde tatmin edilmesini sağlamaktır.” (Öğüç, 2015: 63) Modern dünya ve kapitalist ekonomik sistem tüketim üzerine kurulduğundan dolayı, insanlar da artık her şeyi hızlı bir şekilde kullanıp tüketiyorlar. Kapitalizm, arz ve talep üzerine kuruludur. İlk bakışta, sadece sunulan ve malı satın almak isteyen üzerine kurulu gibi görülen denge, kapitalist sistem içerisinde aslında çok daha fazlasıdır. Kapitalizm, artık talebi de yaratır pozisyonundadır ki bu da bir şeye ihtiyaç olmaması halinde bile onun tüketilmesi ile sonuçlanmaktadır. (Öğüç, 2015: 63)

Kitle iletişim araçlarının gelişip dönüşmesi, tüketim kültürünün de bugün deneyimlediğimiz halinin almasında etkin bir rol oynamıştır. Gelişmekte olan ülkeler, sosyal medya aracılığıyla kitleleri tüketici olmaya ikna etmiş, tüketim alışkanlıklarının kazandırılması sağlamıştır. Yaşamak için gerekli olan temel gereksinimlerin karşılanmasından öte, tüketim toplumu bireylere yeni yapay kimliklerin satın alınmasını sağlamaktadır. Dahası, tüketim alışkanlıkları, kültürel olarak neyin doğru ve yanlış olduğunu da insanlara empoze eder duruma gelmiştir. Yaşanan dönüşümler, kültürel çöküş tehdidine ve endişesine rağmen, tüketim toplumu 1950’li yılların sonunda kurumsallaşmaya başlamış ve toplum değişime hazır bir duruma getirilmiştir. Yaşanan dönüşüm, o dönem dünyanın içinde bulunduğu kolektivist ve tasarruf eden dünya görüşüyle çatışma içindeydi.

Karl Marx'a (2000: 125) göre, ihtiyaçların belirlenmesi ve tatmin edilmesi metalara ulaşıma bağımlı olduğu için tek gerçek ihtiyaç aslında sermayenin zenginliğine, yani paraya duyulan ihtiyaçtır. Kapitalist sistemin piyasasındaki ilişkileri, maddiyata duyulan ihtiyacın tamamlanması, bu ihtiyaç için durmaksızın bir teşvik edilme döngüsüyle yeni insani ihtiyaçların gün yüzüne çıkarılmasıyla mümkündür. Dolayısıyla, tüketim ekonomik bir kavram olmaktan fazla, psikolojik ve sosyal bir kavram haline dönüşmüştür. Modern kapitalist toplumlar, insanların kim olduklarını ve kim olmak istediklerine göre şekillenmesine olanak sağlamaktadır.

Tüketim toplumunu belirleyen özellik, bireyin temel yaşam ihtiyaçları için tüketmesi yerine, tüketmenin kendi başına bir amaç haline gelmesinde yatmaktadır. Doğadan kopan insan, iznini tatile gidip doğayı seyrederek ya da pikniğe giderek değil de büyük alışveriş merkezlerinde geçirmeye başlamıştır. Sınırsız ürünün stoklandığı yerlerde, ihtiyaç dışı birçok ürünü sepetine koyarak alışveriş yapmaktadır. Büyük alışveriş merkezleri, içerisinde konuşlandığı restoran, park, sinema gibi hizmetlerle insanların alışveriş yaptığı yerlerden öte bir çekim merkezi haline dönüştürülmüştür. Tüketim, bağımlılık esasıyla dönüştürülmüş bir toplumu ortaya çıkarmaktadır. Tüketim toplumuna dönüşme süreçleri, moda, ürün, taksitli alışveriş imkanı, promosyon, indirim gibi seçeneklerle de desteklenmektedir. Erich Fromm bu toplumu sürekli ağlayan ve biberon isteyen ve hiçbir zaman büyümeyen bir bebek olarak nitelemektedir.

“Tüketim toplumu hayatını idame edebilmek için ürünlere; aslında onları yok etmeye muhtaçtır. rnlerin kullanımı, onların kendi değerlerinden öte sadece kaybolmaya götürür. rnlerin yok edilmesinde yaratılan artı değer çok daha fazladır. Bu sebeple, yok etmek, üretimin alternatifi olarak kalır ve tüketimi, üretimle yok etme arasındaki bir terime dönüştürür. Tüketim süreçlerinde, ürünün kendini imha etmesinden dönüştürmesine yönelik derin bir algı vardır. İşte bu, tüketmenin anlam kazandığı noktadır. rnler sadece yok edildiği zamanlarda ihtiyaç fazlası olarak vardır ve yok oldukları dönemde ortaya çıkan zenginliğe şahit olurlar. Yok edilme ister şiddetli, isterse simgesel olsun; sistematik olarak yok edicilik, endüstri toplumunun baskın işlevlerinden biridir” (Baudrillard, 1997: 45).

1.5 Gösteriş Tüketimi

Gösterişçi tüketim, satın alınan ürünlerin başkaları tarafından görülmesini teşvik eden bir tüketim şeklidir. Bir ürünün, sınıfsal durumun gösterilmesi ve/veya sosyal bir mesaj vermek amacıyla satın alınması, gösterişçi tüketim süreçlerinin ortaya çıktığı olgulardır. Bireyin, toplumdaki prestijini arttırmak amacıyla gösteriş yaptığı göz önüne alındığında, bireyin egosunu yükseltmek maksadıyla yaptığı tüm alışverişi de gösteriş tüketimi bağlamında gözlemleyebiliriz. Veblen (1934: 71) tüketimi sosyal etmenler kıstasında ele alarak, tüketicilerin aldığı ürünü, o üründen fayda elde etmekten öte, toplumsal statüsünü göstermek için elde etmek istemesi olarak niteler. Veblen'e göre, insanlar, aynı amaca hizmet edecek iki arabadan daha pahalısını satın almanın bireye ek bir değer de kattığını ifade eder. Bu ek değer toplumsal statünün ve bireyin gücünün diğerine gösterilmesidir. Bu açıdan bakıldığında, satın alınan ürün doğal görevini yerine getirirken aynı zamanda gösterişçi tüketimin bir parçası olarak tüketim malzemesi haline de getirilmektedir.

Gösteriş Tüketimi, tüketim süreçlerinden farklılık göstererek, bireyin ihtiyaç olarak hissettiği şeyi satın alması değil, başkalarının gözünde değer kazanması ve sınıfsal statüsünü gösterebilmesi için yapılmaktadır.

Piyasaya sürülen ürünler, erişilmesi için çabalanan ve erişildiği andan itibaren gösterilmek üzere pazarlanan bir yapıya bürünmektedir. Veblen'e göre zenginlerin, zenginliklerini gösterebilmek amacıyla yaptığı tüketimi yapabilmesinin yegâne yolu israftır. Dolayısıyla, zenginler, zenginliklerini çalışmadan kazanabildiklerini gösterebilmek için tembellik yaparlar, ya da herkesin erişemeyeceği pahalı ürünleri tüketerek gösterirler. İnsan, kültürel bir varlıktır. İnsan ilişkiler üzerine benliğini küçüklük yaşlarında kavrar ve doğasını ona göre şekillendirir. Kültür, ekonomik koşullar üzerine şekillenir. Bireyin alışkanlıklarını revize etmesi ekonomik bir zorlama olsa da, kültürel bir ürün olduğu gerçeği de kaçınılmaz bir gerçekliktir. Dolayısıyla, burjuva sınıfın yaşam standartları, alt sınıfların erişmek istediği bir yaşam biçimi olarak karşımızda durmaktadır. Kapitalist sistem, en yoksullar da dahil olmak üzere tüm sınıfların tüketim süreçleri içinde olmalarını emreder. Tüketim

süreçleri, temel ihtiyaçların karşılanmasından sonra, mal ve ürünlerin satın alınabilmesi kendini sürekli olarak hissettirir. İlke olarak sınırsız oranda, daha da fazla mal tüketilebilmesi için, sınırsız satın alma... Her ekonomik sınıf, bir üstteki sınıfta yer almak için çabalamaktadır. O sınıfta yer alınmasa bile, o sınıftaymış gibi görünmek için toplumlar üst sınıfın harcama alışkanlıklarını taklit etme yolunu tercih etmektedir.

“Tüketim toplumu içinde olup biten şey aslında insan ihtiyaçlarının ön planda olması ya da nihai olarak bu ihtiyaçların karşılanması değil, üretilen malların elden çıkarılması ve onlardan kâr edilmesi temeli üzerine kurulu kapitalist bir sistemin ihtiyaçlarının karşılanmaya çalışılmasıdır. İhtiyaçların toplumsal bir içerik ve işlevleri vardır ancak bunlar çoğunlukla üzerlerinde bireyin neredeyse hiçbir denetiminin olmadığı dışsal güçler (piyasa güçleri, medya, bilim ve uzmanlık vs.) tarafından belirlenirler. Bu nedenle, yaratılan ve farklılaştırılan ihtiyaçlar, bireyin varoluş koşulları tarafından yeniden-üretilen ve sağlamaştırılan kendi ihtiyaçları olmaktan çok, sistemin varoluş koşulları tarafından ortaya konulan ihtiyaçlar olmaktan öteye gitmemektedir” (Yanıklar, 2010: 32).

Veblen (2010), sınıflı bir toplumda, topluluğun saygınlık standartlarına göre yaşamak için yalnızca en zenginler dışındaki herkesin neredeyse bütün gelirini kullanmaya mecbur olduğunu öne sürmüştü, buna da "gösterişli tüketim" adını vermiştir. Gösterişli tüketime katılım göstermemek, toplumsal dışlanmışlıkla karşılaşma ve daha da ötesinde yukarıya doğru hareketlilik için beklentilerin azalması anlamına gelir.

1.6 Sosyal Yaşamın İnşası Açısından Sosyal Medya

Gelinen noktada, kitle iletişim araçlarının tüketim kurallarına bağlı olmadan yaşam sürdüğünü düşünmek imkânsızdır. Kitle iletişim araçları, kapitalist ekonominin işleyişinden ayrılamadığı için, arz-talep ilişkisi içinde sürekli bir şekilde tüketilmeye mahkûm edilmektedir. Sermayenin gelirine gelir katabilmek için aracı olarak kullandığı reklamlar, kitle iletişim araçları ile enformasyon değeri de kazanmaktadır. Zihinsel süreçlere dayalı bir mesaj aktarımı olarak okuyabileceğimiz reklamcılık, enformasyon tüketimi olmaksızın daha farklı bir şekilde kendini var edemez.

Sosyal medyanın, bireylerin iletişim kurduğu bir ortam olarak kökleri 1978 yılına dayanmaktadır. Acar ve Polonsky (2008: 57) bireylerin birbirine e-mail atmasına, bülten tahtalarına erişim hizmetinden yararlanmasını sağlayan Elektronik Enformasyon Değiş Tokuş Sistemi (EIES)'i sosyal ağların kökeni olarak niteler. Bilinen anlamıyla ilk sosyal paylaşım platformu ise 1990'lı yılların sonunda hizmete giren 'Six Degrees' adlı sitedir. Bugün kullandığımız sosyal medya araçlarından Facebook değerlendirildiğinde ise, Ekim 2017 itibariyle 1.39 milyar kullanıcıya sahip. Her gün 890 milyon kişinin Facebook kullandığı ve paylaşım yaptığı ise biliniyor. Sosyal paylaşım siteleri, kullanıcılarına hem sosyal yaşantısında kurduğu ilişkileri devam ettirme hem de yeni ağlar kurma imkanı tanır. Facebook ve çatısı altında bulunan Instagram, bugüne kadar hiçbir sosyal paylaşım sitesinin erişemediği istatistiklere ulaşarak dünyanın küresel bir köye dönüştürülmesinde önemli bir görevi yerine getirmektedir.

İnternet, kullanıcının direkt olarak amacına ulaşmak için gereksinimlerini karşılamaya yarar. Eski dönemlerde uzun süreli yapılan araştırmalar, internet gelişimi ile saniyelerle ölçülebilecek boyuta indirgendi.

Son dönemlerde sosyal medya araçlarına giren bireylerde yaşanan artış, reklam verenlerin de gözünü o alanlara dikmesine neden olmaktadır. Reklam verenler, sosyal medyanın gelişmesiyle, erişmek istedikleri kitleye çok daha kolay ve hızlı erişebilmektedir. Sosyal medya araçlarının reklam verene sunduğu seçim şanslarıyla reklam içeriğinin ulaşılmasının istendiği kitleyi özelleştirme şansına sahip olundu. Facebook'un CEO'su Mark Zuckerberg sahibi olduğu Facebook ve diğer sosyal medya araçlarının, çevrimiçi reklamcılıkta yepyeni bir araç haline geldiğini değerlendirerek, işletmelerin viral pazarlama tekniklerini kullanarak daha çok kitleye ulaşabileceğine ve daha çok tanınmasına sebep olabileceğini belirtir. Bununla da yetinmeyen reklam verenler, içinde bulunduğumuz tüketim toplumunun dayatması ve rol model olarak belirlediğimiz 'ünlüler'in satılan ürünleri, kişisel hesaplarından paylaşmasıyla, bildiğimiz anlamıyla sosyal medyanın boyut değiştirerek bir gösteri arenasına dönüşmesine neden olmuştur. Sosyal medyada tüketicinin ünlüler üzerinden reklam edilmesi, sosyal medyanın da ünlü olma platformuna dönüşmesiyle sonuçlanmaktadır. Sosyal Medya kullanıcıları,

hayatlarını yakından takip ettiği ünlüler gibi giyinerek, saçlarını onlar gibi keserek erişmek istedikleri üst sınıfa kendilerini daha da yakın hissetmektedirler. Yönetmen Milos Forman insanların masalları sevdiğini ifade ettiği bir açıklamasında, tüm dünyada Amerika'dan daha başarılı bir şekilde masal yazabilen bir ülke olmadığını, Amerika'da her çocuğun prens ve/veya prenses olmayı, her yetişkinin ise Rambo olmayı ve rakiplerini öldürmeyi hayal ettiğini söyler. (Barnet ve Cavanagh, 1995, 21).

Tekniklerin değişip dönüşmesi reklamın da yeni bir evreye girmesine neden olmuştur. Reklamlar artık sadece inandırmaktan öte sarsmaya; ürünü açıklamaktan öte esinlemeye çalışmaktadır. Reklamda verilen sloganlar, tekrarlama, ilgi çekici görüntüler; ciddi ve ürünün kalitesini kanıtlayabilecek ilanları geride bırakmakta ve bilgilendirici olmaktan daha fazla, çok esinleyici bir karakter taşımaktadır. Reklamlarda geline bu süreç, insanın karakterinde yıkıma ve dağılmaya yol açar. Endüstri toplumları, yeni sunum ve yeni teknikleri kullanabilmek fizyoloji ve psikoloji alanındaki araştırmalardan yararlanmaya başladı. Edinilen bilgilerle reklamlarda obsesif dürtülere, ve cinsel içgüdülere bel bağlayarak, politik propagandanın da bu yöntemleri kullanmasına neden olmuştur. Endüstri toplumuyla birlikte reklam da bir bilim alanı olmaya yönelerek, sonuçları ölçülebilir, getirisi kanıtlanabilir bir hale bürünmüştür. Hal böyle olunca, modern bireyin pasifliği de ortaya çıkmıştır. Belirli bir takıntıdan ve çekim süreçlerinden ayrılması her gün daha da güç bir hal almıştır. Bireyi herhangi bir ürüne ya da markayı almaya teşvik etmek, sadece bir ürünü ona benimsetmek değil aynı zamanda, onda ürüne karşı bir gereksinim yaratmak da daha kolay bir hale gelmiştir. (Domenach, 2003).

1.7 Gözetimin Kavramsal Çerçevesi

Tarihsel süreçler dikkate alındığında, insanlar, bir diğerini denetlemek, kontrol altında tutmak gibi çeşitli amaçları edinmiştir. Üretimin kontrolü ve hâkimiyeti, diğerinin üzerinde hâkimiyet kurulmasını zorunlu kıldı. Modernleşen dünyayla birlikte denetim altında üretilen ürünlerin tüketimi ve yeniden üretimi için de gözetime ihtiyaç duyulmuştur.

Kapitalist ekonominin doğası olarak, toplumsal üretim, üretilen çok sayıda ürünün tüketimini de bir zorunluluk haline getirdi. Pazarlar büyüdükçe yeni

pazar arayışları ve o pazarlara girme yarışı da başlamıştır. Amaç daha fazla gelir elde edebilmek için daha fazla üretmek ve daha çok tüketime teşvik etmektir. Gözetim kavramı insanlığın ilk yıllarına kadar dayanmakla birlikte, kitlesel tüketime geçişle birlikte yeni bir boyut kazanmıştır. "Kurulan tüketim düzenin üretilmesi ve yeniden üretilmesinin önem kazanması; tüketicilerin bedenlerine işleyen, öğrenimlerine, gündelik yaşamlarına sinen bir gözetleme sistemini de beraberinde getirmiştir" (Foucault 1992: 154, 2012: 23).

Ulus-devletler, İkinci Dünya Savaşı'nın ardından kendini yavaşça çok uluslu şirketlere bırakmaya başladı. Adına küreselleşme dediğimiz bu yaklaşımla, şirketler arası rekabet, maksimum kar ve daha fazla üreterek daha fazla tüketim mentalitesi, tüketicilerin sistemli gözetimine ihtiyaç duyulmasına sebep olmuştur. Böylelikle, İkinci Dünya Savaşı'nın ardından yeniden paylaşılan dünyada kitlesel üretim yapan çok uluslu şirketlerin önünde hem geleceğin yeni toplumsal şeklini belirlemesi hem de onu yönetmesi gereken bir dönem başlamıştır.

Bilişim teknolojilerinin gelişmesi ve hayatımızın ciddi bir oranında yer sahibi olmasının ardından gözetim de hayatımızın derinliklerine işlemeye başlamıştır. Hemen her gün kullanılan sosyal medya platformları, klasik gözetim dönemlerinde insanların başaramadığı kadar sorunsuz ve hatasız bir gözetim döneminin başlamasına neden olmuştur. Bir başka şekilde söylemek gerekirse, modern dünya ve ağ toplumunun oluşturduğu teknik ve bilimsel üretim, kendisini üreterek daha da kitlesel bir hale geldiği gibi, küreselleşmesine de neden olmuştur.

Gözetim kavramı hem küresel hem de kişisel olarak gelişimlerine farklı yollarda devam etmiştir. Hükümetler, istihbarat servisleri ve küresel şirketler yoluyla diğer ülkelerin bilgilerini ele geçirmek üzerine odaklanırken; bireysel dünyada ise bireylerin tüketim davranışlarının keşfedilmesi ve yeni pazarlama teknikleri geliştirmek için kullanılmıştır. Tüketim toplumunun dayatması olarak, iktidar sahipleri, kitlelerin ürünlerin pazarlanmasına nasıl tepki verdiklerini, reklamlara yönelik ilgilerini ve bilgilerini satın almak için gözetim olgusunu kullanmaktan hiç geri kalmamışlardır.

Bilgisayar kullanımının artmasıyla birlikte, kâğıda dayalı kayıt sistemlerinin dijital ortamlara aktarılmasına ve gözetimin yapısının kökten değişmesine neden olmuştur. Konuyla ilgili olarak Lyon (1997: 91) bireylerin artık birer yurttaş ve canlı kanlı bir birey olmak yerine kod numaraları bulunan ve harflerle ifade edildiklerini anlatır. Elektronik gözetimle birlikte, var olan tehdidin sadece özel alanı ilgilendirmedeği, belirgin olmayan, hareket edebilen, gizli bir denetim süreci bulunduğunu da ifade eder. Lyon, modern gözetimin bulunduğu sistemlerde tek bir yönetim sisteminden bahsetmenin mümkün olmadığını da ifade ederek, bahsi geçen rejimin anlamlandırılabilmesi için George Orwell'in 1984 adlı kitabı ve Bentham'ın Panoptikon adlı hapisane tasarımının açıklayıcı olduğunu kaydetmiştir.

George Orwell'in 1984 adlı yapıtında bahsi geçen Büyük Ağabey (Big Brother)'in, sadece iş ortamlarının denetlenmesi ve düzenlenmesi değil, aynı zamanda ortaya çıkan denetimle, vatandaşların kimliklerinin yeniden üretilmesinin aracı olur. Böylelikle, birey denetlendiğinin bilinciyle, tepki değişikliğine gider ve bunu süreç içinde normalleştirir. İnternet, kameralar, telefonlar gibi araçların sunduğu teknik hizmetlerin yardımıyla, denetim ve gözetim artık toplumsal olmaktan çıkıp bireylerin yatak odalarına, özel yaşantılarının en uç noktalarına kadar ulaşabilecek şekilde yaygınlaşmıştır. 2008 yılında İngiltere'de yapılan son araştırmada, ülkede 4 milyondan fazla kapalı devre kamera sistemi bulunduğu belirlenmiştir. Yine 2008 yılı İngiltere nüfusuna göre, bu kamera sistemi sayısının her 15 kişiye bir kamera düşecek şekilde olduğu bilinmektedir. Bir yandan kişilerin iş yaşamı etkinlikleri ve tüketim alışkanlıkları düzenlenirken öte yandan bireyler teknoloji ve bürokrasi aracılığıyla Foucault'un deyişiyle "normalleştirici disipline" bağımlı kınırlar. Henriques ve arkadaşları ise iş yerinde bilgisayara dayanan performans izleme sistemlerinin "performansın takdir, değerlendirme, geri besleme ve yayın gibi pratiklerinin disipline sokucu iktidarın yayılmasına izin verdiğini" ifade etmişlerdir (1998, aktaran Ball; Wilson, 2000: 543).

Giddens, gözetlenen toplumu, kaybolan bedenlerle ilişkilendirir. O'na göre, bedenlerin kaybolması, bazı şeylerin uzaktan yapılmasıyla başlar ve her şey soyut bir hal alır. Bir SMS atıldığında ya da sosyal medya hesaplarından birine mesaj atıldığında somutluk yok olur. "Emoji"lerin bu kadar sık

kullanılması, görülmeyen yüzün yerine geçmesi de tam olarak bu sebepten kaynaklanmaktadır.

Lyon'a göre, (2006; 34) modernitenin ana sorunlarından bir tanesi olarak bedenlerin bilgi teknolojilerinin büyümesi ve yayılması aracılığıyla kaybolduğuna işaret eder. Görünen bedenleri izleyen somutlaşmış gözetlemenin doğurduğu zorlukları dengelemek üzere, kişisel izleri takip etmek için sosyal ajanslar ortaya çıkmıştır. Ve bunlar, şu an için bir önemi bulunmayan, parçalanmış bilgileri bir araya toplayarak koordine ederler ve günü geldiğinde kullanmak için hazır bilgi olarak arşivlerler.

Kapitalizm, üretici tarafından üretilen değeri korumak için devlete bağlıdır. İnternet aracılığıyla oluşturulan ekonomi içindeki denetim, yetkili kanallar aracılığıyla ilişkileri denetler. Bahsi geçen denetim, toplumsal ilişkilerin içine yerleştirilir. Kapitalizm, üretici ve tüketici arasındaki ayrımı kabul ettirmeye çalışır çünkü bu, dolaşımın denetlenmesine aracılık edecektir.

Özel mülkiyet, başlı başına özgürlüğün kısıtlanmasıdır. Onun doğası budur. Mülkiyet, belirli yerlerdeki mal varlıklarının denetlenmesi, onun, bireylere yönelik boyun eğdirmesine aracılık eder. Böylelikle yaşam, yeniden üretim maliyetlerinin ötesinde ödeme almayan kölelerinkinden farksız olur. Özel mülkiyetin temel amacı, mülk sahiplerinin tadını çıkaracağı zenginliği elde ederken, mülksüz sınıfın varlığını güvence altına almasında yatar. Kapitalizm bunu talep eder. Maksimum derece kârın elde edilebilmesi için, ürünü üreten işçinin maksimum oranda sömürülmesi, sıkıştırılması ve rahata kavuşamaması gerekmektedir. Tüm bunlar, denetim süreçlerinin hayatlarımızda önemli rol oynamasına aracılık eder.

1.8 Gözetimin tarihi

Gözetim, insanlığın yazı yazmayı icat etmesinden başlayarak günümüze kadar evrimleşerek ve gelişerek gelmiştir. İlk gözetim örneklerini, eski çağlarda, üretimin kontrol altına alınması, üretilen ürünlerin sayılarak varlıkların denetlenmesi ihtiyacından ötürü ortaya çıktığını görebiliriz. Giddens, gözetim kavramının insanlık kadar eski olduğundan bahseder. Kayıtlama sisteminin uygulanması, resmi olarak gözetim kavramının ilk kez

ortaya konulduğu alandır. Giddens'a göre yazı, bulunan bilgileri kayıt altına alma amacıyla ortaya çıkmıştır. O'na göre, yazı, iktidarın hem ürünler hem de bireyler üzerinde uyguladığı denetimin kapsamını daha da yaymak üzere kullanabileceği bir şifreleme bilgisi olarak niteler. (Giddens 2005: 66) Giddens'e göre metinler, "semantik bir anlam yaratmak üzere bazı kodları bir araya getirerek sadece olayları sınıflandırmaz aynı zamanda bunların tanımlanarak öğrenilmesini de mümkün kılar.

Giddens, metinlerin anlaşılabilir bir hale gelmesiyle birlikte yazının da anlam içeren bir içeriğe sahip olduğunu kaydederek, yaşanan bu gelişmeyle birlikte sözlü geleneksel davranış biçimlerinin de devlet tarafından ele alınıp denetime tabii tutulabilir hale geldiğinden bahseder. Böylelikle yazı, toplumdaki potansiyel itaat etmeyen kesimlerin hareketlerini tanımlamak, izlemek için kullanılabilir hale gelmiştir. Yazının keşfi sonrası istatistik verilerin resmi bir şekilde kayda alınması, toplumdaki insanların yaka kartlarına ve yaşamlarına yönelik ayrıntılı bir kategorilendirme biçimi ile modern devlet kendine has bir özellik geliştirmiştir. (Giddens 2005: 66-67)

Matbaanın keşfi, gözetim süreçlerinin gelişmesi ve dönüşmesinde önemli bir basamak olmuştur. Matbaanın icadı, devletin varlığının pekiştirilmesi açısından önemli bir sonuç doğurmuştur. Yaşanan bu gelişme ile devlet, gözetim süreçlerinde ciddi bir ilerleme yapabilme imkânına sahip olmuştur. Matbaanın keşfi, özellikle devletin kuruluşlar üzerindeki denetiminin artmasıyla sonuçlandı. Bu tarihten itibaren devlet, üretim malzemelerinin dökümünü işverenden talep edecek, üretilen ürünün denetimini önceki dönemlere göre daha kolay halledebilecek duruma gelecektir.

15. yüzyıl dünyasında dini ritüeller güçlü bir gözetim şekliydi. Denetim süreçleri, dine aykırı işler yapan kâfirlerin aranmasını veya din bilinci, örf ve kurallarının kontrol altında tutulması gibi sıradan işleri de içermekteydi. O dönemlerde kiliseler doğum, evlilik, ölüm gibi kayıtları da tutmasıyla ilk nüfus şekilleri tespit edilebilir olmuştur. 16. yüzyılda, gelişen bilgi toplama ve analiz edebilme kapasitesiyle birlikte, ulus devletler ortaya çıkmaya başladı ve siyasi gözetim, dini gözetime benzer önemli bir hale büründü. İlerleyen

yıllarda devlet ve burjuvaların gelişmesiyle birlikte, çok daha geniş sosyal, coğrafi ve zamansal gözetim başlamış ve devletler, "polis devlete" evrilmiştir.

Yaşanan gelişmeler ışığında, modern toplumlarda güçlü bir gözetim bugüne kadar hiç olmadığı şekilde önem kazanmıştır. Karl Marx, kapitalist üretim biçimini analiz ederken, gözetim olgusunun üzerinde de durur. Kapitalist üretimin başlıca dürtüsünün artı-değer olduğu göz önüne alındığı zaman, artı-değerin elde edilmesi için mümkün olduğu ölçüde fazla işgücünün kullanılması ve emek sömürüsünün en üst düzeyde yapılması gerektiğini tespit eder.

İş yerlerinde çalışan işçilerin sayısının artması, işverene yönelik direnişin de artması tehlikesini ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla işveren, yaşanması muhtemel direnişlerin ve isyanların önüne geçebilmek için gözetimi sürekli olarak kullanmayı hedefler. Sadece direnişin engellenmesi değil, daha da önemlisi sermayenin malı olan üretim araçlarının, sermayenin talep ettiği şekilde kullanıldığının da denetlenmesi zorunluluğunu ortaya çıkarır.

Marx, sanayi işletmelerini tıpkı bir orduya benzetir. O'na göre, sermayenin yönetimi altında toplanan sanayi işçileri, aynı birer ordu gibi subaylar (yöneticiler) ve astsubaylardan (ustabaşı, postabaşı) oluşur. Yöneticiler ve astsubaylar sermaye adına işi yaparken aynı zamanda orduyu da idare eder. Böylelikle gözetim, yönetici ve astsubayların özel görevi haline dönüşür. (Marx, 358-360)

Görülebileceği gibi, gözetim somut bireylerin, diğer somut bireyleri gözetlediği bir süreçten ibaretti. Modernitenin gelişimiyle, daha soyut kişisel verilerin kontrolü ve denetimi daha da kolaylaştı. David Lyon'un Gözetlenen Toplum'da da betimlediği gibi "Gözetleme Konteynerleri" geçmiş dönemlerde iyi mühürlenmiş şeylerdi. Bir sektörde toplanan veriler, bir başka sektörü çok sık etkilemezdi. Ancak bugün, bu "konteynerler" sızdırmaya başlamış ve bu da durumun kökten değişmesine neden olmaktadır. Gözetleme süreçleri, sektörler arasında çok daha kolay bir şekilde hareket eder pozisyona gelmiştir. Bu çalışmanın ilerleyen bölümlerinde incelenecek olan Cambridge Analytics olayı da bu sürece iyi bir örnek olacaktır.

Bilgisayarlar sayesinde enformasyon, klasik yöntemler kullanılarak aylar süren, işleme, depolama, geri çağırma, eşleştirme, kullanma ve paylaşma işlemleri anlık olarak tabi tutulabilmektedir (Uzun 2011: 299). İlk elektronik dijital bilgisayar olan ENIAC'ın 1945 yılında üretilmesinden ve bilgisayar kullanımının yaygınlaşmasından sonra (Uzgören 1999: 167), her türlü gözetim etkinliği ve gözetim kavramının kendisi boyut değiştirmiştir. Lyon'un da belirttiği gibi bilgisayar gözetim sorunlarında merkezi bir konumdadır. Günümüzün tüm hayatı kapsayan gözetiminin ölçeğini ve nüfuzunu bilgisayar gücü olmaksızın gerçekleştirmek mümkün gözükmemektedir (Lyon 1996: 64; Dolgun 2008: 147-154).

Yaşanan gelişmelerle, verilerin bir araya toplanması, bireylerin bütün kişisel verilerinin bilgisayarların denetimi altına girmesine neden olmuştur. Dahası, bu verileri gücü elinde tutan insanların erişimine açılarak, insanların özel hayatlarına ait olayların, kişisel verilerin başkalarının elinde dolaşmasının da önü açılmıştır. Süreç, bireylerin sayılarla ifade edilebilen kodlar haline dönmesine sebebiyet vermiştir. Bilgisayarlar, yapısı ve kullanım kolaylığıyla birlikte, tüketici davranışlarının incelenmesini ve bunların denetlenmesini kolaylaştırmıştır. Oluşturulan veri tabanlarıyla biriken bilgi o kadar çoktur ki, tüketici bile o bilgilerin varlığından haberdar değildir.

Dikkat edilmesi gereken bir diğer konu ise, devletin yapılan gözetim süreçlerini kamu güvenliği ve çıkarları için yaptığı yalanıdır. Demokratik hiçbir toplumda, devlet gözetimi kendisi için yapmaz. Dolayısıyla, bireyin hak ve özgürlüklerinin kısıtlandığı her kararda, iktidarın kendi çıkarlarının değil, kamunun çıkarlarının korunduğuna yönelik açıklamalar yapılır.

1.9 Bentham'ın Panoptikon'undan web 2.0'a

Foucault'nun İktidar (2003) kavramını analiz etme yöntemi, on yedinci yüzyıldaki siyaset kuramcılarından ciddi farklılıklar göstermekte, dahası bu dönemin çözümlemelerine tam zıt sonuçlar sunmaktadır. Foucault'un yaklaşımına göre iktidar belli bir zümre veya grubun tekelinde değildir. Egemenlerin bir iktidar kaynağı olduğu olgusu üzerine analiz yapan Thomas Hobbes'un aksine Foucault, iktidarı yöneten yönetilen gibi iki taneden oluşmuş bir yapıdan çok, belli bir tarihsel süreçte olgunlaşan çeşitli kapatma

mercilerine dayandırmaktadır. O'na göre iktidarı tek bir kişinin tekelinde toplanmış bir devlet düzeni gibi analiz etmek basit olmasına rağmen, bu noktada iktidarın insanların özel alanlarına tümüyle müdahale edemeyeceğini gözden kaçırmamak gerektiği üzerinde durur. Böylelikle, iktidarın kendisinin gözle görünür olmasından çok, hedefinin görünür ve izlenebilir kılınmasından bahsedilir (Rouse, 1994: 95).

Gözetim süreçleri insanlığın tarihi kadar geçmişe dayanmasına rağmen, modern dünyada dönüşüme uğrayarak, sistematik bir hale geldi. Özellikle bireyselleşme ve bürokratik örgütlenmeye dayanan bu yöntem gittikçe sistematik ve rutin bir hale büründü.

Panoptikon kelimesi, kelime anlamıyla Yunan mitolojisinden gelmektedir. Kelime, Argus Panoptes adlı tüm vücudu gözlerle kaplı bir yapıda tasvir edilen ve birçok şeyi aynı anda görebilen bir antik karakterden esinlenerek oluşturulduğu betimlenir. Argus Panoptes'in farklılık yaratan en büyük özelliği ise görülmeden, görebilir olmasında yatmaktadır (Pimenta,2008:267-268).

Panoptikon konsepti, ortaya atıldığı ilk zamandan itibaren birçok araştırmacı insanın hayal gücünü süsledi. Samuel ve Jeremy Bentham kardeşler tarafından keşfedilen ancak 1700'lü yılların sonunda Jeremy Bentham tarafından tasarlanan Panoptikon hapishanesi, hiçbir zaman pratikte uygulamaya geçmedi. Panoptikon, Foucault'un gözetim çalışmalarını yaparken önemli bir araç haline gelmiştir. "İlginçtir ki bu, önceki zorlayıcı ve acımasız yöntemlerin yerini alan arketipik modern mod olarak öz disiplin üzerine yapılan vurgu ve sınıflandırma planlarına odaklanıyordu" (Agamben, 1998).

Bentham, 1791 yılında hapishane tasarımını yaptığında, hedefi, beden ve zihni ıslah ederek topluma yeniden kazandıracak bir iktidarı kabul ettirme sisteminin oluşturulmasıydı. Çok kısa ve temel olarak açıklanması gerekirse, panoptikon, etrafı dairesel biçimde tasarlanmış hücrelerin ortasında dairesel biçimde bulunan bir gözetleme kulesi ve her mahkûmun bir hücrede yer alması üzerine kuruludur. Hücreler arasında duvarların bulunması mahkûmların birbiriyle iletişim kurmasını engellerken, mahkûmların da daima gözetleme kulesindeki gözetleyici kişi aracılığıyla gözetlenmesini sağlar. Bu

mimari yapıdaki hücrelerde iki pencere bulunur. Pencerelerin biri gözetleme kulesine doğru bakarken, diğeri de ışığın içeriye sızmasını sağlamak amacıyla dışarıda konuşlandırılmıştır. (Foucault: 2006: 292; 296-297).

Hapishane tasarımıyla, gözetmen, hapistekileri sürekli denetleyecekti. Denetlemese bile mahkûmlar sürekli denetlendiklerine inanacaktı. Kule bir raylı sistemin üzerinde aşağıya ve yukarıya hareket edecek şekilde tasarlanarak, gözetmenlerin bakışının sürekli bir biçimde mahkûmların üzerinde olmasına neden olacaktı. Tasarıma göre, gözetleyicinin bulunduğu kısım çekme perdeyle kapalı olduğu için mahkûmlarla göz teması kuramayacak ve dahası gözetleyicilerin orada olup olmadığını bilme şansları olmayacaktı.

Hapishanenin temel prensibi, mahkûmun sürekli gözetlenmesi düşüncesiyle, hareketlerine düzen getirmektir. Genel anlamıyla, hapisteki mahkûm sürekli gözetim altında olmasalar bile, gözlemlenebileceği düşüncesiyle tavır ve hareketlerini değiştirmeye zorlandı. Panoptikon hapishane tasarımının en büyük etkisi, mahkûmda iktidarın sistematik bir şekilde işleyişini sağlamak ve sürekli görülebilir olduğu düşüncesini yaratmaktır.

Panoptikon tarzı hapishanelerin bir diğer özelliği ise, mahkûmun görülmekte ancak göreni görememekte olmasıdır. Panoptikon'un büyük etkisi ise, mahkûmun bir bilginin nesnesi olması ancak iletişim kuramamasında yatmaktadır. Foucault (2006: 297) bu noktada hapisteki mahkûmda, iktidarın otomatik işleyişini ortaya çıkaran bilinçli ve durmaksızın bir görünebilirlik hali yaratılmaya çalışıldığını ifade etmektedir.

Foucault, çalışmalarında Panoptikon'u efektif bir disipline etme yöntemi olarak ifade eder. Dahası bu ilke, sadece hapishanelerde değil, modern toplumlarda birçok kurumda da kullanılmaya başlanınca, Panoptikon ilkesi artık bir disiplin yöntemi olarak uygulanmaya başlanmış oldu. Yaşanan bu gelişmeyle, iktidar son derece ekonomik ve verimli bir şekilde her bir bireyi tek tek disiplin altına alabildi.

Bu gözetim, salt bir şekilde sadece kuledeki tarafından sağlanan bir gözetim süreci değildir. Foucault'a (2006: 343) göre gözetim mekanizmaları, hapisteki

mahkûmun yediği yemeğin sayısından, süresine, yemeğin niteliğinden, işin şekli ve ortaya çıkan ürününe, ibadet vaktinden, ne zaman sohbet edileceğine kadar ayar yapmaktadır. Bahsi geçen bu ayarlar, hapishanede verilen eğitim tarafından mümkün kılınmaktadır (Foucault, 2006: 343).

On sekizinci yüzyıl sosyal reformcusu Jeremy Bentham (1995), panoptikon tarzı hapishaneleri, ceza kurumlarının farklı “toplumsal hastalıkları”nın iyileştirilmesi için hayalî bir proje olarak ortaya atar. Mekânın düzenlenmesi ve aydınlatma koşullarını oynamak suretiyle mahkûmların görünürlüğüne maksimize etmeye çalışan benzersiz bir mimari formu vardır. Mahkûmlar, merkezi bir gözlem kulesini çevreleyen hücrelerde izole edilir ve kule içindeki muhafızlar gözlem altında tuttukları halde mahkûmları izleyebilir. Böylelikle, kendilerinin izlendiğinden hiçbir zaman emin olamayacak tutuklular, 24 saat gözetim altındaymış gibi hareket etmeye ve tavırlarını da bu şekilde düzenlemeye mecbur bırakılmaktadır. Bu sayede birkaç gözlemci, birçok mahkûmun davranışını inceleyebilir. Doğal olarak Panoptikon’da her şey gözetim halindedir ve mahreme yer yoktur. Gözetim süreciyle birlikte disiplin gelmiştir ve Bauman’ın anlatısıyla, hapisteki mahkûmlar, davranışları tek bir kalıba sokmaktadır. Başka bir anlatımla disiplin; yüksek sayıdaki kişilerin kaderlerinin, az sayıdaki bir kaç insanın eline bırakılmasıyla sağlanır hale gelmiştir. Bentham, bir üstteki aklın gücü elde etmesinin yepyeni modeli olarak tanımladığı Panoptikon’u ve Panoptikon’daki bu görünürlük sistemini, bir mahkûmun davranışını değiştirmek için açıkça ifade edilmiş davranış normlarıyla birlikte çalışmakta olduğunu belirtir. Dolayısıyla, mahkûmların herhangi bir anda, incelenmekte oldukları veya olabileceğinin farkında olmaları esastır. Bentham’ın Panoptikonu üzerine yapılan yeni Fransız çalışmaları Panoptikizm kavramına dayanan anlayış ile Foucault’dan ayrılır. Bentham’ın düşüncesinde iktidar ilişkilerinin yeni yorumu olarak çatışma ele alınır (Bentham, 1995:29-95).

Terim, sağlık, sapma, yoksulluk, coğrafya ve ekonomi ile ilgili konularda olmak üzere, tarihsel olarak devlet tarafından giderek daha tekelleşen çok sayıda politika işlevine daha yakından ilgili görünen çok uzun bir geçmişe sahiptir (Forrest, 1896; Langmuir, 1965).

Geleneksel gözetimin en göze çarpan özelliği, gözetimin pek sorgulanmadan, rutin bir uygulama olarak sürekli kendini tekrarlamasıdır. Dolayısıyla, gözetim “güçle” ilgilidir. Çünkü geleneksel gözetimde, amaç bireyleri, belirlenen hukuki normlar çerçevesinde disipline ederek “normal” bir şekilde davranması için yöneltmektir. Böylelikle, dengede olmayan ve eşit dağılıma sahip olmayan otoritenin ilişkileri de sürdürülebilir hale gelir.

Bu gözetim yeni gözetim süreciyle büyük ölçüde karşıtlık oluşturdu. Marx yeni gözetim sürecini tanımlarken, verileri elde etmek için teknik hizmet veren araçların kullanılmasıyla birlikte bireylerin dikkatle incelenmesi ifadesini kullanmaktadır.

Bahsi geçen tanımlar, “yeni gözetim” yöntemlerinin bazılarını açıklasa da, bu öğeler günümüzde değişiklik göstermiştir. Modern gözetim teknikleri çeşitlilik açısından “yeni gözetim”e göre çok daha derindir. Marx bu taktikleri ve yöntemleri şöyle açıklamaktadır:

- Çocuğunu bıraktığı bir kreşi, internet üzerinden denetleyen ebeveynler,
- İş bulmak için başvuran işçinin kişisel bilgilerini içeren veri tabanı,
- İş yerlerinde, müşterilerin yüzlerini tarayıp, daha önceden elde edilen şüpheli hırsız modelleri ile eşleştiren kameralar
- İşçilerinin e-mail ve telefon konuşmalarını gözetleyen bir işveren,
- Bir işçinin ne zaman nerede bulunduğunu içeriye bildiren sinyal rozeti,
- ATM'lere kurulan gizli kamera sistemleri,
- Klavyede basılan tuşları ya da arama yapılan kelimeleri denetleyen bilgisayar programı,
- Evin sıcaklığını ölçmeye yarayan aygıt,
- Bir bireyin uyuşturucu kullanıp kullanmadığını belirlemek için kullanılan saç analizi,
- Bireyin aldığı alkol seviyesini ölçmek için, bireyin kendine yapabildiği testler,

- Her türlü telefon görüşmelerini tespit etme özelliğine sahip tarayıcı,
- Bir bireyin DNA örneği,
- Beyin dalgalarının denetlenerek bir bireyin yalan söyleyip söylemediğinin belirlenmesi,
- Bir bireyi arayan başka bir bireyin telefon numarasının telefonda çıkması.

Görülebileceği üzere, gözetim artık sadece belli başlı alanlarda değil, yaşamın her alanında kullanılmaktadır. Artık, gözetimi sağlayan araçlar değişmiştir. Bireyin denetlenmesi artık göz yardımı ile değil, teknolojik enstrümanlar aracılığıyla yaşamın tüm alanlarına yayılmıştır. Böylelikle iktidar gözetimi hem daha ucuzlatmış hem de daha kolaylaştırmıştır.

Gözetim, sermaye ve emek arasındaki mücadelenin bir sonucudur. Kapitalist ekonominin bir getirisi olarak emek ve sermaye, gözetimi zorunlu kılar. Sermaye, bilgileri ayrıntılı biçimde kayıt etme ve dosyalamak ister. Dolayısıyla da gözetime ihtiyaç duyar. Günümüz dünyasında bireyler gözetimci bir evrende yaşamaktadır. İnternette alışveriş yaparken nelere dikkat edildiğinden, hangi kart ile ne kadar alışveriş yapıldığına kadar gözetim süreçleri devam etmektedir. Bu süreçler aracılığıyla edinilen bilgiler, sürekli olarak yeni ürünlerin satışa sunulmasına ve bireyin kişisel alışkanlıklarına yönelik ürünlerin satışa çıkarılmasına olanak sağlar. Gözetim altında olan birey, kim tarafından ne zamanlarda gözetlendiğini bilmemesine rağmen aynı Panoptikon hapisanesindeki gibi sürekli gözetim altında olduğu düşüncesiyle yaşamaktadır ve dolayısıyla da gözetimin birer nesneni haline gelmektedir. Modern teknoloji ile gizli olan hiçbir şey kalmamıştır. Orwell'in Büyük Birader'i kendisinden altta olanları artık daha kolay bir biçimde izleyebilir duruma gelmiştir. İş alanlarında düzeni sağlamak için kurulan sistemler, özel yaşamın ihlal edilmesine yol açmaktadır. Yaşanılan her alana girerek gözetim artık hem özel hem de kamusal alanda hakim durumdadır.

Modern kapitalist sistem, gözetleyenlerin kendi egemenliklerini, tüm gözetlenenler üzerine kurmayı hedefler. İşin özü, iktidarın her dediğinin doğru olduğu ve sorgulanmadığı bir toplumsal düzen yaratarak bireyleri

gözetlemeyi kendine hedef olarak belirler. Bu düşüncesini de burjuva sistem, vatandaşlara doğal bir durummuş gibi mal eder.

Gelişen ve değişen anlamıyla gözetim, her bir bireyin birbirini gözetleyebilmesi üzerine kuruludur. Her köşe başında bir diğ erinin ne yaptığını takip eden gözler hayatımızın içindedir. Bir web site yayıncısı, sunucuları kontrol altına alır ve sağladığı içerik sayesinde, o siteye kimin erişip erişmediğini, hangi IP üzerinden ve hangi internet sağlayıcısını kullanarak o siteye girebildiğini takip edebilir duruma gelmiştir. Site sahibi, dilediği anda, sitesine giren kişinin erişimini engellemek için gerekli müdahaleyi yapma hakkına da sahiptir. Kapitalizm, yarattığı sistem içinde, bireylere belli noktada yetki vererek, bireyin kendinin kontrole sahip olduğunu hissetmesine ve hem kendisinin hem de gözetimi aracılığıyla edindiği bilgilerin erişimine ve denetimine sahip olmaktadır. Bu da, gözetlemenin her geçen gün daha da artarak yayılmasına sebep olmaktadır.

İnternet, ilk yayılmaya başladığı zamanlarda, ifade ve örgütlenme özgürlüğünün vaat edildiği bir platform olarak karşımıza çıksa da, kapitalizmin çıkarlarına hizmet edebilmesi için dönüştürülerek, daha önce hayal bile edilmemiş bir ölçekte gözetlenmesi ve denetlenmesi için yeniden yapılandırılmaktadır. Dolayısıyla, özgür bir internetin, mevcut kapitalist sistem içinde hayat bulması imkânsızdır.

Bilgisayarla geliştirilmiş gözetleme, farklı organizasyonlardaki kâğıt dokümanlarla yapılan gözetleme metodunun yapabileceğinden çok daha etkin ve kapsamlı bir ağ yaratmıştır. Bu ağ mevcut idari sistemler tarafından sosyal düzenin sağlanmasında kullanılan etkili bir yöntem olarak gözükmektedir. Bilgisayar ağları sayesinde sınırlar aşılmıştır: Örneğ in bir resmi kuruluş diğ eri ile verileri paylaşma imkânına erişmiş, ticari kuruluşlar bireysel ve hane halkının tüketim kayıtlarını daha kolay tutabilmişlerdir. (Lyon: 2008)

Gelinen bu noktada, son derece uzman kuruluşlar, düzenli olarak vatandaşların bilgilerine erişir pozisyona gelmiştir. En temel devlet hizmetlerinden yararlanmak isteyen bir vatandaş bile, gözetimin çerçevesine girmeden bunlardan yararlanamaz. Modern toplumlarda yaşamın içinde var

olmak isteyecek her birey, bu yaşama ait kendisine verilen kartı kullandığı andan itibaren (kütüphane, hastane, iş, okul) dijital bir iz bırakarak, denetimin parçası haline gelmektedir.

Bilgisayar teknolojileri, gözetim süreçleri için çok önemli bir yere sahiptir. Bunun en önemli etkenlerinden bir tanesi, bilgisayarların diğer gözetim teknikleri ve araçlarıyla birleşebilmesinde yatmaktadır. Günümüz dünyasında, telefon konuşmalarının, yazışmaların ve kayıt cihazlarının tamamı bilgisayar teknolojileri çatısı altında birleştirilebilir. Burada dikkat edilmesi gereken şey, gözetimi yapan iktidarın kapasitesinin ne kadar büyüyebileceği sorunsalındadır.

Modern gözetim sistemleri, internetteki veri tabanlarına erişim sağlayabilmesinden ötürü daha önce hayal bile edilemeyecek mahremiyete erişimi olanaklı kılmıştır. Örnek vermek gerekirse, artık pek çok telefon numarası Google'ın verdiği hizmetle birlikte bilgisayara aktarılabilir. Aktarılan bu verilerle, her bir bireyin telefonunda bulunan numara, adres gibi bilgilere kolaylıkla erişilebilir duruma gelmiştir. Programlar aracılığıyla, sizi hiç tanımayan pazarlamacılar, internet sistemlerinin yardımıyla sokak adı girerek bölgede oturan insanların kişisel bilgilerine erişebilir duruma gelmiştir. Türkiye'de sık sık karşılaştığımız, Kıbrıs'ta da kısa bir süre önce devreye giren bir sistemle, devriye arabasında bulunan bir polis, bilgisayar aracılığıyla uzaktan polis dosyalarının tamamına erişerek önünden geçen aracın bilgilerini edinebilir.

Lyon ülkeyi eski yöntemlerle yönetemeyeceğini farkına varan devletlerin gözetimi artırmasındaki en önemli nedeni olduğunu ifade ederek, Amerika gibi hükümetlerin, suçluları daha suçlarını işlemekten kontrol altına alabilmek için teknolojik jandarmalık yapmaya başladığını ifade eder. (Lyon: 2008)

Yeni medya teknolojilerinde hükümet ve devletin halkı gözetlemesi, denetim mekanizmalarının küçük bir parçasıdır. Gözetim süreçlerinde kontrol, internet teknolojisinin bir özelliği olarak halka sunulur ve halk da bunu kabul eder. (Altheide, 2004: 231) İnternet kullanıcısı, en başından itibaren gözetlendiğini kabul ederek interneti kullanır. Artık içinden çıkılmaz bir hal alan bir başka

durum ise, internet kullanıcılarının gözetlendiklerini bildikleri halde, kendileri de gözetleyebilmek için gözetlenmeyi ve incelenmeyi istemesidir.

İnterneti kullanan birey, seyredilmek istenmese bile izlendiğinin farkındadır. Özellikle sosyal kontrolcüler tarafından yapılan bu izlemenin hiçbir zaman bitmeyeceğini anladığı zaman ise gözetleyen bireylerin taleplerine uyarak, sanal bir kimlik oluştururlar. Bu sanal kimlik, birçok kullanıcının gizli kalabilmek adına sahte kimliklerle profil açmasını da getirir. Dolayısıyla birey, gerçek kimliğini saklayabilmek adına internet üzerinden yaptığı her eylem için farklı bir kimlik sahibi olur. (Altheide, 2004: 229)

1.10 Michel Foucault'un panoptikon yorumlaması

Foucault'u post yapısalcılığın en önemli temsilcilerinden biri olarak göstermek mümkündür. Postyapısalcılık, gerçekliği metnin içinde görmektense okuyucu ile metin arasında karşılıklı etkileşim oluşturarak, okuyucunun performansını ilişkilendiren bir alternatif yol önerir. Dolayısıyla post-yapısalcı felsefe, metinlerde ortaya çıkarılan anlamların nasıl oluşturulduğunu sorgulamaya dönük bir metin felsefesi oluşturur. (Cevizci, 1997, s 363-364)

Post-yapısalcı felsefe, Descartes'ın bahsettiği "bölünmez özne anlayışına" sahip olduğu iddiasına karşı çıkarak, öznenin temel olarak dil üzerinden yapıldığını savunur. Foucault, öznelliğe tanınan konumu yadsıyan görüşleri destekleyerek, insan teriminin yalnızca modern dünyanın bir özelliği olarak kullanıldığını ve bunun insan yaşamı ile düşüncesinde hiçbir anlamı bulunmadığına işaret eder.

Foucault, modern toplum bilimlerinde, öznelliğin, öncelik üzerine kurulup işlendiğini belirtir ve modern "yapısalcı insan bilimleri"nin hem insanın hem de dünyanın aynı anda, dünyanın anlamının kurucu kaynağı ve herhangi bir nesne olarak çözümlendiğini de öne sürer.

Foucault'nun istediği türden bir açıklama yalnızca yapısalcı toplum bilimlerinde, özellikle de Lacan'ın ruh çözümlemesi ile Levi-Strauss'un insanbiliminde sunulmaktadır. Dolayısıyla Foucault'ya göre olağan toplum bilimleri ile yapısalcı toplum bilimleri arasındaki kilit değerdeki ayrım, olağan toplum bilimlerinin tam tersine yapısalcı toplum bilimlerinin bilinci, dolayısıyla

da onun dünya temsillerini çok daha temel ilkelere dayanarak açıklayabiliyor olmasında kendisini göstermektedir. Foucault bir anlamda bu yapısalcı toplum bilimlerinin, varsaydıkları temel insan kategorilerinin temelsizliğini göstermek yoluyla modern toplum bilimlerinin dayanaklarını çökertmeye yönelik bir açıklama sunduğuna dikkat çekmektedir. Foucault, insan gerçekliğini anlamaya yönelik en derinlikli yaklaşımın bundan böyle özne ile onun öznel temsilleri uyarınca değil, ancak bilinçdışı kaynaklı yapısal dizgelerin izi sürülerek sunulabileceği sonucuna varmaktadır. (Güçlü, A.; Uzun, E.; Uzun S.; Yoksal H. 2008)

İnsanlığın en eski zamanlarından beri gözetim çeşitli yollarla varlığını sürdürmüştür. Eski dönemlerde kaleler üzerinden yapılan gözetim, modern dünyamızda teknoloji ile birleştirilerek, iktidarın halk üzerinde kuracağı baskıyı kolaylaştırmıştır. Foucault "Aydınlanma Çağı" ile "özgürlük" kavramlarının ortaya atıldığı dönemde, kontrol altına alma kavramının da ortaya çıktığını ifade ederek, modern toplumların kimlik kartları, kredi kartları ve MOBESE'ler gibi araçlarla her türlü eylemlerinin gözlemlenebildiği bir ortama dönüştürülmüştür. Foucault, bahsi geçen denetim mekanizmalarına karşı tavır alanların ise toplumdan dışlandığını ve öteki olarak damgalandığına işaret ederek, bireylerin toplumdan uzaklaştırıldığının altını çizer. (Foucault, 2000). Foucault günümüz modern dünyasının gözetim tekniklerinden bahsederken, "Panopticism" yazısında gözetim kavramına farklı bir boyut getirir ve modern dünyanın gözetim stratejisini anlatırken, teorisini Jeremy Bentham'ın Panoptikon yapısı üzerine kurar.

Foucault görünür olmayı bir tuzak olarak niteler. O'na göre, görünür olmak sembolik bir durum olduğundan dolayı, görünürlük yalanına düşenlerin aslında kendi gözetimini, karşıdaki gözün emrine vermiş durumda olduğundan söz eder. (Lyon, 1994: 44). Foucault, Panoptik yapıları gözetlenenin sadece kuleyi görebildiği bir yapı olarak da niteleyerek, kulenin içindeki ile herhangi bir iletişim kurmadığını kaydeder. (Foucault, 2000: 292-298)

Küresel kapitalizm, gelişen ve dönüşüme uğrayan iletişim teknolojileri aracılığıyla toplumsal denetim sağlamayı kendine hedefler ve bu denetimi

tüm güçlerin karşısında daha da baskın bir hale getirir. Dolayısıyla iktidarın gözü her geçen gün daha da küresel bir hal alarak, toplumsal özgürlükleri yok etmeye başlar ve yerel iktidarın da desteğiyle, baskıcı gözetim toplumunu bir kez daha biçimlendirir. Küresel bir panoptikon, iktidarın yeni dünya düzeni olur. Küreselleşme süreci ile birlikte, toplumları kontrolü altına alan büyük birader, toplumlar birer tehdit ürünü olarak yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla yeni bir yüksek güvenli hapishaneye dönüştürülür. Küresel panoptikon ile iktidar toplumu bir kez daha hapishaneye mahkûm etmiştir. Toplumsal özgürlük bir ütopya olarak bir kenarda dursun, gözetleme iktidarın tekelinde olduğu sürece, toplumların özgürlüğünü tehdit altında tutmaya devam edecektir. (Foucault, 2003: 80-95).

İçinde bulunduğumuz gözetim toplumlarında gücü elinde tutan, iktidar ile aynı görüşte olan büyük grup vardır. Bu grup, içindekilerin birbirine olumlu olarak baktığı, kendinden olanı iyi özelliklere sahip olarak niteleyen bir topluluktur. Kendinden olmayan öteki grup ise (ötekiler), olumsuzlukların ve kötü özelliklerin bulunduğu bir topluluk olarak gözetim altında tutulmak zorundadır. (Hall, 1998: 41).

Foucault iktidar kavramına özel bir ilgi göstermiştir. Foucault, iktidarı tek yönlü bir anlama olarak görmemektedir. Bu yüzden de Foucault'un iktidar kavramı, diğer tanımlara göre ciddi farklılıklar taşımaktadır. Foucault, iktidar tanımını yaparken, bilgi ve iktidar arasındaki duruma göre değerlendirme yaparak yaygın düşüncüyü yeniden yorumlar. "Genelde bilgiyi biz, iktidar eliyle yapmak istediklerimizi yapabildiğimiz ama o olmadan yapmak istediklerimizin hiçbirini yapamadığımız bir bağlamda düşünürüz. Foucault, bilginin başkaları üzerine yüklenen bir iktidar olduğunu, buna bağlı olarak da başkalarını tanımladığını öne sürer. Ona göre bilgi, özgürleşmenin önünü keserek gözetlemeye, düzene sokmaya, disipline etmeye yönelik bir kip halini alır." (Sarup, 2004: 101).

Michel Foucault'a göre özne, tarihsel güçlerin ürünüdür ve farklı ekonomik ve siyasi koşullar farklı öznelerin üretilmesiyle sonuçlanmaktadır.

Foucault'a göre, iktidarı birinin diğeri üzerindeki homojen bir egemenliği olarak düşünülmesi hatalıdır. O'na göre, iktidar yerinin hiçbir zaman

belirlenemediği, hiçbir koşulda birilerinin elinde zenginlik gibi sahiplenebilir bir yapı olmadığından bahsederek, onu dolaşımda olan ve sürekli işleyen bir yapı olarak betimler. (Foucault, 2002: 43-44).

Foucault'nun post-yapısalcılık tanımında, iktidarın kritik bir önemi bulunmaktadır. O'na göre iktidarın üç özelliği şunlardır:

(1) İktidar üretendir. Yeni bilgi ve yaşam alanlarını, yaşam pratiğini de yaratan iktidar sadece baskın ve dışlayıcı bir role sahip değildir.

(2) İktidar, salt bir denetim merkezi içine sıkıştırılabilecek bir olgu değildir. Toplumsal süreçlerin tamamında sayısız yerel gücüyle, tüm alanlara yayılmış durumdadır. Bahsi geçen alanlar, sürekli olarak birbirleriyle iletişim halindedirler ancak hiçbir zaman kendi içinde bütün ve birleşik bir iktidara evrilmezler.

(3) İktidar, bir bedenin, diğeri üzerindeki tahakkümüdür. Bilgi nesnelerinden ayrılmayacak kadar onlarla iç içe olsa da, gösteren ile gösterilenler arasındaki oyundan daha fazlasıdır.

Foucault'a göre, bilgi her koşulda iktidarın denetimi altındadır. O'na göre, bilginin dolaşımı ile iktidarın küreselleşmesi eş zamanlı olarak gelişmiştir. Bu örneğe şu an günümüzde de rastlamak mümkündür. Kişilerin eylemlerinin özgür irade ile gerçekleştiği iddia edilmesine rağmen, bireylerin en basit gündelik hareketleri dahi şu an gözetim altında tutulmaktadır. Bazılarımız buna "elektronik panoptizm" bazılarımız ise "enformasyon gözetimi" diyor. Bu süreç, egemen olanın toplum üzerinde egemenliğini sağlama sürecidir. "Dolayısıyla gözetim kavramı, toplumsal denetim yanısıra, iktidar ve egemenlik ilişkisiyle de bağlantılıdır." (Dolgun, 2005, s. 14).

Panoptikon çok farklı hayallerden hareket ederek, benzer iktidar modelleri üreten muhteşem bir makinedir. İktidara yönelik aidiyet, hayali bir yapıdan mekanik olarak doğar. O derece ki, hapisteki mahkûmu tavırlarını düzeltmeye, deliyi sakın hareket etmeye, işçiyi daha fazla çalışmaya, okuldaki çocuğu daha özenli olmaya ve hastayı tedaviyi takip etmeye zorlamak için güç kullanmaya bile gerek duyulmamaktadır. (Foucault, 2006, s. 299).

Yukarıda Foucault'un da bahsettiği gibi, Panoptikon sadece hapisanelerde, mahkûmu gözaltında tutmak için değil, dünyanın tüm noktasında kontrol mekanizmasını sağlamak için kullanılmıştır. Birçok işyerinde yönetim katının en üstte olmasının temel prensibi de bu yüzden kurulmuştur. Dahası, bir işçinin yöneticilerden bahsederken "üstlerim" demesi de tam olarak bu kavram üzerine kurulabilecek bir yapıdır.

"Foucault panoptikonu modern yaşamın öznelleştirildiği bir süreç olarak niteler. O'na göre, iktidar toplumu teker teker, birimler şeklinde düzenleyerek, özneyi en yüksek oranda görünebilir bir sistem içinde gözlem altında alabilmektedir. Bu örneğin en yararlı biçimde kurumlarda işlediği gözlemlenir. Okullar, hastaneler, iş yerleri, bankalar ve vergi dairelerinin tamamı, vatandaşlar hakkında dosyalar tutar. Bizler bu dosyaları çok dikkate almayız. Onları unuttur ya da bahsi geçen iş alanının işleyişi için zorunlu bir parça olarak kabul ederiz. Ancak bilinmelidir ki, onlar toplumların gerçekliğidir ve bireyle ilgili kontrolü dışında manipüle edilmeye müsait gerçekler içerir. Dosyalar gibi, bireyin hakkında içerdiği gerçekler de, bireyin kendi tasarrufunda değildir." (Mansfield N. 2006, 81)

Gelinen süreçle birlikte, iktidarın gözünün sürekli bir biçimde toplumun üzerinde olduğu aşikârdır. Ancak bu göz çok fazla göz önünde olan bir göz değildir. İktidarın özünde gizlilik olduğu akılda tutulduğu zaman, iktidar ile toplum arasında asimetrik bir yapının olduğu açık bir şekilde karşımıza çıkmaktadır.

"Feodal ekonomik sistemde, iktidar yoksulların zenginlere vergi verdiği ve askerlik hizmeti yaptığı bir iktidardan öte değildir. Feodal sistemde, bireyin kişisel yaşantılarında ne yaptığı iktidarın sorunu değildi. Yani iktidar, bireyin ne yaptığına karşı ilgisizdi. O dönemde iktidarın dikkatinde olan şey, toprağı, sahibi olduğu köyü ve o köyde yaşayan insanlardı ancak birey, somut olarak denetim altında değildi. En yüksek verimliliğin oluşturulduğu ve en verimli üretime ihtiyaç duyulduğu dönemde, iş alanında kimlerin hangi işi yapacağına, halkın hangi noktalarda isyan edeceğine yönelik korkular, bireyin de kesin bir şekilde gözetlenmesini gerekli kıldı. (Foucault, 1992, 55)

M. Foucault, panoptikon yapısını neden iktidarın metaforu olarak gösterdiğini yukarıdaki açıklamada temellendirmiştir. Foucault, kapitalizmin egemen olduğu sistemde, iktidarın değişiklik gösterdiğinden, sürekli yüzü görünen bir kral iktidarı yerine, kim olduğu belli olmayan, ulu orta cezalandırmalar yerine iktidarın empozesiyle kendini kontrol ettiği bir varlığa bürünmüştür. İktidar artık biçim değiştirmiştir. Tamamıyla farklı bir otorite yöntemi kullanarak, kişinin iktidarı değil, "gözün iktidarı" olmuştur. Foucault, daha da ileriye giderek, 21. Yüzyıl'da toplumların ve dahası dünyanın dev bir panoptikon olduğundan söz ederek iktidarların, tasarımda da bulunan "dev kule"den ibaret olduğunu belirtir. Foucault, kulenin tepesindeki gözü Yüzüklerin Efendisi kitabındaki göze benzetir. Sürekli bir biçimde gözetleyen, göklerde yer alan bir göz... İktidarın gözü... Foucault, iktidarın görünmez olduğundan hareketle, vücut bütünlüğünü göremediğimiz iktidarın kim olduğunu da bilmediğimizden söz eder.

Foucault, uygarlığın, gözetim uygarlığı olduğunu ifade ederek, görünmeyen iktidarın kendi kurallarını nasıl oluşturduğunu aktarır. İktidar, bireyin hayatında ve toplumsal hayatının her aşamasında kendini hissettirmekte ve bireyden habersiz bir şekilde baskı oluşturmaktadır. Dolayısıyla, Foucault'a göre, iktidarı herhangi bir bireye bağlamak mümkün olmayacaktır. İktidar, kendini bireyde oluşturmakta ve ilkelerini bireyde uygulamaktadır.

Foucault, kapitalizmin gelişmeye başladığı dönemlere yönelik yaptığı incelemesinde, Panoptikon tanımlamasına fabrikaları da dâhil etmiş ve işçilerin daha verimli olmaları ve sermayeye daha çok kazandırmaları için gözetlenmeleri ve disiplin altında tutulmaları gerektiğini de belirtmiştir. Foucault'a göre, birey her yerde gözetim altında tutulmakta ve iktidarın daha iyi işleyebilmesi adına normalleştirici süreçlere tabi tutulduğundan bahseder.

"Panoptik mekanizma sabit görmeyi ve derhal anlamayı mümkün kılan mekânsal birimleri düzenler. Kısaca, zindanın ilkesini tersine çevirir veya daha çok -kapatma, ışıktan yoksun etme, saklamadan oluşan üç işlevinden yalnızca ilkinin korur, diğer ikisini saf dışı bırakır. ... Görünürlük bir tuzaktır" (Foucault, 1991: 200). Panoptikon'un insan üzerindeki en temel etkisi, insan üzerinde bir bilinç oluşturarak, onun sürekli görülebildiğini düşündürerek,

iktidarın otomatik işleyişini garantiye almaktır. Temel prensip, mahkûmun ne an gözetleneceğini bilmeden, sürekli gözlenebileceğinden emin olmasıdır. Böylelikle mahkûm, iktidarın kontrolü altında olmasa bile iktidarın taleplerini yerine getirebilecektir.

İktidar, kişiyi bireyselleştirerek ve bu bireyleri çoğaltarak denetim kurmayı başarır. Böylece toplumsal bir denetim mekanizması olan Panoptikon oluşmuş olur. Küresel egemenlik kurmuş olan kapitalizmin kendini sürdürebilmesi bu yapı sayesinde olanaklı olmuştur. Bireyler, iktidar-bilgi sarmalında oluşan eylem ve düşüncelerini kendilerinin özgür seçimi olarak algırlar. Özneleşme biçimleri, iktidar ilişkilerinde bireylerin boyun eğmelerinin bir yöntemi olarak kullanılır. Toplumsal olarak hareket halinde olamayan özneler, sürekli gözlemlendiklerini bilerek, hareketlerini de bunun üzerine kurgularlar ve bireysel yaşamlarında, örgütlenmeden yaşamlarına devam ederler.

1.11 Elektronik gözetim ve Süperpanoptikon

Süperpanoptikon, David Lyon tarafından geliştirilerek günümüze getirilen bir kavramdır. Kitle iletişim araçlarında yaşanan dönüşüm, veri tabanlarıyla ve bilgisayarlar aracılığıyla bildiğimiz şekliyle panoptikonu hapishaneden çıkardı. Birey, dönüşen teknolojiyle birlikte artık sadece işyerlerinde, okullarda, hastanelerde değil, her yerde denetim altına girmiştir. Böylelikle bireyler hiç görünmeden sınıflandırılıp, pazarlanan nesneler haline gelmişlerdir.

Süperpanoptikon modelleri, günümüz dünyasında elimizin altında olan her araçta bulunmaktadır. Araçlara takılan GPS sistemleri, cep telefonları, bilgisayarlar, sokaklara kurulan MOBESE sistemleri, internet üzerinden yapılan alışverişler ve sosyal paylaşım siteleri bu sistemin vazgeçilmez modellerinden olmuştur. Elde edilen verilerin sayesinde iktidar gücüne güç katmakta, sokak aralarına kadar yerleştirilen kamera sistemleriyle minicik alanlarda yapılan gözetim işlemi ulusal bir boyuta evrilmiştir. Bu haliyle süperpanoptikon, klasik haliyle anlamlandırdığımız panoptikonun elektronik halini temsil etmektedir.

Süperpanoptikonun üç önemli işlevi bulunmaktadır. Bunlar, tanım koyma, sınıflandırma ve bunları değerlendirmedir. Tanımlama, bireyin kimlik bilgilerini elde etmek anlamındadır. Doldurulan belgeler, internete verilen bilgiler insan tanımlama yöntemlerine örnek olarak verilebilir. Bilgiler toplandığı zaman sınıflandırma sürecine geçilir. Birey, diğer bireylerle paylaştığı özellikler aracılığıyla sınıflandırılıp kategorilendirilir. Benzer karaktere sahip olan bireyler, benzer kategoriler altına konulur (Gandy, 1996: 132-155).

Sosyal paylaşım sitelerinin egemen olduğu günümüzde, Foucault'un yoğunlaştığı üç iktidar biçimi olan egemenlik, disiplin ve güvenlik iç içe geçerek varlığını devam ettirmektedir. Egemenlik ülkenin varlığını ve kapitalini sermayeleştirmeye çalışırken, disiplin her şeyi bir düzene sokar. Güvenlik ise, uzam içindeki zamansal ve değişken öğeleri hesaplayarak, uzamdan çok çevre ve ortamla ilgilenir (Gambetti, 2012: 28). Güvenlik riskten beslenmektedir ve işlemesi için nüfusun bir kısmının harcanabilir tutulması gerekmektedir. Harcanabilirlik faşizm ile ilişkili olduğu kadar, liberal ekonomik zihniyetle de ilişkilidir. Rekabet, harcanabilirliği normalleştiren bir anlatı kurmaktadır. Bir iktidar paradigması olarak güvenlik, yaşamı düzenlerken kimin ölüp kimin yaşayacağına risklere ve risk yönetimine göre karar vermektedir. Güvenlik, hakları ve hukuku muğlâklaştırırken, özneliği de sosyal medya çağında çok yaygın olan arzulara indirgemektedir (Gambetti, 2008: 10). Hak sahibi özne nüfusa dönüştüğünde pozitif hukuk fazlalığa dönmektedir. Neoliberal çağda hukukun yerini piyasanın yasaları almaktadır (Gambetti, 2012: 33).

Mattelart'a göre (2012:15) gözetim ve güvenlik, bizim toplumlarımızı anlatan bir bütündür. Otoritesini beden üzerinden kuran disiplin toplumundan farklı olarak güvenlik toplumu iktidarını yaşam üzerinde kurmaktadır. Endüstriyel toplumların tarihi, bu iki iktidar biçiminin birbirini izlediği ve bütünleştiği bir süreç olarak okunabilmektedir (Mattelart, 2012: 15-17). Sosyal medyanın dijital gözetim çağında disiplin ve güvenlik, birbiriyle elektronik bir ilişki kurmaktadır. Geleceğe dönük bir proje olarak güvenlik, gelecekte olması muhtemel şeyleri modern bilimsel teknik ve istatistiklerle denetlemeye çalışarak gözetimin bir ürünü olarak hizmete sunmaktadır. Dijital gözetim çağının güvenlik anlayışı, hareket halinde olan her şeyi, ürünleri, bilgiyi,

sermayeyi ve insanları izleyerek yürütölmektedir. Gözetim, küreselleşmiş dünyada, ulus devletlerle birlikte ve bir taraftan da onları aşan biçimde akışkan halde dolaşmaktadır (Bauman ve Lyon, 2013: 13).

2. BÖLÜM

GÜNCEL GÖZETİM

Günümüzde gözetim sokağımıza, evimize, cep telefonlarımıza kadar girmesiyle çok farklı bir boyuta ulaştı. Dahası, iktidar gözetleyemediği noktalarda vatandaşlardan yardım talep ederek, vatandaşı da bir gözetim aygıtına dönüştürmenin yolunu keşfetmiş bulunmaktadır. Türkiye’de hükümetin kurduğu sosyal medya takip platformları buna bir örnek teşkil etmektedir. Kurulan sistemle, bireyler sosyal medyada, iktidara ters düşen ya da terör propagandası yapıldığına inandığı paylaşımları bu platformla paylaşarak bahsi geçen "tehdit" içeren mesajın sahibini gözaltına alınmasına yol açmaktadır.

2.1 Dünyadaki gözetleme sistemleri

Bilim ve teknoloji sadece üretimi değil, gözetimi de küresel bir hale sokmuştur. Gözetim hareketleri, hükümetlerin başka hükümetlerden bilgi çalması, sanayi casusluğu yapılması yanısıra, bireysel olarak tüketim davranışlarını kavramak maksadıyla iç piyasaya da yöneldi.

Türkiye’de sıklıkla karşımıza çıkan ve kısa süre önce protokolü imzalanarak Kıbrıs’a geleceği de bilinen MOBESE sistemleri, modern gözetim sistemlerinin örneklerinden bir tanesidir. MOBESE, son yıllarda dünyanın pek çok noktasında kullanılmaya başladı. MOBESE kameraları, teknik kapasiteleri dolayısıyla, bireylerin tüm fiziksel davranışlarını en ince ayrıntısına kadar takip ederek dosyalama özelliğine sahiptir. Kaydedilen görüntüler uzun süre arşivlerde saklanabildiği için gerektiği dönemlerde de yeniden gün yüzüne çıkabilmektedir. Dünyada MOBESE sistemini kullanan ilk ülkelerin İngiltere ve Amerika olduğunun bilinciyle, şu sıralarda İngiltere’de 500 bin civarında kamera, New York’ta ise 20 bin civarında kamera bulunduğu tespit edilmiştir. Suç oranlarının azaltılması amacıyla kurulduğu iddia edilen sistemlerin, suçluların yakalanması noktasında pek aktif çalışmadığı da araştırmalarla belirlenmiş bulunmaktadır.

2.2 İnternet ve Sosyal Medya

Dünyada değişen ve gelişen teknolojik ortam, birçok kavramın olduğu gibi gazetecilik kavramının da kökünden ve hızlı bir şekilde değişmesine neden olmaktadır. O derece hızlı bir dönüşüm içindedir ki, kavramlar daha netlik kazanmadan pratikte işlemeye başlamıştır. Bu derece hızlı bir dönüşüm daha önce iletişim araçlarında görülmemiştir. Gazetecilik kavramında yaşanan bu devrimle birlikte, internet gazeteciliği literatürümüze yerleşmiş, birçok insanın her gün takip ettiği bir mecra olmuştur. İnternet yayıncılığı öncesinde okuyucu habere ancak ve ancak pasif olarak katılabiliyorken, interaktif yapısıyla internet gazeteciliği okur ile gazetecinin birleşmesine, fikir alışverişinde bulunmasına neden olmuştur. Okuyucu artık sadece haberin tüketicisi değil, aynı zamanda üreticisi pozisyonundadır da. Sektörün son on yılda yaşadığı gelişimlerle, bu yeni sektörü gazetecilik için vazgeçilmez bir alan haline getirdiği ise aşikâr. Günümüzde pek çok konvansiyonel gazetenin kapanarak dijital ortama geçtiğine şahit olmaktadır.

İnternet Gazeteciliği, globalleşen dünya göz önüne alındığında, haberin en hızlı ve güncel şekilde aktarıldığı mecra olması bakımından çok önemli bir yere sahiptir. Yaşanan gelişmelerle, Sosyal Medyayı kullanan her birey artık sadece okur değil birer gazeteci de olmaya başladı. Okuyucuların; artık sadece okuyucu olmaktan çıkıp, interaktif bir şekilde yazılan haberle etkileşim halinde olmaları, çevrelerinde olan olayları bir muhabir olarak takipçilerine aktarması, hem haberin yönlendirilmesi bağlamında hem de gazetecilik tekniklerinin değişmesi bağlamında yeni kapılar aralamaktadır.

İnternet gazeteciliği, geleneksel medyaya kıyasla çok daha ucuz yöntemlerle yapılmaya başlandı. Bir internet gazetesinin yayım yapabilmesi için; iyi bir bilgisayar ve yeterli kapasiteye sahip bir web sayfası alanı yeterli olabilmektedir. Bu gelişmeye bağlı olarak gazetecilik; artık sadece yerel değil, küresel bir formata da bürünmüştür.

Değişen ve gelişen teknolojiye bağlı olarak “geleneksel gazetecilik”; tüm cephelerde gerileyerek kitle iletişim araçları arasında yavaş yavaş etkinliklerini kaybetmeye, kapanmaya ya da süreç içerisinde değişmeye mecbur kalacaklardır. Bunun bazı örneklerini hali hazırda görmeye başlamış

durumdayız. Büyüme aşamasında olan internet gazeteciliğinin önümüzdeki yıllarda dünyayı daha da kontrolü altına alacağı aşîkârdır.

Yeni Medya'nın geleneksel medyadan ayırt edici özelliklerini sıralamak gerekse, etkileşim özelliğı, hipermetin (hypertext) özelliğı, mltimedya özelliğı, haberin üreticisi ve tüketicisi ayrımlarının ortadan kalkması ve yayılma hızı olarak gösterilebilirdi. Yeni medya, alıcı ve göndericinin sürekli etkileşim altında bulunduğı bir ortam olması bakımından geleneksel medyaya oranla farkını ortaya koymaktadır. Yeni medya okuyucusu, bir habere girdiğinde oradan başka bir habere yönlenebilir. Geleneksel medyada, okuyucu bir haberi okuyup bitirir ve konu orada kalır. Hipermetin ise, haberi okumak için sayfaya giren okuyucuyu, linkler yardımı ile başka bir konuya yönlendirebilme özelliğine denir. Bu gerekirse, okunulan haberin geçmişı ile ilgili bir metin olabilirken, tanınan bir kişinin biyografisi de olabilmektedir. Öte yandan yeni medyanın geleneksel medyadan en önemli farklarından bir tanesi, bugüne kadar insanlığın geliştirdiğı tüm medya araçlarını bir alanda toplaması olarak gösterilmektedir. Bu teknolojik gelişme ile gazeteci hikâyeyi farklı medya araçlarını kullanarak aktarma şansına sahiptir.

Bugün internet medyasında bulunan her gazeteci, haberi üreten ile tüketen arasındaki ayrımın kalktığının farkındadır. Sosyal Medyayı kullanan her bir birey, potansiyel olarak gazetecidir. Bireyin elinde bulunan akıllı telefonlar işe ülkenin herhangi bir noktasında yaşanan olayı kullanıcıya anı anına aktarabilme şansına sahip olunmasıyla sonuçlanmıştır. Yeni medyanın geleneksel medyadan ayrıldığı son nokta olarak yayılma hızı gösterilmektedir. Yeni medya, geleneksel medyanın zaman ve mekân sınırını ortadan kaldırmasıyla internetin eriştiğı her noktaya ulaşabilme şansını elde etmiştir. İnternet gazeteciliğı ile uğraşan web temelli siteler mekan ve zamandan bağımsız olarak binlerce okura aynı anda ulaşabilir duruma dönuşt. Bu günden önce geleneksel gazetelerin ulaşabileceğı kitle sınırlıydı. Daha önce belli bir ülke içinde, belli bir yere kadar erişebilen geleneksel gazeteler sadece "ulusal gazetecilik" olarak tanımlanabilirken, internet gazeteciliğinin yayılmasıyla birlikte yayın hayatına girdiğı günden itibaren uluslararası yayın yapan bir gazete oldu. Dünyanın sıradan bir ülkesinde sıradan bir web sitesi düşünülürse, bahsi geçen site yayın yapmaya başladığı

günden itibaren potansiyel olarak ülke dışında okuyucu kitlesine ulaşma şansına sahip olur. Bu özelliği de onu uluslararası nitelikte yayın yapan bir web sitesine dönüştürür. Yaşanan dönüşüm sonrası internette yayın yapan gazeteleri de yerel yayın yapan gazeteler olarak nitelemek artık mümkün değildir.

“Yayımcılar bugüne kadar internet olanağını, kâğıda basılı yayınlarını sürdürmek için uğraş ve destek olarak görüyorlardı. Ama gelecekte elektronik yayıncılığın çok daha yaygınlaşacağına kesin gözüyle bakılıyordu. Özellikle kâğıt fiyatlarının ve baskı maliyetlerinin artması, birçok yayıncıyı kâğıdı tamamen terk ederek elektronik yayına geçmeye zorluyor.” (Gezgin, S 2002; s: 30) Bunun örneklerini hali hazırda dünyadaki çok önemli gazetelerde de görmeye başladık. Örneğin, kısa bir zaman önce İngiltere’nin köklü gazetelerinden ‘The Independent’ basılı yayınlarını durdurma kararı alarak sadece internette yayın yapacağını duyurmuştu.

İnternette yayın yapan gazeteler, geleneksel gazetelerin yapamadığını yapmaya başlamalarıyla birlikte her şey değişti: Hızlı habercilik! Basılı gazeteler “Son Dakika” bölümleriyle yeni haberleri duyuruyor olsa da, içeriğin hepsi dünden kalma haberlerden oluşmak zorundaydı. Diğer taraftan, internette yayın yapan bir gazete, 7 gün 24 saat boyunca içeriğini güncelleme şansına sahiptir. Sırf bu küçük ama önemli ayrıntı bile geleneksel ile yeni medya arasındaki savaşın yeni medyanın yadsınamaz zaferi ile sonuçlanacağını göstergesidir. Yaşanan gelişmeleri, daha olay bitmeden aktarabilme şansı, olayların herhangi bir geleneksel medyada “oldu” olarak verilirken internette ‘olurken’ diye verilmesi tüm dünyayı değiştirdi ve değiştirmeye devam etmektedir.

Basılı gazete okurunun, ulaştığı gazetede ki haber ile yetinmekten başka şansı yoktur. Öte yandan, internet gazetesi okuyucusu, aynı haberi birçok farklı yayın anlayışı ve gazetecinin dilinden okuma şansına sahiptir. Bu da, okurun kendi kararını alabilmesine ve haberi kendi olanaklarıyla yorumlamasına şans tanımaktadır. Bu sayede okur, talep ettiği habere ve ilgisini çeken konulara yönelik bilgiyi alma seçeneğine sahip olmaktadır.

Basılı gazetenin sınırlarını çerçeveleyen sayfa sayısı, bir habere verilebilecek yer gibi limitler, internet gazeteciliğinde geçersiz bir duruma gelmiştir. İnternet gazeteciliği, sayfa sınırlaması olmaması ve mltimedya yöntemlerini kullanabilmesi avantajıyla, okuyucunun dikkatini de daha kolay çekebilme şansına sahip olacaktır.

Örneğın, Pavlik (2001: xi) internet gibi yeni iletişim teknolojilerinin gazetecilikte “kuruluşluk gazetelerin doğuşundan sonraki en temel” değışimi başlattığını ve “bağlamsallaştırılmış (contextualized) gazetecilik” olarak nitelendirilebilecek yeni bir gazetecilik biçiminin doğduğunu belirtmiştir. Ayırt edici özellikleri habere küresel düzeyde erişim, etkileşim, çok ortamlılık (multimediality), kişiselleştirme, anlık haber üretimi olan bağlamsallaştırılmış gazetecilik internet gibi yeni iletişim teknolojilerinin gazeteciliğın dört aşamasını değışirmesiyle ortaya çıkmaktadır (Pavlik, 2001: 4). Boczkowski (2004: 64-65) basılı gazete ile internet gazeteciliğı arasındaki bu farklılıklardan hareketle internet gazeteciliğini “durağan” biçimdeki basılı gazeteciliğın karşısında “dinamik” bir gazetecilik olarak açıklamıştır. Okuyucunun aktif bir şekilde habere müdahale edebilmesi, haberin eksik yönlerinin geliştirilmesi ve aynı zamanda bireylerin sürekli iç içe tartışabilir pozisyonda olmasını sağladı. Daha önceleri evde, işte ya da kahve köşelerinde tek başına okunarak çok kısıtlı bir kitleyle tartışılan haberlerin içeriğı, internet ortamı ile yayılarak, küresel bir kavram kazandı.

Yukarıda belirtilen tüm bu olgular, gazeteci tarafından gazeteciliğın etkileşiminin sadece geri besleme (feedback) olarak algılanamayacağını göstergesi ve gazete emekçilerinin “yegâne haber kaynağı” olmaktan çıkmaları ile sonuçlanmıştır. İnternet medyası toplumsal muhalefetle yakın ilişki içinde olmak zorundadır. Alternatif medyanın kitleye ulaşılabilmesi açısından çok daha kolay bir ortam olarak internet, bireylerin her türlü bilgiye ulaşımını da kolaylaştırmış durumdadır. “(...) İnternet gazeteciliğının daha demokratik ve katılımcı bir gazetecilik olma, geleneksel mecralardaki gazeteciliğın yanlılığını aşma ve geleneksel medyada temsil olanağı bulamayanlara seslerini duyurma olanağı sunma potansiyeli, alternatif medya, yurttaş gazeteciliğı, katılımcı gazetecilik, radikal medya, etkileşimli

gazetecilik vb. kavramlarla birlikte tartışılmaktadır.” (Aydoğan ve Başaran, 2012).

İnternetin gazetecilik pratikleriyle birleşmesi, daha önce yaşanan değişimlerden farklı bir değişim yaşanmasına neden olmuştur. Ağ üzerinden yapılan bu yeni iletişim şekli, haberin derlenme, değerlendirme ve karşıya aktarılma aşamalarında da değişime gidilmesine neden olmuştur. Bu değişim, ağlaşmış gazetecilik kavramının ortaya atılmasına neden olmuştur. (Beckett ve Mansell, 2008: 93).

Ağlaşmış gazetecilikte internet gazeteciliği, ağ organizmasının en yaygın alanı olması nedeniyle özel bir yere sahiptir. Ağlaşmış gazetecilikle birlikte yaygın anlamda düşünülen, gazeteciliğin haber aktarma, analiz ve yorum yapma, düzenleme gibi temel işlevleri anlamını yitirmemiş, tam aksine bu işlevler saklı tutularak, değişime açılmış ve aslında değişim bu işlevlerde ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla, ağlaşmış gazetecilikle, yedi gün 24 saat haberi üretimi ve sunumu yapabilen, etkileşim özelliğine sahip, gazetecilerle okuyucuların ortak bir şekilde çalıştığı, ciddi anlamda daha düşük maliyetli, karar noktasında çok daha az merkezi bir gazetecilik ortaya çıkmıştır.

İnternet gazeteciliğinin özgün niteliklerinin olduğunu ancak bunların gazetecilikte bir “paradigma değişiminin” başladığını söylemek için yeterli olmadığını belirten Elliot’a göre ise (2009: 28-29), profesyonellerin yerleşik haber değeri çerçevesinde haber toplayıp aktarması biçimindeki işleyişin internet gazeteciliğinde, özellikle de son dakika gelişmelerinde, kullanıcıların da olay yerinden kişisel iletişim araçlarıyla kayıt yapabildikleri ve profesyonellere ihtiyaç duymadan internette paylaşabildikleri bir işleyişle birleşmiştir. Kullanıcıların üretime ve sunuma katılmaları profesyonellerin haberi doğrulamak için akredite kaynaklara başvurmalarının değişimini, internet gazeteciliğinin kullanıcıları da kapsar şekilde “açık kaynaklı” ve “istekli herkesten gelecek geri beslemeye” açık olarak yapılmasını gerektirmektedir. Elliot’ın (2009: 31) belirttiği bir diğer değişim ise internet gazeteciliğinde üretimin ve sunumun geleneksel mecralardaki gazetecilikle karşılaştırıldığında daha hızlı olmasıdır ve bu bazı durumlarda haberi doğrulama ilkesinin geri planda bırakılmasını göze almayı gerektirmektedir.

İnternet yayıncılığı, klasik anlamda gazeteciliğin yerleşik iş yapabilme özelliğinden farklılık gösterse de, bu temel ilke ve normlardan kopuş anlamına gelmemektedir. Dolayısıyla, bildiğimiz anlamda gazetecilikte, internet yayıncılığına geçilmesine rağmen, dönemin değerler dizisi ne olursa olsun, mesleki değer, ilke ve normlarda bir değişiklik olmamıştır.

Bir gazeteci, kaleme aldığı haberinde işitsel, görsel ve metin anlamında tüm öğeleri ile internetin interaktif olabilme özelliğini de göz önünde tutar. Gazeteci, yeni gazetecilik pratiklerinde hangi medya yönteminin en iyi şekilde hikayeyi karşı tarafa aktarabileceğine, okuyucunun hangi yöntemi seçerek gazeteci ile iletişime gireceğine ve okuyucunun o haberden sonra başka hangi habere gidebileceğine de karar verir.

2.3 Kişisel bilgilerin verilmesinde gönüllülük

Deleuze, (aktaran Bauman ve Lyon, 2013: 11) denetim toplumlarında gözetimin sarmaşık gibi sürünerek yayıldığı toplumları tartışmıştı. Denetim toplumlarında gözetim, katı, dikey bir düzlemde köklenip büyüyen panoptikona benzer bir ağaçtan farklı, esnek bir gözetim biçimi idi. Bauman, günümüz toplumlarına panoptik-sonrası adını vermektedir. Panoptik sonrası dünyada gardiyan ve mahkûmlar arasındaki karşılıklı bağımlılık sona ermiştir artık. iPhone'lar ve iPad'lerin dünyasında mekâna bağımlılık azalırken, hareketlilik ve göçebelik çağın ruhunu oluşturmaktadır.

Hemen her gün internet üzerinden bir form doldurduğumuz zaman kişisel bilgilerimizi talep doğrultusunda internet sitelerine veriyoruz. Facebook'a üye olurken, telefonlarımızdan oyunlara başlarken ve alışveriş yaparken... Bu örnekler pek tabii ki çoğaltılabilir. Peki, bu verilerin nerede depolandığı hakkında ne kadar fikir sahibiyiz? En basit şekliyle, akıllı cep telefonuna indirilen bir oyuna başlamadan önce, sistem telefon numaramızın, rehberimizin, fotoğraf galerimizin oyun tarafından erişime açılacağı yönünde bilgilendiriliyoruz. Oyunların bu bilgilere erişmesinin ardından bu bilgileri ne yaptığı hakkında ise en ufak bir fikrimiz olmuyor.

Sosyal medyanın dijital gözetimi, Türkiye'nin uzun zamandır en çok tartışma yaratan konularından bir tanesidir. Son yıllarda sosyal medya

paylaşımlarından ötürü birçok insana giderek artan sayı ve sıklıkta davalar açılmaktadır. Twitter'ın 6 ayda bir yayımlanan şeffaflık raporuna göre Türkiye, devletlerden gelen içerik çıkarma talepleri konusunda %72'lik bir oranla birinci sıradaydı. Facebook içerik çıkarma taleplerinde ise Hindistan'ın ardından 2. sırada yer almaktaydı (Bora, Altıparmak, 2016: 55).

Son zamanlarda "Get Contact" adında bir uygulama gündeme geldi. Program temel olarak, sizi arayan ya da bilmediğiniz bir numaranın kime ait olduğunu arşivlediği bilgilerle talep eden bireye sunar. Uygulama, uygulamayı indirerek rehberini açan diğer kişilerin telefonundaki bilgilere erişerek aradığınız numaraya ulaşılmasını sağlar. Kısacası, sadece kim olduğunu bilmediğiniz bir numaranın sahibini öğrenmek için telefonunuzda kayıtlı telefon numaralarını, e-mail adreslerini uygulamaya açarak herkesin erişimine açmış oluyorsunuz. Kullanıcıların genelde kullanım şartlarını okuma alışkanlığı olmadığını varsayarsak, "Get Contact" adlı programın ilk açıldığı zaman sorduğu, kameraya ulaşmak, görüntü kaydetmek, telefon numaralarına erişmek ve SD kart içeriğine ulaşmak gibi bilgilere eriştiği görmezden geliniyor.

2.4 İnternet Yayıncılığı ve Google Ad-Sense

Günümüz sosyal medya dünyasının içinden çıkamadığı sorunlardan bir tanesi kullanıcının özel yaşantısı ile endüstriyel gözetimin arasında bulunan gerilimdir. Sosyal medya şirketlerinin sermaye birikim modeli ve ekonomileri, ağırlıklı olarak hedefli reklamcılık (targeted advertising) ve dijital emeğin sömürüsü üzerine temellenmektedir (Trottier ve Fuchs, 2015: 24). Şirketlerin ekonomik modeli ile söylem ve ideolojilerini temellendirdikleri açık, küresel olarak bağlantılı ve özgür iletişim arasında sürekli bir gerilim hattı ortaya çıkmaktadır. Şirketler, sermaye birikim modeli nedeniyle parçası oldukları bu yoğun gözetimin karşısında olduklarını vurgulamakta ve özgür, açık dünya söylemlerini bu karşıtlık üzerinden kurmaktadır (Fuchs, 2015: 149) Dijital gözetimin en belirgin çelişkilerinden bir tanesi, devlet gözetimi ve sosyal medya şirketleri arasındaki birliktelikte görünür olmaktadır. Şirketlerin ticari gözetimi, bilginin sürekli akışına ve insanların verilerini, iletişimlerini ve yaşamlarını büyük oranda ağlara taşımasına bağlıdır. Devlet gözetimi ise,

bilgiye erişimi kısıtlamak ve özellikle kriz dönemlerinde sansür üzerinden şekillenmektedir. Devletler ve şirketler arasındaki bu çelişkiyi tarihselliği içinde değerlendirdiğimizde dijital gözetim politikalarının henüz oluşum halinde olduğu ve piyasa-devlet işbirliği içinde şekillenmekte olduğu netleşmektedir. Ticari gözetimin sınıflandırma işlevi ve devletin zor aygıtı, piyasanın tehdit oluşturabilecek olan kısımlarını eleyebilmektedir (Yumuşak, 2015: 108).

Google AdSense, bireysel ya da kurumsal olarak sahip olunan web sitelerinde site içeriğiyle ilgili reklamlar yayınlanabilmesini sağlayan uygulamadır. Reklam içeriği, metin ya da görüntülü olarak olabilir. Google AdSense, Google Adwords uygulamasıyla birlikte bir bütünü oluşturan iki parçadan biridir. Google üzerinden reklam vermek isteyenler bu uygulamaya başvurmalı ve başvurularının kabul görmesi gerekmektedir. Kabul görüldükten sonra, Google tarafından sağlanan kodlar web sitesine eklenerek reklamların gösterilmesi sağlanabilir ve gelir elde edilebilir. Gösterim başına gelirin yüzdesi düşüktür. Asıl gelir kaynağı tıklama başına olmaktadır.

2.5 Cambridge Analytica Olayı

Cambridge Analytica skandalı, modern dönem panoptik süreçlerinin en dikkat çeken öğelerinden bir tanesidir. Sistem 2014 yılında Cambridge Üniversitesi'nde görevli Aleksandr Kogan'ın Amerika Birleşik Devletleri'nde oy verme hakkı sahip bireylerin hakkında psikolojik bir profil çıkarmayı hedefleyen bir anket uygulaması geliştirmesiyle başladı.

Bahsi geçen uygulama, bugün halen birçok Facebook temelli uygulamanın yaptığı gibi Facebook üzerinden kişisel bilgilere erişim talep ediyor ve bu bilgileri alırken sadece kullanıcının değil, kullanıcının arkadaşı olan tüm bireylerin de bilgilerine erişiyordu. Kogan, hazırladığı anket için Amazon'un Mechanical Turk (MTurk) adlı projesinden destek alarak, projeye katılım sonrasında kullanıcılar 1 dolar ödeme yaptı.

Projede görev yapmış bir kişinin aktardığı bilgiye göre, uygulamaya 270 bin civarında kullanıcının katıldığı ve bu uygulama aracılığıyla 50 milyon kişinin

bilgilerinin toplandığı belirtildi. MTurk aracılığıyla toplanan verilen tamamı Cambridge Analytica'ya satıldı.

Cambridge Analytica, elinde bulunan verilerle, profil bilgilerine sahip olduğu 50milyon potansiyel seçmeni Amerikan Başkanlığı seçimlerinde reklam hedefleyebilmek amacıyla kullandı. O dönemden itibaren bir çok farklı başkan adayı, kampanyasında hali hazırda var olan bu verileri kullanarak istedikleri bireye erişim sağlayarak reklamlarını gösterebildiler. İddiaya göre Cambridge Analytica, İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden çıkabilmesi için yaptığı Brexit sürecinde de aktif rol aldığı söyleniyor.

Facebook'un patronu Mark Zuckerberg, verilen Cambridge Analytica'ya satıldığı ortaya çıkınca, bunun Facebook kullanım talimatlarına aykırı olduğunu belirtmiş ve bahsi geçen şirketin tüm verileri silmesi yönünde uyarıda bulunduğu belirtilmiştir. İddiaya göre, uyarı sadece sözlü değil, şirketin verileri sildiğine dair bir sertifika da sağladığı iddia edildi ancak bu sertifikanın orijinali henüz internet ortamında bulunmuyor.

Konuyla ilgili yaşanan bir diğer skandal ise, Facebook'un hangi kullanıcıların verilerinin alındığına dair bilgi sahibi olması ancak kullanıcılara bu yönde bir uyarıda bulunmamasıdır. Çıkan haberlerin ardından Facebook, bahsi geçen şirketle işbirliğini sona erdirdi ve buna benzer bir bilgi hırsızlığının olmaması için yeni önlemler alınacağı da duyuruldu.

Yaşadığımız internet dünyasında bundan bir kaçış yolu olmadığı ise önümüzde durmaktadır. Makine öğrenmesi sayesinde elde edilen verilerin nerelerde kullanacağını hayal bile edemiyoruz. Bilgisayar bilimciler dahi, teknolojinin nelere yol açacağına dair çalışmalar yapmasına rağmen, yapay zekânın gelişmesiyle ortaya çıkabilecek sorunlar hakkında net bilgi sahibi değil. Yaşanan bu gelişme sonrasında birçok kullanıcının Facebook'u kapattığına şahit olduk. Bu işlemin çözüm olmadığına söylenmesine gerek yok. Facebook, kayıt olunan andan itibaren tüm verileri depolar ve Facebook'u kapatmanız halinde bile bu verileri silmez. Dahası, sizin talebiniz dışında sosyal medya ortamında paylaşılan bir fotoğrafla kim olduğunuz, kimlerle beraber olduğunuz, gezdiğiniz yerler ve birçok detay ortaya çıkıyor. Kısacası, kullanıcı kendi paylaşımları dışında, kontrolü altında olmayan

paylaşımlardan dahi denetim altına girerek, ne yaptığınız hakkındaki bilgiler Facebook serverlerinde kayıt altına alınıyor.

Google, Facebook, Amazon gibi büyük firmaların güvenlik konusunda her zaman ciddi çalışmaları olmuştur. Ancak aynı şeyi gizlilik konusunda söylemek mümkün değil. Bu tür firmalar, kullanıcıların kişisel bilgilerini kullanarak bu kadar büyüyorlar.

2.6 Kimlik bilgileri ve kişisel bilgilerin dijital ortama aktarılması

2000'li yılların ortalarından itibaren, kimlik bilgileri dijital ortama aktarılmaya başlandı. Kıbrıs'ın hem kuzey hem de güney yarısında başlayan dijitalleşme, tüm vatandaşların parmak izi ve biyometrik fotoğraflarının devlet denetiminde dijital ortamları aktarılmasıyla son buldu. İnternetin sınırları aşan uluslararası bir ağ olduğu gerçeği gözönüne alındığında, parmak izi dijital ortamda depolanan bireyler, dünyanın herhangi bir yerinde denetlenerek, kontrol altına da alınmış oldu.

Fransa'nın en çok kitleye ulaşan haber ajansı Associated Press, Nisan ayında yayımladığı bir iddiada, bilgisayar korsanlarının Türkiye'de bir veri tabanına yüklenen bilgilerden 50 milyon civarında insanın kişisel bilgilerini çaldığını söyledi. Aynı haber ajansı haberin devamında Türkiye'nin toplam nüfusu üzerinden yapılan kimlik sorgusu işleminde yüzde 80 oranında insanın o veri tabanında bulunduğunu da iddia etti. İddiaya göre bilgisayar korsanlarının ele geçirdiği verilerde bulunan bilgiler şöyle: TC kimlik numarası, İsim, Soy isim, Cinsiyet, Doğum Yılı ve Şehri, Nüfusa Kayıt Olduğu Yer, Anne ve Baba Adı, Açık Adresi

2018'in Haziran ayında Larnaka Havalimanı insansız pasaport işlemlerini yapmaya başlamıştır. Başlatılan sistemle, seyahat edecek olan vatandaş, kamerası olan bir cihazın önüne geçerek pasaportunu düzeneğin içine yerleştirir. Düzenek vatandaşın kişisel bilgilerini alarak teyit etmek için kameradan vatandaşa bakar. Sistemde bulunan algoritmalar sayesinde yüz eşleşme yapılır ve yurtdışına çıkış için izin verilir.

Biyometrik gözetim günümüzde hızlıca gelişmekte ve küreselleşerek devletlerarası paylaşımın ve ilişkinin merkezi ögesi haline gelmektedir.

ABD’de CTeR (Kimlik Tanımlama Teknolojileri Merkezi) Başkanı Hornak, biyometrinin geleceğini “küresel eş-zamanlı paylaşım” olarak işaret etmiştir (Nakashima, 2009)

11 Eylül saldırılarından sonra ortaya çıkan gerçeklik, sınırların geçirgen olduğu fikridir. Devletler, artık klasik kimlik tanımlama yöntemlerinden daha fazlasına ihtiyaç duymaktadır. Klasik metotlarla bireylerin terörist olup olmadığı bilinemeyeceğinden, karşı karşıya olunan riskin öngörülebilmesi için yeni bir sisteme ihtiyaç duymaktadır. Devlet, bilinmeyi çatısı altına almak istemez. Dolayısıyla ülkeye giriş yapan her bireyin kim olduğuna dair tam bilgi sahibi olmak ister. İşte biyometrik kimlikler tam olarak bu noktada devreye girer. Devletler arası işbirliği ve konuların anlık olarak aktarılabilmesi, hareket halinde olan bireyin de tam denetimine neden olmaktadır. Hornak’ın dediği üzere, artık devletlerin tek taraflı kararları yeterli değildir; havaalanları ve sınır bölgelerde sürekli iletişim birimleri mevcuttur ve bu birimler yabancı ülkelerin ilgili kişiler hakkındaki dosyalarını devamlı surette talep ederler. Bu noktadan hareketle, biyometrik kimlik kartlarının, kişisel verilen küresel bir boyutta evrimleştiğini söylemek sorun çıkarmayacaktır.

Biyometrinin ikinci sonucu bu defa ülke-içi bağlamın yeniden yapılandırılmasına yönelik olarak karşımıza çıkar. Kişisel verilerin küreselleştiği çağda biyometri aynı zamanda ulusal sınırlar içerisinde kimlik olgusunun yeni baştan düzenlenmesinin ilk adımı olmuştur. Zureik ve Hindle, biyometrinin artık bir toplumsal endüstri haline geldiğini, dahası bu endüstrinin kendine özgü söylem ve normları içererek yeniden üretilebilirliğini sağladığını iddia etmişlerdir (Zureik ve Hindle, 2005:114).

Biyometrik kimlik kartlarıyla bireylerin kimlik tanımlaması bedenden çıkarak, bedenin veri olarak devlete sunulduğu bir durumu temsil eder. Böylelikle, bireyin sosyal ve kültürel kimliği saf dışı bırakılarak, kimlik tanımı bireyin biyolojik varlığı ve verisel göstergelerine indirgenir.

2.7 İş yaşantısında gözetim

Yeni iletişim teknolojileri, gözetimi hayatın her noktasına kadar ulaştırdı. Tarihin en eski gözetim mekânlarından biri olan işyerleri de diğer her şey gibi elektronik gözetimden payını almış, dahası gözetim alanını da genişletmiş bulunmaktadır. Yaşanan teknolojik devrimle birlikte, tarihte daha önce görülmemiş bir boyutta işçinin gözetimi başlamıştır. Modern iş yerlerinde kullanılan gözetim tekniklerinin altında yatan neden kuşku, güven eksikliği ve itaatsizlik gibi gösterilir. Öte yandan aynı işyerinin güçlendirme, güven ve takım çalışması gibi olumlu davranışları artırmaya çalışması bir tezat teşkil etmektedir.

Elektronik performans izleme sistemlerinin en önemli bileşeni geçmişi çok eskilere giden gözetim kavramıdır. Örneğin; “Cyclometer” olarak bilinen aletler daktilografların kaç tuşa bastığını saptamak için 1913’lü yıllardan önce bile kullanılmaktaydı. 1946’dan beri telefon operatörleri gizli olarak izlenmekte ve hatta görüşme sürelerinin ölçümüne bakıldığında gözetimin başlangıcı 1922’li yıllara kadar geri götürülebilmektedir(Botan, 1996:294).

Günümüzde geçerli olan gözetim süreçlerinin, teknolojiyle bağına bakıldığı zaman, teknolojinin içerdiği gözetimin dört bileşkesi bulunduğu bilinmektedir. Bu bileşkeler şunlardır:

- a) emekçiler, teknoloji aracılığıyla ne kadar görülebilir olmaktadır?
- b) gözetimi yapan iktidar, teknoloji aracılığıyla ne kadar görünmez olabilmektedir?
- c) Ne kadar süre ile ve detaylı kayıt üretebilir?
- d) Elde edilen verilen analizi teknoloji aracılığı ile gerçekleştirilebilmekte midir?

Bu bileşkelerden son ikisi özel bir önem taşımaktadır. Çünkü esas olan verilen bir araya toplanması değil, bahsi geçen veriler toplandıktan sonra ne kadar sürede analiz edildiği ve analizin maddi karşılığıdır. Bu iki bileşke, iş alanlarında gözetim süreçlerinin kullanımını ve ne kadar etkili olduğunu belirler (Botan, Vorvoreanu, 2000:5-6).

İş alanlarındaki gözetim, herhangi bir eylem olmaksızın, işçiyi bir enformasyon kaynağına dönüştürür. İşe kaçta geldi, kaç defa mola verdi, kullandığı bilgisayarda hangi siteleri ziyaret ediyor gibi bilgiler, işveren için bir enformasyon kaynağı olmaktadır. İşyerlerinde iletişim, iktidarın korunması açısından her dönemde stratejik bir önem olmuştur. Sanayileşmenin ardından fabrikalara giren işçiler gözetlenmeye ihtiyaç duyulmuştur. İşyerlerindeki nüfusun artması, düzen ve güvenliğin sağlanması için gözetimi zorunlu kılmıştır. Sanayileşmenin ardından daha önce ürünlerin niteliği, hammadde gibi ürünler kontrol edilirken, sanayileşme ile birlikte, bunların yanında işçinin verimliliği, yeterliliği ve işi yapmadaki isteği de denetimden payını almıştır. Kapitalist toplumda, üretimin daha da verimli olabilmesi için işbölümü ve çalışma hayatı bir öneme sahiptir. Çıkma ihtimali olan bir isyan, kapitalist düzeni altüst edebileceğinden, herkesin iktidarın gözü tarafından birebir gözlenmesi ve denetlenmesi gerekmektedir.

Marx'ın ortaya attığı ve işçilerin gözetim aracılığıyla disiplin altına alındığı modele ilişkin çalışmalar sürdürülmüştür. Uteck, iş alanlarında uygulanan elektronik gözetimin çalışan özel hayatını sırf çalışandan daha çok verim elde edebilmek için ihlal edebildiğini belirtmiştir. (2004: 38-40). Günümüzde Marx'ın ifadelerinin; olması muhtemel bir isyanın önüne geçmekten çok emekçilerden daha çok verim elde edebilmek için temeli oluşturduğu gözlemlenmektedir (Attawel 1987: 87). Dolayısıyla gözetim, bireyin davranışı, o bireyin sorumluluğunu yerine tam olarak getirdiğini zorlama adına yapılmaktadır. (Rule ve Brantley 1992: 406).

Kapitalist ekonomi, işçilerin gözetim süreçleriyle organize edilmesinin ardından gözünü tüketime de çevirmiştir. Gözetleme uygulamalarını sosyal doku içinde işleyerek daha da fazla alana yayılmış ve gözetimi büyütüştür. "Gözetleme işlemleri, postmodernitenin işlemleri içine önemli bir şekilde yerleştirilmiştir" (Lyon, 2006: 287, 288).

Teknolojinin gelişmesi ve iletişim cihazlarının artmasıyla birlikte, bireylerin hayatı siber evrende daha ayrıntılı bir şekil çizmeye başladı. Para çekme makineleri, telefonlar, mağazalardaki satış işlemlerinin verileri ve kayıtları gibi

bilgilerin elektronik izler bırakmasıyla birlikte, kapitalist ekonominin tüketici üzerindeki denetimi ve takibi de kolaylaşarak yeniden şekillenmiştir.

Gözetim, iktidarın temel denetim biçimlerinden biri haline gelirken, “göz” de önemli bir iktidar organına dönüşmüştür. Kapitalist üretim süreçlerinde de göz merkezi bir önem kazanmıştır. Bunun yanında, tüketim kültürünün gelişimi ile birlikte toplumsal “göz”ün yapısı değişmiştir ve göz, tüketimci bir biçim kazanmıştır. Göz bu anlamda, gerçekliği anlamlandırmak ve dönüştürme gücünü yitirmiş iktidarın ördüğü duvarların dışını görmeyecek kadar hastalanmış, “miyop”laşmıştır (Çoban, 2014).

Kapitalizm, daha fazla kâr üretebilmek uğruna, hem daha uzun saatler çalışılmasını, hem de işçilerin gerek örgütlenmesi, gerekse işi suistimal etmesine yönelik olarak denetime ihtiyaç duyar. Tarih boyunca farklı şekillerde işçiyi denetleyen işveren, gelişen teknolojiyle, yapılan işin izini sürmek için yeni metotlara ihtiyaç duymaktadır. Bu da, teknolojinin ona verdiği imkanlarla daha az görünür olmasına yol açmıştır. Kapitalizm, işin tamamını bir işçiye yükleyip, tüm işi bir kişinin öğrenmesi yerine, farklı farklı bireyleri farklı kollarda çalıştırarak tek bir bütünü ortaya çıkarmanın yolunu bulmuştur. Bu da, günümüz dünyasında işçiyi bireyselleşmeye itmektedir. İş bireyselleştiği için, gözetim yöntemleri de bireyselleşmeye ihtiyaç duymaktadır. Spesifik araçlar ve işlevleri, iletişimin altyapılarının gelişmesiyle birlikte, işçilerin izlenmesi de daha kolay hale gelmiştir.

Fordist üretim sisteminin yaratıcısı Henry Ford, uygulamaya koyduğu “bant sistemi” ile otomotiv endüstrisinde, makineleri sırayla dizerek, emek gücünün ciddi oranda düşmesinin de önünü açmıştır.

Bant sistemi öncesinde Ford’un ürettiği bir arabayı toparlamak 13 saate yakın sürerken, 1914 yılında “bant sistemi” ile bu süreç 2 saate kadar indirildi. Arabayı toplamak için ihtiyaç duyulan süre 2 saat gibi bir süreye inince, satış fiyatları da aynı oranda düşmüştür. Bant sistem öncesinde 600 dolara satılan araçlar, bant sistemi sonrasında neredeyse yarı yarıya düşmüş ve 360 dolara sabitlenmiştir. Doğanın bir araç olarak dönüştürülmesiyle birlikte, bant sistemi üretim çeşidi de kendine has özellikler geliştirmiştir. Fordist üretim şeklinin ayırt edilebilen özellikleri şöyle:

1. Kitlenin Üretim ve Tüketimi: Bantlarda üretilen ürünler, sadece özel müşterileri değil, toplumun tamamını hedefler. Bunu yapabilmek için gereken kitlesel talebin örgütlenmesini ve oluşturulmasını öngörür.
2. Üründe Yüksek Standartlaşma: Yapılan araştırmalar sonucu tespit edilen tüketim profiline göre standartlaşmış ürünler tasarlanarak üretilmektedir. Kitlesel anlamda bir üretim yapılabilmesi için standartlaşma şarttır.
3. Esnek Olmayan Bir Yapıya Dayalı Üretim Zamanı: Kitlesel üretim için tasarlanan standart bir mal, üretim süreçlerinde değişim yapmanın önüne geçer. Üretim banında yapılacak rutin iş, işgücüne dayalı bir üretim olduğundan dolayı, sadece standart ürünün imalatını yapabilme yeteneğine sahiptir.
4. İşin Örgütlenmesi İçin Yeni Teknolojinin Kullanımı: Standart bir üretim sürecinde rutin iş yapması beklenen işçinin yerine makineler de kullanılabilmekte, yeni teknik ürünlerle işgücünün çeşitli bileşenleri denetim amacıyla kullanılmaktadır.
5. Rutin İşler Yapabilen Az Eğitimli İşgücü: Seri üretim bandından, standart bir ürünün sadece minik bir kısmını yapabilecek ve bu görevi kolayca yerine getirebilecek işgücü çalışmaktadır.
6. Ekonomik Politika ve Piyasanın Yeniden Düzenlemesi: Kitlesel talebin sağlanabilmesi önemlidir. Dolayısıyla, gerekli talebin oluşturulabilmesi için, devlet tarafından geliştirilen sanayiye sıcak bakılmakta ve Fordist sistemin zayıf noktalarından olan kitlesel talep oluşturmanın, devlet politikaları aracılığıyla oluşturulması hedeflenmektedir.
7. Başka Sektörler İçin Belirleyici ve Artı Değerin Oluşumunda Egemen Olabilmesi: Ekonomide esas yükü, kitlesel anlamda üretim yapabilen birimler taşıırken, diğer birimler ise bu sisteme uyum sağlayarak, küçük sistemler durumunda yaşamlarını idame ettirmektedirler.
8. Siyasal Üstünlük ve Baskı Gösterme: Sistemde, güçlü yönlendirme söz konusudur. Bireyin sisteme göstereceği uyumu, bireyin özel hayatları da dahil

olmak üzere denetlenerek ve birey yönlendirilerek sağlanmaya çalışılmaya hedeflenmektedir.

9. Yaşam Tarzının Düzenlemesi Önermesi: Sistemle, bireylere önce ekonomik gelir sağlamak, ancak daha sonra da bu geliri nasıl harcayacakları öğretilerek, doğrudan doğruya yaşam biçimlerini belirlemeye çalışma çabası söz konusudur. (Eraydın, 1992).

Üretim biçimlerinin, insanlığı şekillendirdiği bilinen bir gerçektir. Alt yapı, üst yapı ilişkisi, insan kültürünün, yaşam tarzının şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Fordizmin meydana getirdiği modernizmle birlikte, kârın maksimizasyonu ve kitlesel üretim için denetime ihtiyaç duyulmuştur.

İş alanlarında bildiğimiz anlamıyla gözetim, ilk kez sistematik olarak Fordist üretim biçimiyle ortaya çıktı. Taylor'un ilkeleriyle beraber kendini gösteren gözetim süreci, fabrikalarda görevin en küçük parçasına kadar ayrıştırılması, zaman ve hareketlerin incelemesinin yapılmasına neden oldu. Bu dönüşüm ise üretimin verimliliğini gözetimle sağlamayı hedefliyordu.

Taylorizm, karakteri itibarıyla emeğin süreçlerini denetlemenin en keskin stratejisidir, Munck Taylorizmi değerlendirirken, mekanikleşmeye dayalı değişimlerin denetim aracı olarak işleyebileceğini ifade ederek, makine, denetçi, montaj ve fabrikaların bu yöntemle denetim aygıtının tamamı olduğunu belirtir.

Fordist gözetimin geldiği noktayı Dolgun (2008: 85-86) şöyle özetlemiştir:

“Bir grup işçinin üretimin sadece tek bir aşamasını aksatması, montaj bandı üzerindeki tüm üretim aşamalarında tıkanma ve gecikmelere yol açmaktadır. Bunu önleme açısından gözetim, en katı ve yoğun biçimselliğe bürünür... Makinelerin temposuna uymayı gerektiren bu zorunluluk, dinlenme ve yemek saatleri ile kahve molalarının standart sürelerle bağlanmasına yol açmıştır. Bunun daha ileri bir aşamasında da sadece fabrikayla sınırlı kalmayıp yaşamın tüm alanlarına yansımış; dünya üzerindeki sanayi uygarlıkları senkronizasyonu benimsemek zorunda kaldıklarından, bütün ülkelerdeki çalışanlar sanki tek bir aileymiş gibi, aynı zaman dilimi içinde yatar, kalkar, işe gider ve eve döner olmuşlardır.”

İşyerinde elektronik gözetim uygulamaları arasında çalışanların;

- 1- e-mail yazışmaları ve sohbetlerinin takip altına alınması
- 2- Telefon görüşmelerinin dinlenmesi
- 3- İşyerinin dışına çıktıkları andan itibaren, bireyin GPS sistemleri aracılığıyla nerede olduklarının an ve an izlenmesi
- 3- İnternet portallarında hangi sayfaları ziyaret ettiğinin takip altına alınması
- 4- İşyerlerinde kurulan kapalı devre kamera sistemiyle işçinin sürekli izlenmesi
- 5- Bilgisayarını kullanırken, klavyesiyle hangi tuşları bastığının takip edilmesi
- 6- Akıllı kartların kullanılması gibi yöntemler aracılığıyla gözetim altına alınması yöntemleri kullanılmaktadır. (Binark, 2012: 53):

Örneğin bir işçi işyerinde elektronik posta (e-mail) aracılığıyla biriyle iletişim kurar pozisyondaysa, işçiyi denetleyen mekanizmalar, o işçinin ne yazdığını, yazılan metnin firmanın kurallarına aykırı olup olmadığını denetleyebilme yetkisine sahip olmuştur.

Bir başka örnek işe alımlarda söz konusudur. Bir işçi, herhangi bir işe başvurduğunda, patronun onu denetlemesi için şans tanır. Ülkemizde de örnekleri sık sık bulunan, kişilerin gençlik hayatlarında yaptıkları hataların internet portallarında haber olarak paylaşılması ile o işçi daha işe girmeden denetim sürecinden nasibini almış olur. Dahası, bir işçinin, işe alınmadan verimli bir işçi olup olmadığını öğrenilmesi için özel veri tabanları da dünyada kullanılmaktadır. Britanya'da organizasyonlar, yakın bir tarihte, merkezi Suçlu Kayıt Bürosu kullanılarak, İngiltere'de hakkında az bir yorum yapılan bir konu olan potansiyel işçiler üzerinde arka plan kontrollerini daha kolay bir şekilde uygulamaktadırlar. İş başvurusunda bulunan personelin, önceki iş deneyimlerinde neler yaptıkları, talepleri ve sorunlu bir işçi olup olmadığı kontrol edilebilecektir. Bu denetim sistemi aynı zamanda hastalık taşıma riski olan ya da hamile olan bireylerin de işe alınmasına engel olabilecektir.

İşçinin gözetim süreci sadece bununla da kısıtlı değil. İşyerlerine bağlanan gözetleme kameraları, internete bağlanarak ya da işçilere fabrikada veya binada nerede olduklarını belirleyecek aktif kimlik kartları ile sürekli denetim altına alınabilirler. Bunun daha basit bir örneği bugün birçok işyerinde bulunan parmak izi ile işi girildiğinin kanıtlanması yöntemidir. İşveren, oturduğu odasında, bir parmak hareketi ile internet aracılığıyla herhangi bir işçinin o gün işe kaçta geldiğini denetleyebilmektedir.

Bir başka örnek ise hareket halinde olan işçiler üzerinde gösterilebilir. Araçlarına takip sistemi takılan işçiler, fabrikadan ayrılmalarının ardından hangi yolu izleyerek nereye giderlerse gitsinler, bu verilerin tamamı ana bilgisayar üzerinden okunabilir bir duruma gelmiştir. Bunun yanı sıra işçiler boş zamanlarında kullandıkları malzemelere zarar verip vermediklerinin denetlenmesi için de gözetimin parçası olabilirler.

Gözetimin temelinde yer alan fabrikalar, emekçilerin işe giriş çıkış için kullandığı biyometrik kartlar, gerekli olan iş gücü, emekçilerin işte tembellik yapmaması ve verimli çalışabilmesini sağlayan ustabaşı, üretim grafiği, çalışma saatleri gibi bilgiler Fordist üretim sürecinin en önde gelen gözetim pratiklerinden bir tanesidir.

Amerikan İşletme Vakfı'nın (AMA) yayımladığı bir raporda Amerika'da işverenlerin bilgisayar aracılığıyla işçiler üzerinde çeşitli gözetim faaliyetleri gerçekleştirdiğini ortaya koymuştur. Yayımlanan raporda, sermayenin yüzde 66'sının işçilerin internete bağlandığında nereye gittiğini izlediğini, neredeyse yarısının emekçilerin tıkladığı sayfaların ve bastığı tuşların kaydını tuttuğunu, yüzde 43'ünün emekçilerin bilgisayarındaki dosyaları kopyalayarak gözden geçirdiğini ve yüzde 43'ünün ise emekçilerin kişisel e-posta hesaplarını takip ettiği belirlenmiştir.

Postfordist üretimin ana ayırım getiren özellikleri şu şekilde açıklanabilir: (Saklı, 2007):

1- Esnek Üretim Sistemi: Postfordizm, tüketim süreçlerinin oluşturacağı tüketim taleplerine göre farklılık gösterebilecek bir sürece gelmiştir.

2- Küçük Ölçekli Üretim: Fordist üretimden farklı olarak, büyük ölçekte üretim yapmak yerine, küçük işletmeler tarafından yapılan küçük ölçekli üretimlerden bahsedilebilir.

3- Ürünün Farklılaştırma Göstermesi: Fordist ekonominin aksine, standart bir ürün yerine, tüketicinin farklı taleplerine göre şekillendirilmiş ürünler hakim olmuştur.

4- Stok Olmaksızın Üretim: Önceki üretim tekniklerine göre, tüketicinin sürekli değişen talepleri karşısında stok edilmeden bir üretim söz konusu olmuştur.

5- Üretimin Kalite Kontrolü: Üretim sonrasında kalite kontrolü yapmanın maliyet getirdiği belirlenerek, kontrolün üretim sırasında yapılması gerçekleştirilmiştir.

6- Üretim Sürecinin Bölünmesi: Üretim süreci parçalanarak, farklı alanlarda ve birimlerde üretimin tamamlanır hale gelmiştir.

7- İşgücünün Uzmanlığı ve Birden Fazla Görev Yüklenmesi: İşçi, dar bir görevde uzman olmak yerine, elden geldiğince geniş alanda bilgi ve yetenek kazandırılarak, birden fazla görev verilmesi gündeme gelmiştir.

8- İşçinin Yetenek ve Birikimine Göre Güvence ve Maaş: İşveren tarafından sağlanması gerek iş güvenliği ve yüksek maaş, ancak çok nitelikli bir işçi için söz konusu olur.

9- Sendikalaşmanın Önem Kaybı: Sendikalar, esnek işgücü ilkesine aykırı yapılanmalardır. İşverenlerin esnek işgücü ilkesine aykırı olan sendikalara yönelik talepleri, işletme odaklı anlayışlarla konulmaya çalışılır.

10. Bilgisayar Esaslı Yatırımların Doğuşu: Yeni üretim teknolojilerinin üretimde kullanımı, küçük işletmelerin üretim yapma şansını ve seçeneğini artırmaktadır.

11. Beyaz Yakalı İşgücü: Alanında profesyonelleşmiş, teknik, servis sektörü çalışanları içeren bir mesleki yapı oluşturulması

12. Kadınların Daha Yoğun Şekilde İstihdamı: Eskisi kadar kaba güç gerektirmeyen işlerde, yeni teknolojilerin yardımı ile kadın emek gücü de iş alanlarına aktarılmıştır.

13. Çokuluslu Şirketlerin Sistem Üzerindeki Hâkimiyeti ve Özerk Yapısı: Kapitalist üretim, küresel bir boyut kazanması sonrasında, çokuluslu şirketler de ortaya çıktı. Bu şirketler, dünya ekonomisi üzerine ağırlıklarını koyunca, ulusların yasama organlarından öte, küresel kurallara göre hareket edebilme çabası içinde girdiği gözlemlenmektedir.

14. Uluslararası Esnek İşbölümü: Küresel bir üretimin organize edilebilmesi için esnek bir uluslararası işbölümü ortaya çıktı..

Marx'a göre gözetim, emek ve burjuva arasındaki mücadelenin bir aracıdır. Köleliğin ortadan kalkmasının ve kapitalist ekonominin gelişmesiyle birlikte, emek eski yöntemlerle çalıştırılmaz hale gelmiştir. Eski sisteme göre görece daha özgür bir hale bürünmüş olan işçilerin en düşük ücretlerle en yüksek üretimi sağlayabilmesi için, denetlenmeye ihtiyaç duyulmuştur. Bundan dolayı işçilerin boyun eğmesini sağlamak için gözetim ve disiplin altına alınma bir güç olarak kullanılmış ve bugün adına yönetim dediğimiz olgu geliştirilmiştir. İşçileri iş alanlarında toplama fikri sık sık teknik verimliliği maksimize etmenin, makinelerin en üst düzey randımanında kullanımını sağlamanın bir aracı olarak görülmüştür. Oysa Marx, iş alanlarının kullanılmasını ve emekçilerin faaliyetlerinin gözetlenmesini, emeğin disiplin altına alınması kadar önemli olduğundan söz eder. (Lyon, 1997: 43)

"İşyerinde gözetlemenin yollarının sayısı teknolojilerin gelişmesi ve farklılaşmasıyla artmakla birlikte söz konusu bu yollar niteliksel açıdan dört ana grupta toplanmaktadır:

İlki, ortaya çıkarılan ürünün kalitesini veya yoğunluğunu, emekçinin görevini yerine getirip getirmediğinin denetlenmesi amacından hareket ederek, işlem miktarını ölçebilmektir. Mesela çağrı merkezinde çalışan bir işçinin bir günde kaç kez telefon görüşmesi yaptığı ya da bir bilgisayar programcısının günde kaç satır kod yazdığının sayılması gibi...

İkincisi, işçinin iş alanlarına olan uyumunun belirlenmesine yönelik yapılan gözetim faaliyetidir. Bu, işçinin işyerindeki giyim kurallarına ne kadar uyduğundan, kameralar vasıtasıyla tuvalete dahi kaç kez gittiğinin tespit edilmesine kadar örneklendirilebilir.

Üçüncüsü, işçinin fiziksel özellikleri ve yaşam alışkanlıklarının çalışma performansını ne derece etkilediğine yönelik çalışmalar yapılmasıdır. Örnek vermek gerekirse, çalışana uyuşturucu testi, sicil raporu, kolesterol testi yaparak, çıkan sonuçlara göre bireyin çalışma verimliliği test edilerek gözetim sağlanır.

Dördüncü ve son olarak, bilgisayarlar aracılığıyla bireyin bulunduğu yerin tespiti, cep telefonu gibi teknolojiler aracılığıyla yapılan gözetimdir." (Marx, 2002)

2.8 Bankacılık sistemleri ve güncel panoptikon

Bankacılık sistemleri güncel panoptikonun en sade şekilde gözler önüne serildiği bir ortamdır. Ağ toplumunun bir getirisi olarak sıcak para akışı ciddi anlamda şekil değiştirmeye başlamıştır. Para, kâğıt formatından çıkıp dijital ortamda rakamlar üzerinde şekillenen bir yapıya dönüşmüştür.

Modern toplumlar, gözetimi sağlayan bir uygulama olarak tüketim politikalarını sıklıkla kullanmaktadır. Tüketim kültürü içinde yaşayan iş yerleri ve bankalar, taksit yapma, indirim imkanı sağlama ve promosyon gibi seçeneklerin kullanılabilmesi için kredi kartı kullanımını teşvik edebilmektedir. Kullanıcı kredi kartıyla yaptığı alışverişte taksit imkânından yararlanarak ev ekonomisini düzenleme kolaylığına erişirken, iktidar da her türlü alışverişini kayıt altına alma şansına sahip olmuştur. Aynı zamanda bu veriler bankalar aracılığıyla mağazaların kullanımına açılmış ve mağazaların daha etkin satış yapabilmesinin de önünü açmıştır.

Günümüz dünyasında, iktidar sadece kredi kartı takibiyle bireylerin tüm tüketim alışkanlıklarını öğrenebilmektedir. Kişinin sahip olduğu para veya borç, ne yediği, ne giydiği, nasıl bir yaşam tarzı sürdürdüğü, ne kadar alkol ve sigara tükettiğine kadar her türlü veri iktidarın elinde birikmektedir. Tüm bu veriler sadece banka kartları ile değil, büyük alışveriş merkezlerinin verdiği

"müşteri kartları" aracılığıyla da denetim altına alınmaktadır. İndirim ve puan kazanma umuduyla kişiler kart sahibi olmaya teşvik edilirken, bireylerin tüketim alışkanlıkları ve kişisel bilgileri market sahiplerinin eline geçebilmektedir. Şehir hayatında bir banka makinesinden para çekmek, cep veya normal telefonları kullanmak, yol bilgisayarı bulunan bir araba kullanmak, broşür doldurmak, kredi kartı kullanmak, kütüphaneden kitap almak, internete girerek çeşitli bilgilerimizi vermek, bilgilerimizi internet ortamında bırakmak gibi sıradan görünen işler, hayatımızın vazgeçilmezleri haline gelmiştir. Ancak tüm bu ilişki türleri bilgisayarlar ve ona bağlı sistemler üzerinde iz bırakmaktadır. Modern hayat adını verdiğimiz bu faaliyetler, bir nevi elektronik gözetim altında olmaktadır (Lyon, 1997, s. 24).

2.9 Sanatta gözetim - Film, dizi, resim ve müzik örnekleri

Horus - Herşeyi gören göz

Bilinen en eski "göz" tasarımı Mısır uygarlığının temellerinde bulunmaktadır. Horus'un gözü olarak bilinen gösterge, vicdanın gözünden kaçış olmadığını, insanın kendi içinde bulundurduğu niyeti ve yaşamını sürekli gözetleyen ve dikkat eden bir bakışı temsil eder.



Şekil 2: Horus (Herşeyi gören göz)

Horus, Antik mitolojide gök tanrısı olarak betimlenir. Osiris ve Isis'in ikinci oğludur. Horus, antik mısır mitolojisinin en önemli tanrılarında bir tanesidir. Horus, dini bir ibare olarak, ilahî kuralların bireylerin vicdanında belirmesini sembolize eder. Hikayelere göre, Horus'un gözleri ay ve güneştir. Hiç kapanmayan gözleriyle birlikte, Horus, yasaların herhangi bir ihlal olmadan uygulanmasının ve merhametsiz yargıcın keskin kılıcıdır.

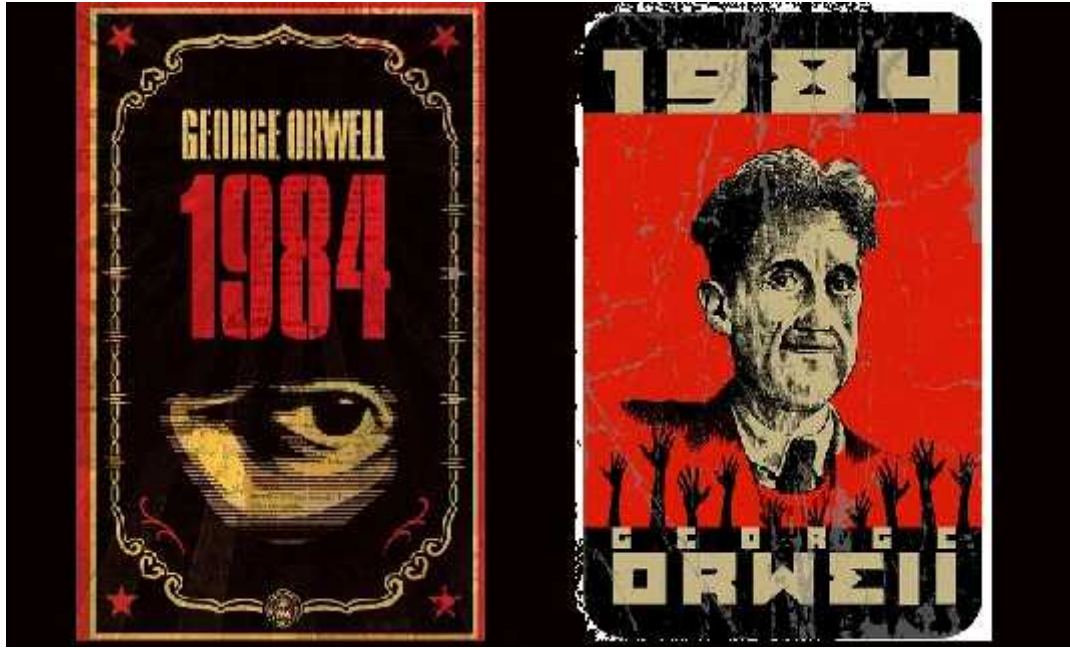
1984

1984 George Orwell'in en önemli romanlarından biri olsa da, bu çalışmada Micheal Radford'un 1984'ü filmleştirdiği versiyonu kullanılmıştır. Filmin giriş sahnesi, gözetim sürecinin kısa özeti niteliğindedir.

Filmde bahsi geçen yer aslında bir hapishane değil bir iş alanıdır. Emekçilerin tamamı tek tip kıyafet giymiş ve minik çalışma masalarında görev icra etmektedir. Kamera film başlangıcında ortamı anlatabilmek için masalara yaklaştığında, çalışanların aynı mahkûm gibi masalarda tek tek çalıştığı gözlemlenmektedir. Kamera oyunun başrol oyuncusunun çalıştığı alana geldiği zaman, çalışma ortamında bulunan televizyonun eğlence aracından öte, Büyük Birader'in çalışanları izlemesi için kullandığını gözlemlemekteyiz. Film boyunca çalışanların da zaten konuşmalarına ve hareketlerine dikkat etmelerinin nedeni sürekli Büyük Birader tarafından gözetlendiklerinden dolayıdır.

Filmde, işçileri gözetleyen Büyük Birader'e itaat edenlerin bir grup oluşturduğu da gözlemlenirken, bahsi geçen gruptakilerin, Büyük Birader'e itaat etmeyenleri "dışlanmış" olarak tanımladığını gözlemlemekteyiz. Bu da, gözetim süreçlerinin toplumsal meşruiyeti bağlamında aktarılabilir. Sürekli gözetleyen iktidar, kendine bağlı bir toplum oluşturabilmek için, toplumsal yaşantının her alanında bulunmaktadır. İnsanların cinsel yaşantısına dahi karışabilecek duruma gelen Büyük Birader, filmde aşk yaşayan başrol oyuncusunu da işkenceye tabii tutulmuştur. Filmde, iktidarın toplumu yönlendirmek için birçok kural belirlediği gözlemlenirken, aynı zamanda bu belirlenen kurallara uyulup uyulmadığını denetlemek için de gözetim faaliyetleri düzenlediği belirtilmektedir. Filmde, Büyük Birader, iktidarına

karşı, “toplumsal düzen”in bozulmasına faaliyetlere yönelik gözetim de yapmaktadır.



Şekil 3: George Orwell'in 1984 kitabı kapağı

1984 kitabının yazarı George Orwell, kendi düşünceleri bakımından da “öteki” sınıfına aittir. Orwell'in karakteri “Büyük Birader”e saygı göstermediği açıkça belli olan romanda, azınlıkta bazı grupların bulunduğunu da romanın içinde bulundurmıştır. Orwell, filmde de görülebileceği üzere yaşanan tüm gözetim süreçlerine rağmen başrol oyuncusunun düşüncesinde özgürlüğe yer vermiştir. Baskı ve zorla gözetim altına alma, iktidarın, gücünü kendi amaçlarına yönelik faaliyetlerin denetlenmesi, bireylerin bunu yapmaya zorlanması ve bu amaca yönelik denetimi sağlama anlamında kullanılmaktadır.

Modern Zamanlar

Chaplin'in en çok sevilen filmlerinden biri olan Modern Zamanlar iş yerindeki denetim ve gözetimin ne olduğuyla ilgili bir panoptik sonuç ortaya çıkarır.



Şekil 4: Charlie Chaplin'in Modern Zamanlar filminden bir kare

Filmde, iş alanındaki iktidar, yani işveren, işçileri aynı 1984 filmindeki Büyük Birader gibi gözetim altında tutmaktadır. İşveren, talimatlarını sürekli ekranlar aracılığıyla işçiye aktarır ve dolayısıyla ekran kapalı olduğu zaman bile, işçiler gözetim altında olduğunu bilmektedir.

Filmin bir kesitinde, işveren ekranı açarak montaj bölümünde çalışan işçilerin hızını artırması ve üretimi hızlandırması talimatını görevli işçiye iletir. Fordist bir ekonomi bandında çalışan işçilerin başında ustabaşları bulunmaktadır. Bunlar da işçi olmasına rağmen, bunların görevi gözetim ve denetim yapmaktır. Filmde, ustabaşları işçileri daha uyumlu bir performans göstermeleri için uyarır. Sahnede, işçileri temsilen Charlie Chaplin'in otomatikleşmiş hareketlerini görürüz. Yukarıda fotoğrafı da görülen sahnede, tuvalet içinde sigarasını yakmaya çalışan Chaplin, kapalı olan ekranın açılmasıyla iktidarın azarına maruz kalır.

V for Vendetta

Alan Moore'un kaleme bir çizgi romandan esinlenmesiyle sinemaya uyarlanan ve Wachowski kardeşlerin yapımcılığını üstlendiği film, Guy Fawkes'ın İngiltere Meclis binasını toplumsal özgürlük adına patlatma girişimini ve bu girişimin başarısızlığı ile idam edilmesini ve o günün özgürlük mücadelesini anlatır.

V, bir başkaldırı mücadelesinin baş aktörüdür. Konuya göre 1980'li yıllarda İngiltere'deki devlet yapısını militer eğilimli bir siyasal grubun siyaset alanını ele geçirmesiyle birlikte, toplumsal gruplar içinde mücadele eden bir mücadeleyi simgeler. Aktivistlerin, militarizm ve faşizm karşıtı grupların, ülke içinde iktidara yönelik ve iktidarın kontrol altında tuttuğu düzene tehdit olarak gösterilen göçmenlerin ve eşcinsellerin intikamı üzerine temellendirilen, önce bireysel başlayan ve ardından da kolektif bir sürece dönüşen mücadeleyi anlatır.



Şekil 5: V For Vendetta Filmi'nden bir dinleme sahnesi

V for Vendetta filminin bir sahnesinde, evlerde yapılan konuşmalar dinlemek üzere araçların üzerine antenler konulduğu gözlemlenmektedir. Bu antenler ve araba, süperpanoptikon örneklerinden bir tanesidir.

Kapışma

Kapışma filmi, lisanssız boks ve yasadışı bahis yapan İngiliz mafyasının, kural tanımaz ve acımasız yönünü işlemektedir. Kapışma filminde, asansör de dahil olmak üzere her alanda kameralar olduğu bilinmekte ve bu

kameralar hayatın her alanında işler durumdadır. Kapıdan girildiği andan başlayarak insanların tamamı gözetim altındadır. Asansöre kimlerin bindiği, kimlerin indiği ve orada olan tüm eylemler, iktidarın denetimi ve gözü altındadır.



Şekil 6: Kuşma filminden bir sahne

Azınlık Raporu

Azınlık Raporu, gelecekteki dünyanın distopik bir gölgesini gözler önüne sermektedir. 2054 yılında geçen filmde, kurulan Suç Öncesi Birimle suçlar işlenmeden tespit edilebilmekte ve suçların önüne geçilebilmektedir. Film, teknolojinin tüm imkânlarının kullanıldığı bir ortam bizlere sunması yanında, bir yanda bol miktarda para ve zenginliğin diğer yanda ise fakirliğin iç içe geçtiği bir yapıyı çizmektedir.



Şekil 7: Minority Report (Azınlık Raporu) filminden bir sahne

Philip K. Dick'in Steven Spielberg tarafından sinemaya aktarılan bilimkurgusu Minority Report (Azınlık Raporu)ta, insanların retinaları taranıp onlara uygun reklamlar gösterilmektedir. İnternetteki davranışlara göre yönelimleri belirleyen uygulamalar günümüz dünyasında da bulunmaktadır. İnsanların kişisel ilgi alanlarına göre Sosyal Medya platformunda reklamlar hazırlanması bunun en bariz örneğidir.

Film, insanların gözlerini "kimlik kartı" yerine her ortamda okutmak zorunda olduğu bir gerçeklikte geçmektedir. Bireyler, filmde kendilerine ait "özelliklerini" otoritenin hizmetine sunmakta, böylelikle otoritesini kabul ettikleri bir güce teslim olmaktadır. Filmdeki karakterlerin zamanla ilgili bir meselesi vardır. Filmin başrol karakteri John, geçmişe takılıp kalmış bir rol çizmekteyken, Suç Önleme Birimi'nin "köle"lerinden Agatha ise gelecekteki imgeler görerek, yaşanan olayları önceden tespit edebiliyor.

Truman Show

Truman Show, medya ve gerçeklik algısı üstüne düşünülmesine olanak sağlayan bir yapım olarak bu çalışmanın anlamlandırılmasında önemli bir yere sahiptir. Hikâyenin başrolü Jim Carrey (Truman Burbank), farkında olmasa da bir TV programının başrol oyuncusu olarak dünyaya gelir ve

kendisine sunulan yapay dünyada büyür. Ana rahmindeyken bile ne yaşayacağı programlanmış ve doğumuyla birlikte, büyürken ne yapacağı belli olan, gelecek kariyeri dahi program yapımcıları tarafından belirlenen bir karakter karşımızdaki. Bu film, süperpanoptikonun yer bulduğu filmlerdendir.



Şekil 8: Truman Show filminden bir sahne

Film, Felsefeci Herbert Marcuse'nin de ifade ettiği üzere, kapitalist ekonomik sistemi, totaliter rejimin devamı olarak aktardığı ifadesinden hareketle, sistemin devamını sağlamak için medyanın, seyirciyi ekran başında tutabilmek için neler yapabileceğini anlatıyor.

Kasabada 5 bin kamera bulunmakta ve Truman'ı adım attığı her yerde gözlemlemektedir. Kameraların başında panoptik gözetim mekanizmaları bulunmakta ve gece gündüz Truman'ın gözetlenmesi görevini yerine getirmekteler. Truman, kasabada gerçek olan tek şeydir. Onun dışındaki tüm çevre düzenlemesi, devlet kurumları ve şehirde yaşayan insanlar bir kurgudur. Böylelikle Truman, bir kaç katlı gözetleme sisteminin bir parçası haline gelmiştir. Kameralar aracılığıyla işlenen bilgiler, reklam araçlarıyla ekonomik bir gelire de dönüştürülmekte, film boyunca gözlemlediğimiz kurgularla gözetlenen dünyayı bir işleminden geçirebilmektedir. Bilgiler sınıflandırılıp şekillendirilerek, şov için tehlike arz edebilecek kişilerin egale edilmesine de olanak sağlamaktadır. Kısacası, bu filmde bilgi ve iletişim

teknolojileri, panoptik aynı zamanda süperpanoptik bir yapıda da işlem göstermektedir.

Person of Interest

11 Eylül saldırıları sonrası Amerika Birleşik Devletleri Hükümeti, terör saldırılarını engelleyebilmek için bilim insanlarından çok gizli bir proje üretmesini talep eder. Bilim insanları bir yapay zekâ aracılığıyla, tüm insanları sınıflandırarak, telefonlarını dinleyerek ve kameralar aracılığıyla terör eylemlerine girişmesini engellemeyi hedeflemektedir. Tasarlanan yapay zekâ (makine) ile sadece büyük çaplı olaylar değil, sıradan insanları hedef alan sıradan olaylar da takip edilebilmekte ve daha önce bahsedilen Azınlık Raporu filmindeki gibi olaylar yaşanmadan önüne geçilebilmektedir.



Şekil 9: Person of Interest adlı dizinin açılış sahnesi

Makine, terör saldırılarının önüne geçebilmek için elde olan tüm teknolojik verilerden faydalanmak durumundadır. Bu veriler, bankalardan gelen bilgiler, polisin aldığı tutanaklar, sanal verilen, kameralar, telefon verileri gibi tüm verilen bir araya gelerek "Makine"nin süzgecinden geçmesiyle sağlanmaktadır. Film, varsayımsal olarak paylaşım sitelerine de atıfta bulunur. Bir bölümde film karakterlerinden Reese'in Finch'e söylediği 'İnsanların her bilgisini sosyal paylaşım sitelerinde erişime açmasına anlam veremiyorum' cümlesine karşılık Finch'in kendisine "tüm siteleri kendisinin

kurduğunu ifade etmesi, makinenin veri bankalarında ihtiyaç duyduğu bilgileri bu şekilde topladığını ifade etmesi ise panoptik süzgeci özetler niteliktedir.

Echelon

Echelon filmi yine Person of Interest dizisinde olduğu gibi kurulan bir makinenin terör saldırılarını engellemek için işlev görmesi üzerine kurgulanmıştır.



Şekil 10: Echelon filminin afişi

Echelon, filmi, tüm telefon görüşmelerinin ve e-maillerin izlendiği ve önceden belirlenen anahtar kelimelerle olası saldırıların önüne geçilmeye çalışıldığı, yapısı itibarıyla panoptik öğelerin en yoğun şekilde kullanıldığı örneklerden bir tanesidir.

Black Mirror

Black Mirror her bölümüyle farklı bir konuyu ele alarak distopik bir geleceği bizlere sunmaktadır. Dizi, karakteri itibarıyla, insanlığın en görkemli buluşlarının ve en karanlık içgüdülerinin işlendiği bir konuya sahiptir.



Şekil 11: Black Mirror (Siyah Ayna) adlı diziden bir sahne

Dizi, günümüz yüksek teknolojisinin yüzü olan bilgisayarlar dünyasıyla alakalıdır. Bahsi geçen bilgisayarlar, dizinin arka planında, birer ayna gibi düşünülmüş ve bildiğimiz klasik aynalara ve o aynaların aydınlık yüzüne benzemeyen şekli ve rengi sebebiyle cihazların ekranı, dijital aynanın karanlık yüzü olarak betimlenmiş. Lakin asıl karanlık bu da değil; görünen karanlık rengin arkasındaki karanlık tasavvur ve Siber Dünya altı çizilen ana unsur olarak karşımıza çıkıyor dizide. Dizinin her bölümü farklı bir konu işlemesine rağmen temel olarak dizide distopik bir gelecekteki panoptik yapının imgelerini görebilmek mümkündür.

Yüzüklerin Efendisi

Bir başka örneği ise bir kitaptan ve sonrasında filmleştirilen "Yüzüklerin Efendisi"nden metaforik olarak verilebilir. Sauron, Tolkien'in kurguladığı kitapta, Orta Dünya'nın kötü ırkının lideridir.

Sauron kitapta anlatılan Orta Dünyada, çeşitli zamanlarda kötü tarafı seçer. Kitapta adın geçen birçok ırka yönelik kötülükler yapan Sauron, son savaşta yenilmesiyle bedenini kaybeder ve tek bir göz haline bürünür. Hikâyeye göre gücünün büyük bir kısmını yüzüğe aktaran Sauron'un yok edilebilmesinin tek

yolu yüzüğün Mordor dağındaki lavlara atılmasıdır. Üç serilik film süresince, Sauron'un gözü her şeyi görebilen göz olarak nitelenmektedir.



Şekil 12: Yüzüklerin Efendisi adlı filmde Sauron'u sembolize eden bina

Film boyunca, iktidarı temsilen bir kulenin üzerinde yer alan göz göstergesine tanık olduğumuz Sauron, gerek kulenin üzerinde konumlanan gözü ile gerek ürkütücü ve tek büyük bir göz olmasının nedeniyle ve gücü temsil etmesi nedeniyle panoptik bir yapıyı andırmaktadır. Bu noktada, iktidarın temsili olarak gösterilmesi beklenen göstergenin, göz olarak tercih edilmesi de dikkat çekicidir.

Das Experiment

Alman yapımı film, yapay bir hapisanede gerçekleştirilen psikolojik bir deneyi konu almaktadır. Filmde sıradan insanların ödenekli olarak hapisane gibi katı ortamlara girmeleri ve disiplinin hâkim olduğu bu ortamlarda birbirleri ile ilişkilerinde ne tür değişimler olduğunu konu almaktadır. Filmde katılımcılar farklı ırk, karakter, cinsel yönelimlere sahip olmakla birlikte, seçilen deneklerin bazıları mahkûm olurken bazıları da gardiyan rolünü üstlenmişlerdir.



Şekil 13: Das Experiment adlı filmde bir sorgulama sahnesi

14 günlük bir deneyi konu alan film, panoptikon yöntemi ile psikologların ve doktorların denetimine açılmıştır. Hapishanede bulunan karakterler gün 24 saat kameralar aracılığıyla gözlemlenmekte, ilk günlerde ciddiye alınmayan deneyler için yönlendirmeler de yapılmaktadır. Mahkûmları kendi hegemonyaları altına almak adına farklı yöntemler geliştirmiştir. Öncelikli olarak itaat ettirmek için aşağılama, utandırma, hakaret etme, hatta deneyin son günlerine doğru şiddet uygulama gibi yöntemlere başvuru yapmışlardır.

Loud Family

1971 yılı tarihli bir Amerikan dizisi olan Loud Family (Loud Ailesi), günlük yaşantılarını kayıt altına almak amacıyla evlerinin her alanına kamera koyarak yedi ay boyunca ara vermeksizin çekim yaparak bir televizyon programı hazırlamıştır.

Türkiye’de 2000’li yıllarda sıklıkla takip edilen Biri Bizi Gözetliyor programlarına oldukça benzeyen yapım, Loud ailesinin yaşamının merkezine kameralar yerleştirilirken, diğer tarafta kameralarla oluşturulan bir eve yaşamların yerleştirilmesi şeklinde farklılık göstermektedir.



Şekil 14: Loud Family

Film yapısı itibariyle panoptikon için önemli bir örnek teşkil etmektedir. Loud ailesi deneyindeki amaç bir ailenin gerçek yaşamlarını kayıt altına almak olmasına rağmen, ailedeki bireyler, kameraların kendilerini takip ettiklerinin bilinciyle, farklı bir karaktere bürünerek, farklı bir yaşam sürdürmeye başlamışlardır. Başka bir ifadeyle, süreç tersine dönüşmektedir. Loud Family, yaşamları kayıt altına alınıp televizyonlarda gösterilmeden yaşamlarını sürdüremeyen bir aileye dönüşür. Dolayısıyla program, ailenin yaşam kaydı olmaktan öte bir kurban etme törenine dönüşür.

Eagle Eye

Film, başrol oyuncusu iki karakterin hiç tanımadıkları biri tarafından kaçırılmasıyla başlar. Filmde, kendilerini kaçıran kadın karakter, kaçırılanlar hakkında her bilgiye sahiptir.



Şekil 15: Eagle Eye adlı filmin afişi

Politik bir suikast için kullanılmakta olduklarını anlayan iki rehine, kadınla işbirliği yapmaya karar verir.

Telefonda görüştükleri kadın, ABD Savunma Bakanlığı'na bağlı bir süper bilgisayardır! Bu süper bilgisayar tüm kameralar ile her yere ulaşabilmekte ve istediği her şeyi yapabilmektedir. Sonuç olarak bu bilgisayar insanların neler yaptığını gözlemlemekte ve yeri geldiğinde müdahalede bulunmaktadır. Bu film de karakteri itibarıyla panoptikonun yarattığı distopik bir toplumun en açık örneklerinden bir tanesidir.

Son Kale

Son kale filmi, Micheal Foucault'nun panoptik hapishaneler üzerine yaptığı tartışmaların somut bir örneği pozisyonundadır. Filmde, kuledaki gözetleyiciler, mahkûmları sürekli bir gözetim altında tutarak iktidarın bakışının her daim mahkûmun üzerinde olduğunu anlatmaktadır.



Şekil 16: Son Kale filminin afişi

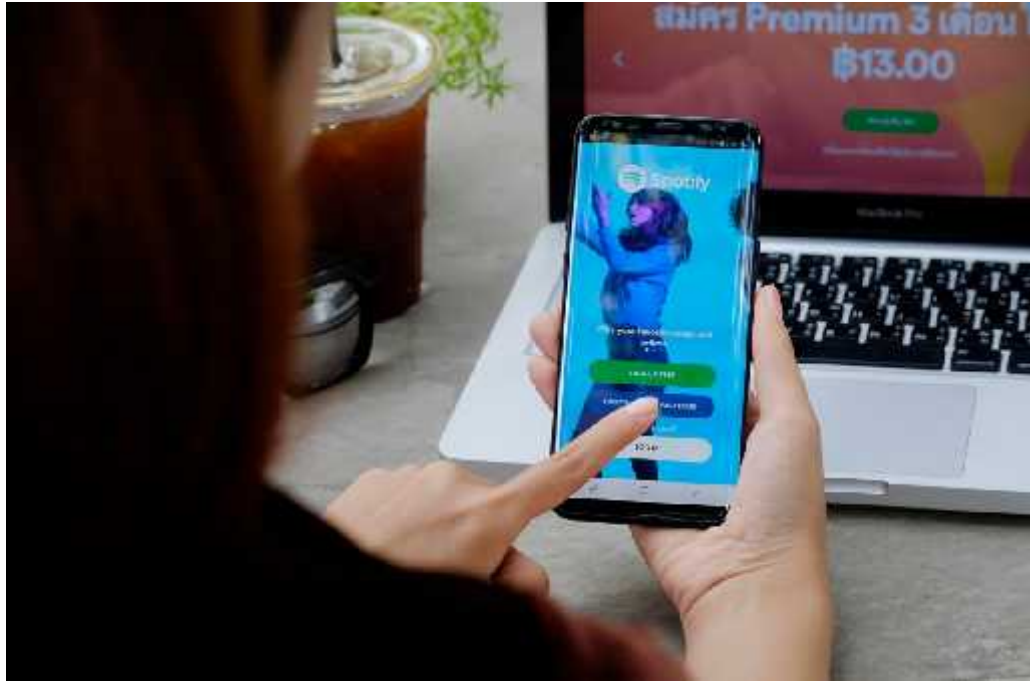
Filmde, bir kaleyi yapan unsurlar hiçbir zaman değişemeyeceğinden ifade edilerek, her şeyi görebilen bir gözden bahsedilir. Daha sonra tüm saldırılara karşı koyabilecek bir duvardan ve kalenin amacının sadece öldürmeye istekli eğitilmiş askerler yetiştirilmesinden bahsedilir.

Öncelikle göz alabildiğince geniş bir alana hâkim yüksek bir konumdur. Sonra tüm saldırılara karşı koruyabilecek güçlü duvarlarıdır. Arından amacı sadece öldürmeye istekli eğitilmiş askerler ve bayraktır. Sonra o bayrağı herkesin görebileceği bir yere dikersiniz ve buna kale denir. Kale dediğimiz zaman düşman insanları kaleden dışarıda tutabilmek için kullanılır ama bu kale aynı zamanda insanları içeride tutmak için de kullanılmaktadır. Son Kale filminin açılış sahnesinde bu ifade, Michel Foucault'un panoptik hapisaneler üzerine yaptığı teorik tartışmalarını somutlaştırdı.

Spotify ve Netflix Örneği

Spotify son yıllarda ciddi anlamda atılım sağlamış bir müzik dinleme platformudur. Üyelik başvurusunda bulunabileceğiniz, profesyonel müzisyenlerin kendi müziklerini paylaşp çok daha geniş kitlelere

ulaştırabileceği ve sıradan dinleyicinin her türlü müziğe erişebileceği bir platform hizmeti sunmaktadır Spotify.



Şekil 17: Spotify

Makine Öğrenimi (Machine Learning)'i en iyi kullanan platformlardan biri olarak Spotify, uygulama ekranında kişiye özel dinleyebileceği müziklerin listesini oluşturur ve gidip dinlemenize olanak sağlar.

Spotify, uygulama içindeki kullanıcının davranışlarını analiz ederek, kullanıcının müzik zevklerini öğrenir. Daha sonra, dinlenen müziklere göre öneriler sunarak, kullanıcının hoşuna gitme olasılığı yüksek müzikleri bireyin önüne getirir. Spotify ayrıca LNP yöntemini kullanarak metin analizi yapar ve uygulama dışında kullanıcının gezindiği sırada nelerden keyif aldığını öğrenir.

Netflix gibi dizi-film izleme uygulamaları ise belirli bir ücret karşılığında üye olduktan sonra milyonlarca dizi ve film izleme şansının sunulduğu bir ortam olarak karşımızda durmaktadır. Spotify ve Netflix'te kullanıcının dinledikleri şarkıdan atladıkları parçaya kadar, izledikleri filminden daha sonra izleyebilmek için kayıt altına aldıkları tüm filmlere kadar her şey sistemlerde kaydedilmektedir.



Şekil 18: Netflix

Uygulamalar, bu verilerle kişiye özel içerikler sunabilmekte ve dolayısıyla her kullanıcının kendine özel kişiselleştirilmiş bir ekranı bulunabilmektedir. Bu ekranlar günümüzde her alanda bulunabilmektedir. İzlediğimiz filmlere veya dinlediğimiz şarkılara göre, 'beğenebilecekleriniz' başlığıyla önerileri artık YouTube da dâhil olmak üzere birçok video paylaşım platformunda bulabilmek mümkündür.

Yazı ile kayıt altına almaya başlayan gözetim mekanizmasının, gitgide görsel-işitsel bir alan haline gelmesi, daha az okuma daha fazla izlemenin ortaya çıkması, görsel imajların da bir tüketim nesnesi haline gelmesine neden olmaktadır (Demir, 2017: 282). Baudrillard (2016)'a göre medyanın gerçekliği ve toplumların gerçekliği birbirinin yansıması olmaktan çıkmakta ve gerçeklik bir hiper-gerçeklik halini almaktadır. Günümüzde bireyler ihtiyaçlarını tüketmekten çok, çeşitli göstergeler tüketmektedirler (Baudrillard, 2016: 90). Geline nokta, sosyal video ve müzik paylaşım platformları da kendi başına bir gözetleme ve tüketim alanı haline gelerek, hem kendine tüketim alanı yarattı hem de kullanıcılara hizmet veren bir üretim alanı haline dönüşmüştür.

3. BÖLÜM

MAHREMİYET SORUNU

Gözetim pratiklerinin ortaya çıkardığı en büyük problem, bireyin mahremiyetini tamamıyla kaybetmesi ve hayatını kamusal bir alanda yaşamaya zorlanmasıdır. Zorlanma ifadesi tek başına kullanıldığında yanıltıcı anlamlar doğurabilir; dolayısıyla bu noktada zorlanma ifadesinin bireylerin teşvik edilerek özel hayatlarının sosyal medya ortamlarında paylaşılması anlamında kullanılmaktadır. Birey, bu çalışmanın ilerleyen bölümlerinde karşılaşılacak olan ankette de görülebileceği üzere, sosyal medya üzerinden kişisel eşyalarını, evini, arabasını sosyal medya üzerinden paylaşmaktan çekinmemektedir. Bunun yanı sıra, birey, gittiği tatilinin fotoğraflarını sosyal medya hesabından paylaşarak da özel alanını ihlal etmektedir. Gezip gördüğü yerleri sosyal medya hesabından paylaşan ve bunun üzerinden maddi gelir elde eden bireyler başka bir çalışmanın konusudur.

3.1 Kamusal Alan ve Özel Alan Arasındaki Ayrım

Habermas, “kamusal alan”ı, batı toplumu açısından ifade ettiği anlamı ve değişimini; gündelik dilden başlamak üzere, 19. Yüzyılın ikinci yarısına değin izlemiş ve aynı zamanda da, “ideal kamusal alan” teorisinin çerçevesini çizmiştir. Habermas’a göre, ideal kamusal alan; 17. yüzyılın sonlarında oluşan ve özgün sosyolojik şartlarda gerçekleşen “burjuva kamusal alan”dır (Köroğlu & Köroğlu, 2013: 915).

Habermas, ideal kamusal alan çerçevesini çizmezden önce; farklı tarihsel dönemlere dayanan 3 kamusal alana değinmektedir. O’na göre, bu üç farklı kamusal alandan ilki, Ortaçağ’da vücut bulan ve sonraki iki kamusal alan ile bağlantısı olmayan (çünkü temelini bir yönetici veya toprak beyinden almakta; toplumsal alana değil, statüye dayanmaktadır), “temsili kamu”dur. Burada “kamu”, “otoriteyi” temsil etmekte; karşısındaysa, temsil nesnesi olarak “yığınlar” yer almakta, temsiliyet, yığınları içeri almamakta ancak onların önünde gerçekleşmektedir. Kamusal alanın ikincisi, Ortaçağ’dan sonraki dönemde vücut bulan “edebi kamu” ve son olarak da, entelektüel

temelini edebi kamudan alan, siyasal veya “burjuva kamusal alan”dır (Köroğlu & Köroğlu, 2013: 915).

Habermas’ın burjuva kamusal alanının ortaya çıkışında, iki temel gelişimden bahsetmek mümkündür (Melton, 2011: 15-16; Falay, 2014: 53): 16. yy sonlarından başlayarak modern ulus devletlerin oluşum süreci ile birlikte; devletten ayrı bir kavram olarak “toplum” da ortaya çıkmış; bu kapsamda devlet “kamu iktidarı” alanı; toplum ise, “özel çıkar ve etkinlik alanı” olarak yorumlanmıştır.

Özellikle, 17.-18. yy mutlakıyetçi rejimlerindeki, monark ve monarka tabi özel tebaa olguları, bu ayrımı güçlendirmiş; Habermas’ın kamusal alan olarak adlandırdığı yapının, deyim yerinde ise ilk halini oluşturmuştur. Diğer yandan, kapitalizm ile birlikte, devlet ve toplum ilişkisi kesilme noktasına gelmiş; ulusal ve uluslararası pazarların genişlemesi ile birlikte hızlanan meta dolaşımı; iletişim ağlarının da güçlenmesine yol açmıştır. Özellikle 19. yy. devlet ve birey alanlarının bir birinden kesin olarak ayrıldığı bir dönem olarak yorumlanabilmektedir.

Ortaçağda soyluların evine yüklenen baskı/tahakküm merkezi olma niteliği ile birlikte sahip olduğu üretim yeri niteliğinin yerini piyasa almış ve böylece ev giderek daha özel bir alan halini almıştır. Ancak, evin önemi bu noktada farklı bir boyuta taşınmış; mülkiyet, ailelere özerlik alanı sağlamakla birlikte, mülkiyet sahibi olmayanların “aile alanından dışlanması”, burjuva kamusal alanının “herkese açık” olması savı ile çelişkiye yol açmıştır (Falay, 2014: 53-54). Habermas, kahvehane, salon ve kulüp gibi yerlerin, 18. yy’da, devletten bağımsız şekilde ve devlete karşı fikirler üreten merkezler olduklarını ileri sürmektedir.

Yinelenmelidir ki buradaki “kamusal”, temsili kamudaki “irade”yi değil (Habermas, 2002: 80); “özel şahısların oluşturduğu yapı”yı ifade etmektedir (Habermas, 2002: 63). Burjuva sınıfı, bu mekânlarda bir araya gelerek önce edebiyat tartışmalarıyla, daha sonra ise, bu edebi tartışmaları, siyasal niteliğe taşıyarak, devlet ve ekonomik çıkarlardan bağımsız bir alan ortaya çıkarmış; bu yapı içerisinde devlete karşı eleştirilerde bulunmuştur.

Özbek, kamusal alanı tanımlarken şu ifadelerle başvurur: "Kamusal alan, tarihi ve ilkesel anlamda, devletin elinde yoğunlaşan keyfi ve baskıcı iktidarı gözetleyen ve dönüştüren bir muhalefet alanı olarak anlaşılması gerekir." (2004, 132)

"Kişinin bireysel yaşantısında gizli bir alana sahip olması, onun en temel hak ve özgürlüklerinin tanımlayan unsurlarından bir tanesidir. Özel yaşam, bireyin bir başkası tarafından müdahalesine açık olmayan, bireyin özgürce bırakılma hakkına sahip olduğu amuya açık olmayan özel dünyasıdır. Bireyin bu alan içinde yaptığı faaliyetlerin, kendi rızası dışında başkaları tarafından gözetlenmesi veya başkalarına dağıtımına açılması kişilik haklarına saldırıdır" (Kahraman, 2008: 110).

Sanal yaşantı, gösteri toplumunu meydana çıkarmaktadır. Veblen gösteriş için yapılan tüketimin bireylerin zenginliklerini ifade etme biçimi olduğunu ifade etmektedir. Bireylerin zengin olduklarını "haykırımlarının" altında yatan ise zenginliğin aynı zamanda güçlülükle koşut olduğunun düşünülmesidir. Kişilerin sahip oldukları maddi varlıklar arttıkça güçlülük hisleri kuvvetlenmektedir, aksine maddi varlıkları azaldıkça da kendilerini daha zayıf görmeye başlamaktadır. Gösteriş tüketimi diğer bazı ihtiyaçlar gibi kişinin sadece kendini tatmini için değil, başkalarının gözünde değer kazanmak için yapılmaktadır. Toplumun kültürel, sosyal yapısının gösteriş merakı karşısındaki tutumu kişinin davranışını yönlendirmektedir (Veblen, 2005: 97).

Özel alan, kişinin ailesi, arkadaşları, iş çevresi gibi belirli kişilerle kurduğu iletişim sonucu bu kişilerce bilinen eylemler, olaylar, bilgileri içerir. Bu alandaki eylemlerin bazı kişilerce biliniyor olması demek kamuya açık anlamı taşımamaktadır (Sevimli, 2006: 8).

Gizli alan, kişilerin sadece güvendiği kişilerle paylaştığı, güvendiği kişiler dışındaki kişilere kapalı olmasını istediği eylemler ve bilgilerden oluşur. Gizli alanın korunması kişilik haklarının korunması demektir. Gizli alana kişinin cinsel hayatı, inançları, dünya görüşleri, aile ilişkileri, sağlık sorunlarının olup olmadığı gibi konular dâhildir. Kişilerin her türlü iletişimi anayasal teminat altındadır. Kişilerin, diğer kişilerle yaptığı konuşmalar ve yazışmalar her iki tarafın da gizli hayat alanına girer. Tarafların rızası dışında açıklanması gizli

hayat alanına tecavüzdür (Sırabaşı, 2007: 38-40). “Kişinin iş yaşamı, iş çevresine açık olmakla birlikte kamuya açık değildir. Dolayısıyla, iş alanlarının kamuya açık olmayan bölümleri, özel yaşantıların bir parçasıdır ve iş ilişkileri de esasında özel yaşama aittir. Hangi yöntemle olursa olsun, işveren tarafından, işçi hakkında tutulan kayıtların özel yaşam hakkı bakımından önemi, bu belirlemeyle açık şekilde ortaya çıkmaktadır. Kişinin iş arkadaşlarıyla paylaşma açmadığı yaşam alanı; mesela aile yaşantısı, kaldığı ev, işyerindeki çalışma alanı ve kendisine ait dolap, da iş çevresinden gelmesi muhtemel müdahalelere kapalıdır (Sevimli, 2006: 14).

3.2 Şeffaflık aldatmacası

Şeffaflık birçok toplumda olumlu bir yaklaşım olarak gösterilmektedir. Dahası, hayatlarımızı yöneten iktidarların şeffaf olması ve şeffaflığı teşvik etmesi beklenmektedir. Yaratılan algı ile şeffaflıkla birlikte demokrasinin, bilgi alışverişi özgürlüğünün ve verimliliğinin artmasının hedeflendiğine de şahit olmaktayız. Bilgi edinmenin bu kadar kolaylaştığı dünyamızda, şeffaflık talep etmek bireyin birbirine güven duymasından öte bir kontrol edebilme mekanizmasına dönüşür.

Şeffaflık bir ideolojidir. Yaratılan kamusal ortam ile her şeyin içine girmeye çalışan şeffaflık, enformasyon toplayabilmek amacıyla bulabildiği her kapıyı açmaya çalışır. Sosyal medyanın toplumsallaşmasıyla birlikte, şeffaflık bir çeşit panoptikona dönüşmektedir.

"Şeffaflığı sadece enformasyon özgürlüğüne ve suistimallere ilişkin olarak ele almak işin boyutunu gözden kaçırmak demektir. Şeffaflık, toplumsal süreçlerin tümünü kapsayan ve onları köklü bir değişikliğe uğratan sistemik bir zorlamadır. Günümüzde toplumsal sistem bütün süreçlerini, bunları işlemselleştirmek ve hızlandırmak amacıyla şeffaflığa zorlar. Hızlanma baskısı olumsuzluğun tasfiyesine eşlik eder. İletişimin en yüksek hızına, aynı olanlar birbirine cevap verdiğinde, aynıların zincirleme reaksiyonu oluştuğunda ulaşır. Ötekiliğin, yabancılığın olumsuzluğu ya da ötekinin dirençliliği aynıların pürüzsüz iletişimini bozar ve geciktirir. Şeffaflık öteyi, yabancıyı devre dışı bırakarak sisteme istikrar ve hız kazandırır. Bu sistematik zorlama şeffaflık toplumunu hizaya getirilmiş bir toplum haline

getirir. Totaliter yanı buradadır. Hizaya getirmenin yeni adı: Şeffaflık" (Han, 2017: 16)

Mahremiyet-sonrası ile ilgili yazınlar, şeffaflık adına özel alanın tamamıyla deşifre edilmesini, bunun içi şeffaf bir iletişim şeklinin yolunu açacağını belirtir. Gözden kaçırılan nokta ise, insanın kendi başına kalabileceği bir alana ihtiyaç duyduğu gerçeğini göz ardı etmesinde yatmaktadır. İnsanın bütünüyle aydınlanması ve özel hayatının tamamıyla ifşa edilmesi, bireyin ruhsal tükenişine sebep olacaktır. Birey, kendisi için bile tamamıyla şeffaf olmaktan uzaktır. Psikanalist Sigmund Freud, id'in ego tarafından büyük ölçüde görünmez durumda olduğunu belirtir ve insan ruhunda ego'nun bireyin kendisiyle uzlaşmasını engelleyen bir *yarık* olduğunu ifade eder.

3.3 Gözetimin Toplumsal Meşruiyeti

Daha önceki bölümlerde değinildiği gibi, modern toplumlar gözetim toplumuna doğru evrilmiş bulunmaktadır. Gözetim ulaştığı nokta itibariyle, İngiltere, Almanya ve ABD gibi büyük güç ülkeleri, birer gözetim toplumuna dönüştürmüştür. Gözetim konusuna çok sığ bakıldığı zaman, bireylerin yine Sosyal Medya üzerinden gözetim süreçlerine tepki gösterdiğine şahit olmaktayız. Ancak pratik yaşamda bu tepki bir yere varmamakta, dahası birey gözetlenmeyi kendi talep eder duruma gelmiştir. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ile Türkiye Cumhuriyeti yetkilileri arasında imzalanan bir anlaşma ile KKTC'ye MOBESE getirilmesinin önü açılmıştır. Dahası, gelen MOBESE'lerin denetimi Türkiye tabanlı bir şirket tarafından yönetilecek, KKTC halkının verileri direkt olarak Türkiye'ye iletilecektir. Ortaya çıkan durumla birlikte, Kıbrıs Türk hükümeti, Türkiye'ye kendisini gözetlemesi için para verir bir duruma da gelmiştir. Güvenlik ve ekonomi kurumlarının Türkiye'nin elinde olması bir yana, yaşanan kriminal olayların çözümünü MOBESE olarak göstererek, Kuzey Kıbrıs ülke olarak gözetimin bir parçası haline dönüştürülmüştür.

Kapitalizmde zor kullanma ve rıza her zaman iç içe geçmiş durumdadır. İktidar, yönettiği toplum içinde güvensizlik algısını yaratarak, arz talep dengesiyle, güvenliğini sağlamaya talip olur. Sonrasında da teknolojik

enstrümanlar aracılığıyla, bireyi gözetim altına alarak güven sağlama garantisi verir. Bunu yaparken, en ufak muhalif sesleri de kontrol altına alıp bastırarak, gözetim toplumunu bireyin rızasıyla hayata geçirir.

Sıklıkla kamuoyunda MOBESE kameralarının suçları önlemek amacıyla kullanıldığı iddia edilmektedir. Öte yandan yapılan araştırmalar, MOBESE'lerin suçu önleme noktasında hiçbir fonksiyonu olmadığını, tüm dünyada terör, cinayet, soygun gibi suçlarda da artış yaşandığını ortaya koymaktadır. Türkiye örneğinden görülebileceği üzere, MOBESE suçun televizyon ekranlarından medyatik olarak gösterilmesine yaramaktadır.

Yapılan sözleşmede, sokaklara döşenecek olan kameraların, kimin tarafından ne kadar süreyle ve ne amaçla kaydedilip kullanılacağına yönelik bir açıklama da bulunmamaktadır. Bunun yanında, imzalanan protokolle, devletin tüm araç plaka bilgilerini Türkiye Cumhuriyeti'ne vereceği açıkça yazmaktadır. Yasal altyapısı tamamlanmamış bu anlaşma, KKTC'de yürürlükte bulunan Kişisel Verilerin Korunması Yasası'ndaki "Diğer Ükelere Veri Transferi" kuralları ile de çelişkiler barındırmaktadır.

İçişleri Bakanı Ayşegül Baybars, 27 Ağustos 2018 tarihli açıklamasında, modern ülkelere bakıldığı zaman suçların önlenmesi ile ilgili ne gibi tedbirler alındığı veya suç işlenmeden koruyucu tedbirler olarak nelerin yapıldığını araştırdıklarını açıklamıştı.

Suçların önlenmesiyle ilgili en önemli tedbirlerden birisinin “kentsel güvenlik yönetim sistemi” denilen ve kentlerin sadece suçu tespit etmek maksadı ile kamera sistemi ile denetlenmesi yöntemi olduğunu anlatan Baybars, bu konuyla ilgili olarak önceki İçişleri Bakanı Kutlu Evren tarafından Türkiye ile bir protokol imzaladığını, ancak o protokolün onay yasasının meclisten geçmediğini anımsatmıştı.

Nitekim bahsi geçen yasa 8 Ağustos 2018 tarihi itibarıyla KKTC Meclisi'nden geçmiştir. Dahası, bahsi geçen yasa uzun yıllar Michel Foucault çalışan

Sosyolog Milletvekili Doğuş Derya'nın kurduğu komitede onaylanarak meclise gönderilmiştir.

Dolayısıyla, Birleşmiş Milletler kararlarıyla da alt yönetim olduğu tescil edilen Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde, hükümetin herhangi bir iktidar ve gözetimin öznesi olamayacağı, öte yandan KKTC toplumunun ise ancak iletişimin bir nesnesi olduğu gözlemlenmiştir.

Bu sistemle hem motorlu araçların seyrüseferini, kaydını ve sigortasını kontrol etmek, hem de suçların önlenmesinde etkili bir yöntem olduğunu düşündüklerini anlatan Baybars, bununla ilgili bir protokol onay yasasının meclise sunulduğunu ancak, bunun dışında bir de Kentsel Güvenlik Yasa Tasarısı'nın hazırlanarak, kameralardan elde edilen verilerin özel hayatın gizliliğine, Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'na sıkı suretle bağlı kalınması noktasında kısıtlayıcı hükümler getirildiğini de söylemişti.

Tüm bunlar yaşanırken, toplumun çok büyük bir kesiminin konuyla ilgili bilgi sahibi olmadığı, tepki gösteren bir kaç küçük örgüt dışında toplumsal bir direnişin olmadığını söylemekte fayda var. Geline nokta hem kamu kuruluşlarının hem de özel kuruluşların insanlar hakkında bilgi toplayabilmek adına kapasitelerini geliştiriyor olmaları aslında çok az insanın hoşuna gitmektedir. Kamuoyu anketleri, insanların çoğunun kendi gizlilik hakkına çok önem verdiğini ama başkalarının gizlilik hakkına aynı ölçüde önem vermediğini sık sık ortaya koymuştur. Ancak, gizliliğe saldırı konusundaki bu bilinç, insanları gözetim karşı toplu bir eyleme götürmemiştir (Martin, 2006: 57).

Lyon'nun belirttiği gibi bu teknolojilerin getirdiği yeniliklerin, modern toplumlar için, hayatın kalitesine olumlu katkılar olarak görülmesi önemlidir. Yani gözetim, tek taraflı olarak iyi veya kötü değildir ve bu nedenle de kişisel bilgilerin saklanması, işlenmesi ve veri tabanlarının kullanılmasını çevreleyen ikilemler vardır. (Lyon; 2006: 155)Bireyler, bu ikilem içerisinde bilgi ve güç arasındaki ilişkiye geri dönüp baktıklarında, bütün teknolojik gelişmelerin daima “daha iyisi için” olduğuna inandıkları noktada, gözetim

kültürünün anlamı daha da genişlemektedir. Bu bağlamda da bazen uyuşturucu kontrolleri yapılmasının, parmak iziyle giriş çıkışların yapılmasının veya okul önlerine gözetim kameraları yerleştirme kararlarının alınmasının çok zorlayıcı sebepleri var gibi görünmektedir (Staples; 2006: 130).

Foucault'ya göre iktidar, işleyişi bakımından sadece bireysel ya da kolektif taraflar arasındaki bir ilişki değil; bazılarının başkaları üzerindeki eylem kipi olarak da görülmelidir. İktidar edimde vardır ve rıza göstermeyle hiçbir ilişkisi yoktur. Çünkü iktidar ilişkisi doğrudan, aracısız bir şekilde başkaları üzerinde değil, başkalarının eylemleri üzerinde eylemde bulunan bir eylem kipidir. İktidar eyleyen öznelerin davranışlarında kışkırtma, teşvik, sınırlama, kolaylaştırma, zorlaştırma gibi etkilere sahiptir, yani iktidar başka eylemler üzerindeki bir eylemler kümesi olarak vardır. İktidarın uygulanması başkalarının eylemleri üzerinden olduğu için, özgürlük kavramı iktidar içinde önemli bir yer teşkil etmektedir. Foucault iktidarın sadece “özgür özneler” üzerinde ve yalnızca onlar “özgür” oldukları sürece uygulanabileceğini dile getirmektedir. Ona göre aralarındaki dışlayıcı ilişki göz önüne alındığında iktidar ile özgürlüğün karşılaşmalarından değil, aralarındaki zorunlu koşuldan, yani özgürlüğün iktidarın uygulanmasının ön koşulu olduğundan söz edilmelidir. Zira iktidarın özünü, istencin boyun eğmeyişi ve özgürlüğün inadı oluşturmaktadır (Foucault 2, 2011: 72-76).

Birey, kendisine sunulan hız, bilgiye erişim, güvenlik ve emniyet olanaklarından yararlanırken, kişisel bilgilerinin başkalarının eline geçmesini zaruri bir bedel olarak görmektedir. Gözetim süreçlerinde yaşanan ikilem, bir taraftan gözetimin bir dereceye kadar gerekli olduğu fikrinin toplumda yaygın bir şekilde bulunması, diğer yanda ise mahremiyet haklarının ihlal edilmesinde yaşanmaktadır. Gözetlemenin gerekliliği hakkındaki fikir birliği birçok alanda görülebilmektedir. Vatandaş, devlet dairesine gittiğinde dairenin elinde bulunan verilerin getireceği faydaları talep etmektedir. Ya da, kente kurulmuş gözetim sistemlerinin bireyin güvenliğini sağlaması maksadı taşıdığını bilmek vatandaşın daha da güvende hissetmesine yol açacaktır. Lyon'a göre bu durum gözetleme gücünün pozitif ve üretici yanıdır. Çünkü yeni teknolojiler, zarardan ve sömürüden koruyucu ve önleyici olarak

gösterildikleri sürece bunlar tarafından üretilmesi beklenen sosyal düzen zaten hazır olarak oluşacaktır.

Kapitalizmin dayattığı yabancılaşıma ve toplumların her geçen gün daha da yalnızlaşması, bu teknolojilere yaratılan ihtiyacı da artırmaktadır. İnsanlar, yaşadığı yalnızlaşma sonucu her geçen gün daha da fazla yabancının arasında yaşamaya başladı. Kıbrıslı kültüründe bahsi geçen, "eskiden kapımızı açık bırakıp uyurduk" ifadesi günümüzde geçerliliğini yitirmiştir.

Gözetleme Marx'ın da belirttiği üzere "Azınlık Raporu" filmine dönüşmeye başlamıştır. Devlet yabancıların bulunduğu toplumda, sadece gözetim araçlarını vasıtasıyla suçluya erişip, masum insanları koruyabilmektedir. Yaşanan bu güvenlik ihtiyacı da, bireylerin kişisel bilgilerini paylaşma noktasında gönüllü olmasını getirir. Dolayısıyla, bireyin güvenlik ihtiyacı, mahreminin de paylaşılması noktasında göz ardı edebileceği bir süreç olarak değişmektedir. Birey, kendi güvenliğini sağlamak için devletin onu gözetlemesine olanak tanıyarak mahrem bilgilerinin kamusal alana açılmasına neden olmaktadır.

3.4 Gözetim Karşıtı Hareketler: Anti Gözetim

Anonimlik üzerine yapılan tartışmalar çoğu zaman teknik özelliklere değil, sosyal medya ortamlarında kullanılan takma adlar üzerine yapılmaktadır. Burada bir sorun bulunmaktadır. Modern insanın sosyal medya hesaplarında kullandığı takma isimler, bireyin iktidar üzerindeki anonimliğini sağlamamaktadır. Konu daha çok teknik bir mesele olmakla beraber, sadece takma isim kullanarak sosyal medya hesaplarında dolaşmak, bireyin gizliliğini korumaz. Tam anlamıyla anonimlik durumunun sağlanabilmesi için IP adresinin ve kimlik bilgilerinin gizlenmesi gerekmektedir. Bunun yanında, sosyal medya hesaplarınızda kullanılan isimlerin pratik yaşamda kullanılmaması, anonimliğin korunmasına da katkı sağlamaktadır.

Cep telefonu numarasıyla, ya da e-mail adresiyle sosyal ağlara katılan bireylerin, küresel gözden kaçmaları mümkün olmamaktadır. Dolayısıyla, bireylerin bir şekilde sosyal medya hesapları açması, her ne olursa olsun gözetim süreçlerine takılmasıyla sonuçlanmaktadır. Öte yandan, özellikle

Türkiye’de rast geldiğimiz “Fuat Avni”nin paylaşımlarının bir dönem iktidara ciddi sorunlar yarattığı da bilinmektedir. Dünyada rast geldiğimiz Panama Belgeleri skandalı ve Wikileaks belgeleriyle yönetimlerin değiştiğine şahit olmuşluğumuz da var.

İnternetin ilk ortaya çıktığı dönemlerde kültürü, forumların sıklıkla kullanıldığı dönemde tam olarak anonim olma hedefi taşınmamasına rağmen, gizlilik kavramının önem arz ettiği bilinmektedir. Modernleşen internet ile Facebook, Twitter gibi sosyal medya ortamlarının ortaya çıkması, bireyin artık bir ürün olarak pazara servis edilir hale gelmesine neden oldu. Bu da, kimliklerimizi ifşa etti. Gözetimci kapitalizm, kimlik bilgilerimiz üzerinden bizi daha “aktif tüketiciler” haline getirdi. Bu noktada, anonimliğin tüm tüketim ürünlerine karşı bir cephe yarattığını gözlemlemekteyiz. Reklam engellemek için kullanılan yazılımlardan tutun da kimlik bilgilerinizi saklayan tarayıcılara dek, anonim olmayı talep eden insanlar pazarın ürünleşmesini reddeden insanlardır. Anonim olmayı talep eden birey, fikirlerinin sadece fikir olarak değerlendirilmesini, görüşlerinin kimlik bilgileriyle özdeşleştirilmemesi gerektiğini iddia etmektedirler. Dolayısıyla, internetin karanlık tarafı bir yana, söylemlerini rahatça söyleyebilmesi için anonim kalabilmek önem arz etmektedir. Hele ki, büyük gözetim süreçlerinin her şeyi denetim altında tutmaya çalıştığı da akılda tutulursa.

İnternette sosyal ağlar aracılığıyla, bireylerin sosyalleşmesi ve dahası toplumsal hareketler başlatabileceğine dair yaygın bir düşünce bulunmaktadır. Castells sosyal hareketlerin, internet ağları üzerinden sosyal medya aracılığıyla başlatılarak, kent uzamının işgal edildiğinden söz eder. O’na göre, toplumsal hareketlerin yeni niteliği, hareketin kendini yönetebilen bir niteliği olmasındadır. Sosyal Medya ağlarıyla, liderliğe gerek duymaksızın yatay bir işbirliği sağlanabilmektedir. (Castells, 2013:191-196)

Sosyal medya araçları, küresel ya da yerel anlamda başka bir dünyanın mümkün olduğu çağrısına destekte bulunarak, toplulukların birbirleriyle iletişime geçmesine fırsat tanıyarak, farkındalık yaratan mesajların en etkili biçimde taşınmasına yol açmaktadır. Temsil edilme oranı düşük azınlıkların, sosyal medya platformlarında yer alabilmeleri, kendi gündemlerini yayarak

kısa sürede çoğalabilmelerinin de önünü açmıştır. Sosyal Medya platformları, sosyal ağlara verilen devrimsel gücün de desteklenmesine yol açmaktadır. Tabandan başlayan örgütlenmeler, coğrafi sınırları aşarak kamusal bir alan yaratılmasına ve kendi gündemlerini tartışabilmesine yol açmıştır. (Öğüt,2005)

Araştırmacı Dorothy E. Denning, internetin gruplar ve bireyler tarafından nasıl kullanıldığına yönelik yaptığı analizler sonucunda aktivistler tarafından internetin kullanımındaki üç temel modeli de ortaya koymuştur: aktivizm, haktivizm ve cyber-terörizm. Aktivizm herhangi bir gündem ya da toplumsal sorunun desteklenmesinde internetin ortak hareket edilmesi için bireysel ya da grupsal bazda kullanımını ifade etmektedir. Aktivistler interneti araştırma yapmak, toplumsal sorunla ilgiyi bilgiyi göndermek ve reel ortamda gerçekleştirilecek aktivist hareketlerin planlanması ve koordine edilmesi için kullanılmaktadırlar. Haktivizm, bilgisayar korsanlığı olarak da tanımlanan “hacking” tekniklerinin kullanıldığı işlemleri içermektedir. Bu teknikler hedef alınmış bir web sitesine ya da hedef alınmış bir server/bilgisayara erişimi geçici olarak engellemek olarak tasarlanabilir. Ancak bu durum ciddi ve uzun süreli bir zarar vermeyi içermez. Bilgisayara saldırı düzenlemek ve virüsler haktivizm örnekleridir. Cyber/terörizm ise, can kaybı, şiddetli ekonomik zararlar gibi ağır hasarlara neden olmak için internetin bireyler ve gruplar tarafından kullanımını ifade etmektedir.(McPhillips; 2006: 332)

Sosyal Medya platformları, Andy Warhol’un “herkes bir gün 15 dakikalığına şöhret olacak” sözünün hayata geçmesine imkân sağlamaktadır. Konvansiyonel medyada asla yer verilmeyecek olan düşüncelerin eylemlerin sahne bulabildiği, görüşlerini aktarabildiği bir platforma dönüşmüştür. Bu teknolojik altyapı, ütöpik bir şekilde insanlığı sansürsüz bir medyaya ve demokratik iletişim kurulabilmesine ulaştırabileceği bir araç olarak görünmesine rağmen, bu sistemler de denetimin sürdürülmesi için bir araç olarak kullanılmaktadır. Kullanıcı, sosyal medya platformunda bir iletişim öznesi olarak görülse de arka tarafta bir bilgi ve pazarlama aracının nesnesi pozisyonundadır.

Bu bölüme kadar ilgili literatür göz önünde bulundurularak, gözetim kavramıyla ilgili yaklaşımlar incelenmeye çalışıldı. Anketin inceleneceği bir sonraki bölümde, yukarıda bahsi geçen tespitlerin, Kıbrıs ve Türkiye’de ne derece geçerli olduğunu analiz etmek ve şu ana kadar teorik olan çalışmayı desteklemek için bir alan araştırması yapılmıştır. Yapılan araştırma kapsamında, daha önceki bireylerin yaptığı araştırmalar da incelenmiş ve ulaşılan bulgularla, öncekilerin desteklenmesi hedeflenmiştir. Yapılan alan araştırmasıyla, bireylerin günümüz gözetim süreçlerine yönelik tutumları, kullandığı araçlarla birlikte denetlenmesine ne kadar önem verdiği konusunda sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır. Araştırma öncesinde, her bireyin gözetim altında olduğunu bildiği varsayılmıştır. Araştırma kapsamında, bireyin gözetim süreçlerinin geleceği göz önüne alındığı zaman, zorlamadan öte rıza ile gözetim altında tutulduğu da tespit edilmiştir. Çünkü bilinmektedir ki, kapitalizmde zor kullanma ve rıza her daim iç içe geçmiş durumdadır.

4. BÖLÜM

ALAN ARAŞTIRMASI

Anket soruları tarafımdan yazılmıştır. Katılımcılardan kişisel kimlik bilgileri yanısıra, sosyal medya kullanım alışkanlıkları, internetten ne sıklıkla alışveriş yaptıkları ve tüketim alışkanlıkları ile ilgili veriler toplanması hedeflenmiştir.

Model

Bu araştırma nicel bir çalışmadır. Nicel araştırma, ölçümlerin gerektiği oranda yeniden yapılabildiği, sayısal bir araştırma yöntemidir. Olgu ve olayları nesneleştirerek, gözlemlenebilir ve ölçülebilir bir şekilde ortaya koyan araştırma türü olarak nicel araştırma, gözlem ve ölçmeye dayanır. Amaç, bireylerin toplumsal davranışlarını gözlem ve deney yoluyla ölçerek, sayısal verilerle açıklamaya çalışmaktır. Genelleştirilebilir sonuçlar, farklı sosyal gruplar arasında farklılaştırma, kuramların doğruluk derecesini test edebilmek ve ilişkilerin incelenmesini sağlayabilmek için bu yöntem tercih edilmiştir. Nicel araştırmanın modellerinden biri olan tarama yöntemi ise bu çalışmada model olarak seçilmiştir. Tarama yöntemi, betimleyici bir araştırma yöntemi olması açısından, bu çalışmanın yöntemi olarak tercih edilmiştir. Konuya ilişkin katılımcıların diğer araştırma yöntemlerine oranla daha büyük örneklem kurulumu yöntemin seçilmesinde önemli bir rol oynamıştır. Yöntemin amacı, nesnelerin, toplumların, kuramların ve olayların doğasını tanımlamak olduğundan, anket bu yöntem kullanılarak yapılmıştır.

Evren ve Örneklem

Araştırmada rastgele örneklem metodu seçilmiştir. Seçilen yöntemle birlikte, evrenden yapılan örneklem için birim çekme işlemi seçkisiz olarak yapılmıştır. Dolayısıyla, yapılan bu ankette, örneklem tamamen rastgele bir şekilde seçilmiştir. İnternet üzerinden yapılan bir anket olduğu için, cevaplayıcıların kim olduğuna müdahale edilmemiştir. Kullanılan metod ile, örneklemde temel alınan birimlerin seçilme olasılıklarının eşit derecede olması hedeflenmiştir.

Araştırmanın örneklemini Kıbrıs ve Türkiye’de özellikle sosyal ve iş alanlarında yeni iletişim teknolojilerini ağırlıklı olarak kullanan bireyler arasından seçilmiş bir grup oluşturmuştur. Bahsi geçen grup birçok farklı meslek gruplarında uzman kişilerden oluşmaktadır. Çalışmada, Mümkün olduğu oranda farklı meslek grubundaki kişilerden eşit oranda görüş alınmaya çalışılmıştır. Kadın erkek eşitliğine mümkün olduğu oranda dikkat edilen alan araştırmasında toplam 360 görüşme yapılmıştır.

Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada sosyal medya kullanan bireylerin alışkanlıkları ve bilgilerin sosyal medya hesabından verilmesi konusundaki alışkanlıkları tespiti yanısıra tüketim alışkanlıkları ve kişisel bilgilerin denetimiyle ilgili ne kadar bilgi sahibi olunduğu konusunda çalışılmıştır. Bu amaçları belirleyebilmek için 29 soru hazırlanmıştır. Bu soruların ilk 5 tanesi demografik bilgileri edinmeye yöneliktir. Geriye kalan sorular araştırmanın içeriğiyle ilgilidir.

Anketin veri toplama yöntemi internet üzerinden yapılan online (çevrimiçi) anket yöntemi olmuştur. Veriler “Google Drive’ın” saygın anket programı üzerinden yürütülmüştür. Hazırlanan anketle ilgili Lefke Avrupa Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Faruk Kalkan, YDÜ Radyo TV ve Sinema Bölüm Başkanı Doç. Dr. Fevzi Kasap ve YDÜ Fen ve Edebiyat Fakültesi Öğretim Görevlisi Doç. Dr. Ahmet Güneyliden uzman görüşü alınmıştır.

Veri Analizi

Anketin veri analizi, SPSS programı aracılığıyla yapıldı. Anket sonunda frekans ve yüzdelik değerleri tespit edilerek, grafikler ve tablolar halinde her soruya ilişkin ayrı bulgular sunulmuştur.

BULGULAR

Çalışmanın bu kısmına kadar, konu kuramsal ve yöntemsel yönden ele alınmıştır. Şimdiki bölüm, konuyla ilgili yapılan saha araştırmasıyla ilgili bulguların değerlendirmesini içermektedir.

Katılımcılardan kişisel kimlik bilgileri yanısıra, sosyal medya kullanım alışkanlıkları, internetten ne sıklıkla alışveriş yaptıkları ve tüketim alışkanlıkları ile ilgili veriler toplanması hedeflenmiştir. Araştırmanın örneklemini Kıbrıs ve Türkiye’de özellikle sosyal ve iş alanlarında yeni iletişim teknolojilerini ağırlıklı olarak kullanan bireyler arasından seçilmiş bir grup oluşturmuştur.

Mümkün olduğu oranda farklı meslek gruplarındaki bireyler eşit olarak ankete tabii tutulmuştur. Araştırma kapsamında, 8-9 Mayıs tarihleri arasında 360 katılımcıyla anket araştırması yapılmıştır. Anket, katılımcıların gönüllülüğü üzerine kurulmuş olup, farklı yaş aralıkları ve farklı mesleklerde uzmanlaşmış bireylerle, internet ortamından düzenlenen anketle yapılmıştır.

Katılımcıların yaş aralığı ve cinsiyet dağılımı

Araştırmaya katılan bireylerin yüzde 58.6’sı 31-60 yaş aralığındayken, bunu yüzde 37.5 ile 18-30 yaş aralığı takip etmektedir.



Grafik 1: Yaş Aralığı

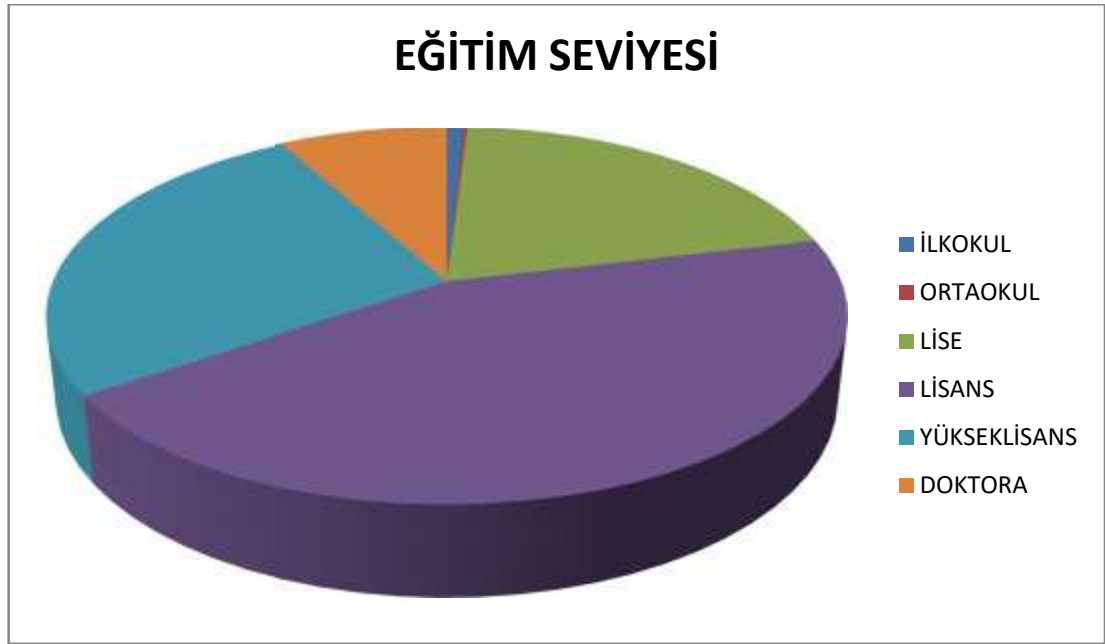
Ankete katılan bireylerde toplumsal cinsiyet eşitliğine özen gösterilmeye dikkat edilmiştir. Ankete katılan bireylerin yüzde 56.4'ü kadın olurken, yüzde 43.6'sı ise erkek olarak göze çarpmaktadır.



Grafik 2: Cinsiyet Dağılımı

Eğitim seviyesi

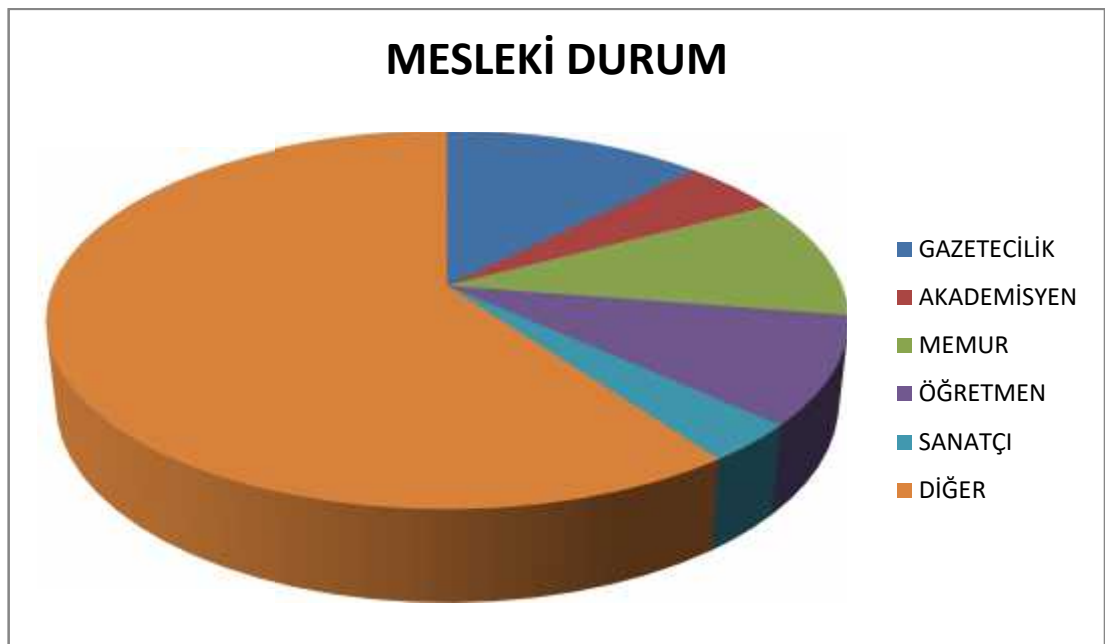
Katılımcıların yüksek çoğunluğu en az lisans eğitimini alarak profesyonel hayatlarına başlayan insanlardır. Bunu yüzde 26.4 ile Yüksek lisans, yüzde 20.3 ile lise, yüzde 8.1 ile Doktora ve yüzde 0.8 ile ilkokul mezunu insanlar takip etmektedir.



Grafik 3: Eğitim Seviyesi

Mesleki durum

Katılımcıların yüzde 12.5'i gazetecilik mesleğini icra ederken, yüzde 4.7 Akademisyen, yüzde 10.3 devlet memuru, yüzde 9.2 öğretmen, yüzde 3.3 Sanatçı (tiyatro, müzik, resim, heykeltıraş) ve geri kalan yüzde 60'lık kesim aralarında psikolog, pazarlama, serbest meslek ve özel sektör çalışanlarından oluşmaktadır.



Grafik 4: Mesleki Dağılım

Aylık maddi gelir

Katılımcıların aylık maddi geliri ile ilgili sorulan soruda, yüzde 27.2'lik bir kesimin gelirinin 2001-3000 TL arasında olduğu belirlenirken, yüzde 23.6'lık bir kesimin ise 5001 TL veya daha fazla maaş aldığı belirlendi.

Katılımcıların aylık maddi gelirle ilgili dağılımı şöyle:



Grafik 5: Aylık Maddi Gelir

360 kişilik katılımcının, yüzde 27.2 2001-3000 TL, yüzde 23.6 5001 TL veya daha fazla, yüzde 19.2 3001-4000 TL, yüzde 13.1 4001-5000 TL, yüzde 8.1 1001-2000 TL, yüzde 6.4 0-500 TL ve yüzde 2.5 ise 501-1000 TL aylık maddi gelir elde etmektedir.

Hangi sıklıkla internete giriliyor?

Gündelik hayatın kolaylaştırıcısı olarak internet ve sosyal medya, hayatımızın her alanına nüfuz etmiştir. Bahsi geçen ortamlar o kadar hayatımıza nüfuz sağlamıştır ki, artık bunların yapılandırmadığı bir iş hayatından ve sosyalleşme şeklinden söz etmek mümkün değildir. Ortaya çıkan bu durumla birlikte, insanlar başka şansları kalmadığı gerekçesiyle internet kullanımına yönelmektedir.

Yapılan araştırmada, katılımcıların hemen her gün internete girdiği tespit edilmiştir. 360 kişiye sorulan soruda, katılımcıların yüzde 98.6'lık bir

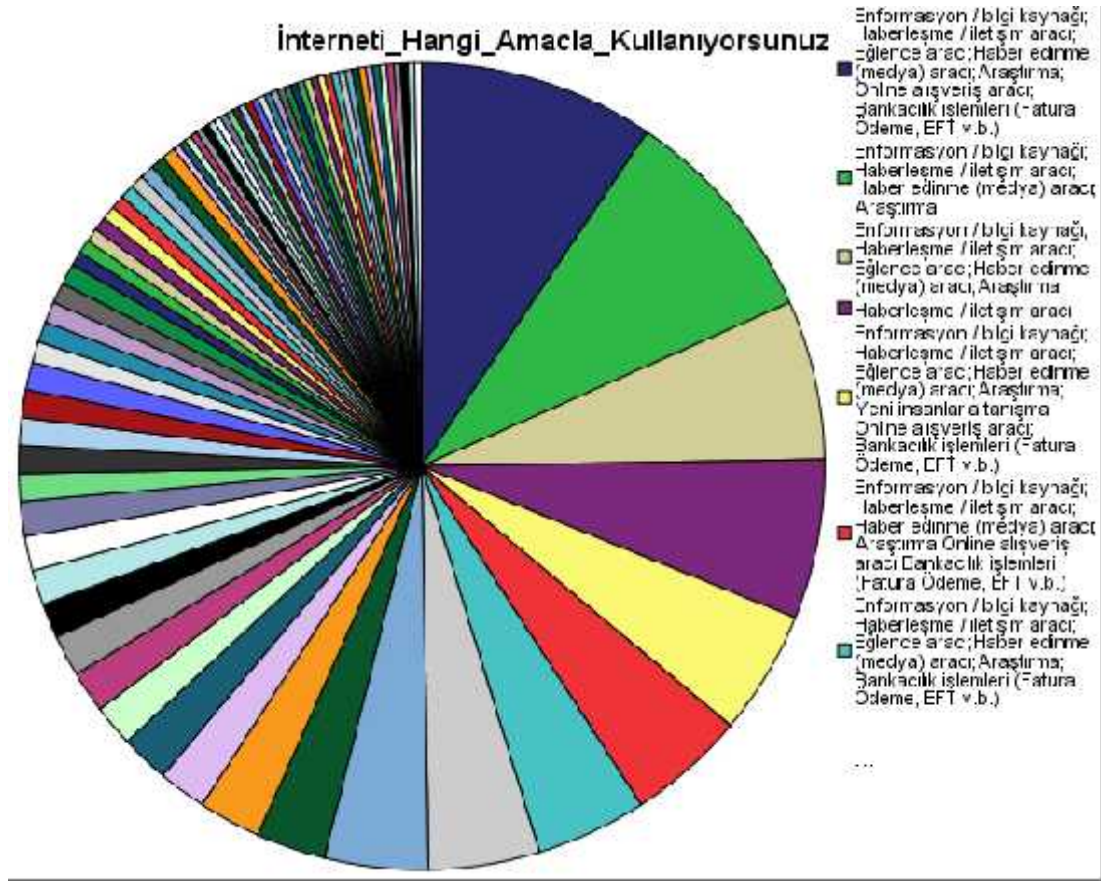
kesiminin her gün interneti kullandığı, yüzde 1.4'lük kesimin ise haftada 3-4 gün internete girdiği tespit edilmiştir.



Grafik 6: Hangi Sıklıkla İnternete Giriliyor?

İnternet ne amaçla kullanılıyor?

Katılımcılara sorulan ve birden fazla şıkkın işaretlenmesi olanağı tanınan “İnterneti daha çok aşağıdaki hangi amaçlar için kullanmayı tercih ediyorsunuz?” sorusuna, birçok farklı yanıt verilmesine rağmen, çok büyük bir kesiminin interneti, Enformasyon ve bilgi kaynağı, Haberleşme, eğlence, haber edinme, araştırma, çevrimiçi alışveriş ve bankacılık işlemleri maksadıyla kullandığı belirlenmiştir.



Grafik 7: İnternet Hangi amaçla kullanılıyor?

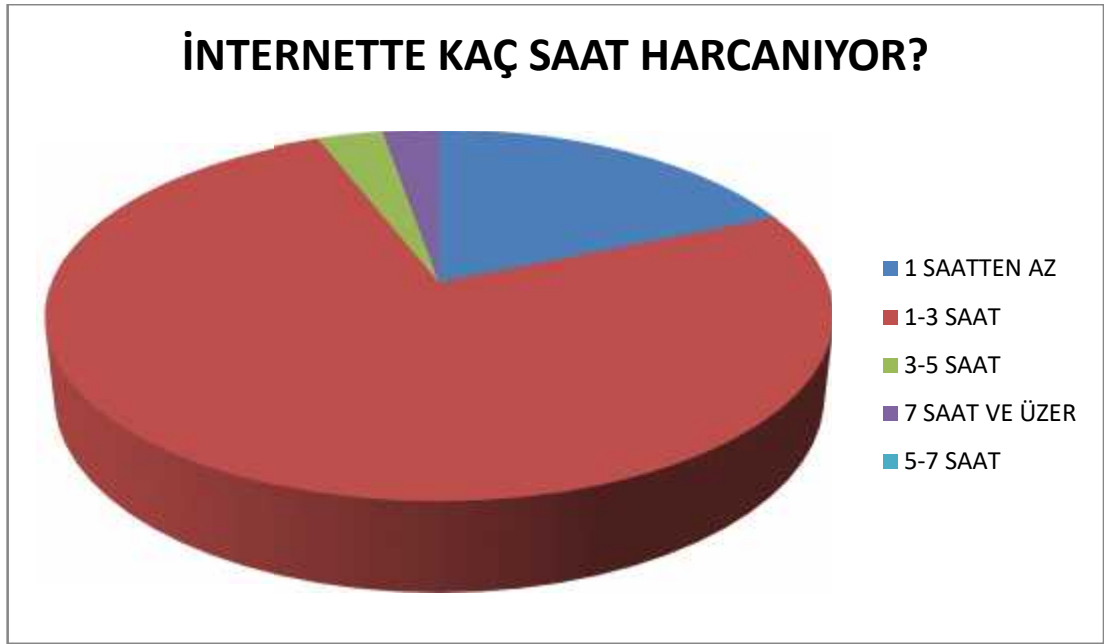
360 kişilik katılımcının 316 tanesinin interneti haberleşme ve iletişim aracı olarak kullanmayı tercih ettiği belirlenen araştırmada, katılımcıların büyük çoğunluğunun interneti haber alma ve gazetelere erişmek için kullandığı da tespit edilmiştir.

İnternette ortalama kaç saat harcanıyor?

Katılımcılara sorulan, “İnternette ortalama kaç saatinizi harcıyorsunuz” sorusuna, katılımcıların yüzde 33.9’u 1-3 saat yanıtını verirken, bunu yüzde 28.9 ile 3-5 saat takip etti.

Diğer oranlar ise şöyle:

1-3 saat yüzde 33.9, 3-5 saat yüzde 28.9, 7 saat ve üzeri yüzde 15.8, 5-7 saat yüzde 14.4, 1 saatten az yüzde 6.9



Grafik 8 : İnternette kaç saat harcanıyor?

Cep telefonu hangi amaçla kullanılıyor?

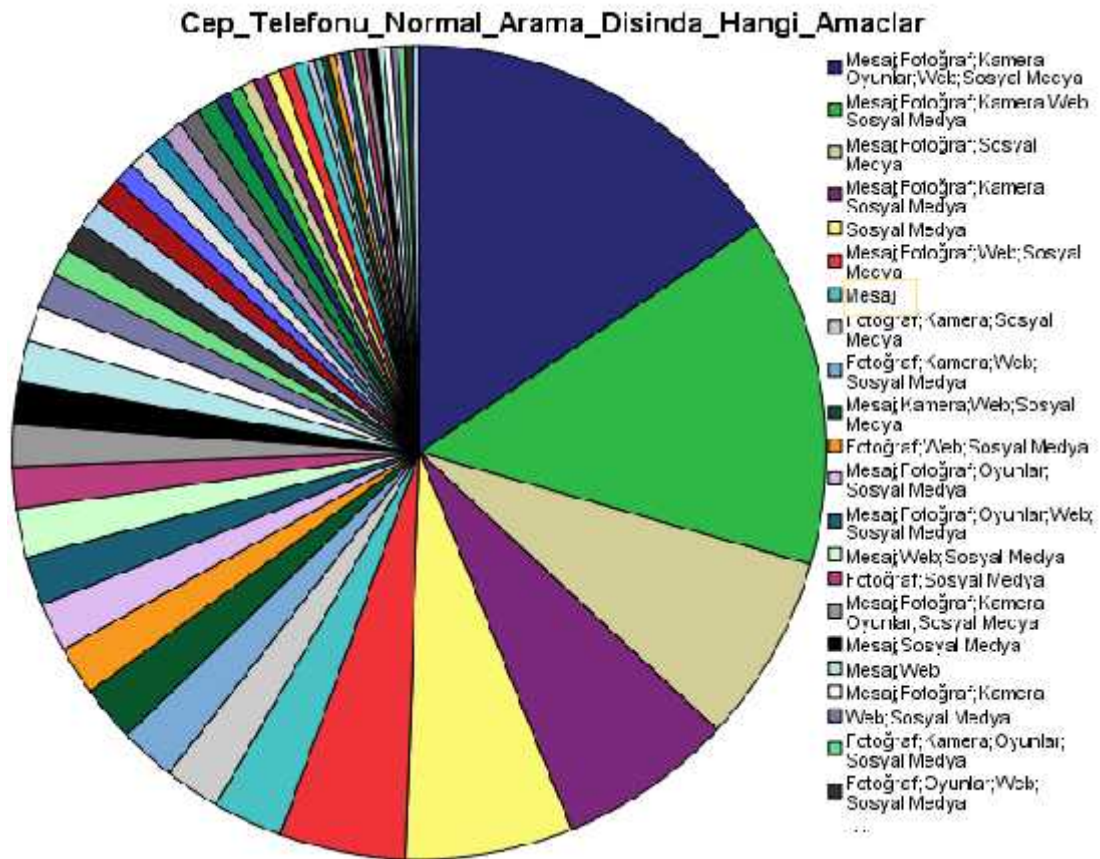
360 katılımcıya sorulan cep telefonunun hangi amaçla kullanıldığı sorusuna katılımcıların yüzde 62.8'lik çoğunluğu hem özel hem de iş ilişkileri için kullandığını belirtti.



Grafik 9: Cep Telefonu hangi amaçla kullanılıyor?

Cep telefonu normal aramalar dışında hangi amaçla kullanılıyor?

Katılımcılara sorulan ve birden fazla yanıt verme imkânı tanınan “Cep telefonu normal aramalar dışında hangi amaçla kullanılıyor?” sorusuna farklı birçok yanıt verilmesine rağmen, çok büyük bir kesimin “Mesaj, Fotoğraf, Kamera, Oyunlar, Web ve Sosyal Medya yanıtını verdiği gözlemlenmiştir.



Grafik 10: Cep telefonu normal aramalar dışında hangi amaçla kullanılıyor?

Katılımcıların yüzde 87.2'lik çoğunluğu olan 261 kişinin cep telefonunu sosyal medyaya erişmek için kullandığı da belirlenen çalışmada, yüzde 74.2'sinin ise interneti mesajlaşma aracı olarak kullandığı belirtildi.

Kişisel sosyal medya hesabınız var mı?

Katılımcılara iletilen sosyal medya hesabı kullanıp kullanmadıkları konusunda ise 360 kişiden sadece 3 kişi kullanmadığı belirterek anketi tamamlamış ve ayrılmışlardır. Geri kalan yüzde 99.2'lik kesim sosyal medya araçlarından bir ya da birden fazlasını kullandığını belirterek bir sonraki soruya geçme

hakkına sahip olmuşlardır. 3 kişi dışında 357 kişinin sosyal medya ile yakın bağı, bu araştırmanın kapsamının ve gözetim süreçlerinin ne denli meşruiyet kazandığını da kanıtlar niteliktedir. Yaşanan toplumsal değişimle birlikte, birey sosyal medyada olmadan var olamayacağı hissini yaşamaktadır. Dolayısıyla özne olarak birey, rızasıyla bilgilerini sosyal medya platformuna teslim ederek, sosyalleşebilme amacını güdebilmektedir.



Grafik 11: Kişisel sosyal medya hesabınız var mı?

Sosyal medyada ne sıklıkla vakit geçiriliyor?

Ankete katılımı devam eden 357 katılımcıya yöneltilen “Sosyal medyada ne sıklıkla vakit geçiriliyor?” sorusuna katılımcıların yüzde 38.7’lik kısmı “günde 2-3 saat” yanıtını vermiştir.

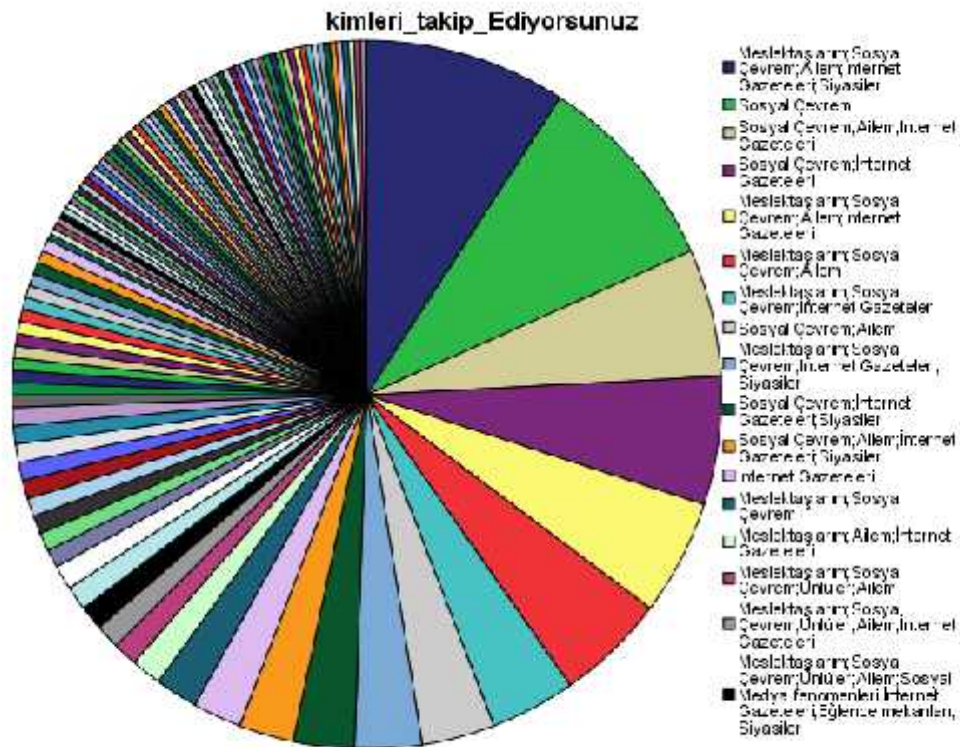


Grafik 12: Sosyal medyada ne sıklıkla vakit geçiriliyor?

Görülebileceği üzere, gözetim tek taraflı bir süreç değildir. İktidarın bireyi gözetlemesi yanısıra, birey bir başka bireyi de gözetim altında tutabilmenin yolunu sosyal medya aracılığıyla keşfetmiştir. Bir sonraki soru bireyin sosyal medya aracılığıyla gözetim süreçlerinin ne şekilde yönlendiğini açıklar niteliktedir.

Sosyal medya hesaplarından kimler takip ediliyor?

Katılımcılara yöneltilen ve birden fazla şikkın işaretlenmesi hakkının tanındığı “Sosyal medya hesaplarından kimler takip ediliyor?” sorusuna ise katılımcılar yüksek çoğunlukla meslektaşlarım, sosyal çevrem, ailem, internet gazeteleri ve siyasiler” yanıtını verdi.



Grafik 13: Sosyal medya hesaplarından kimler takip ediliyor?

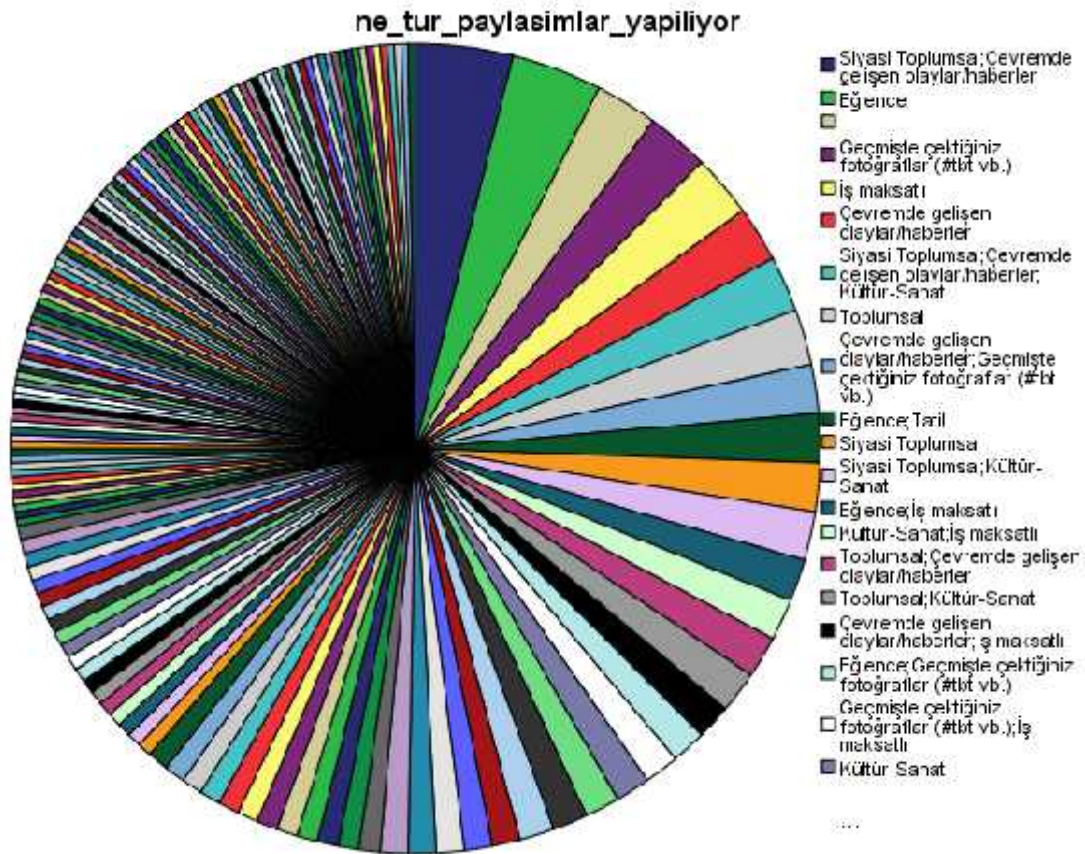
Her bireyin verdiği yanıtlar tek tek ele alındığında, katılımcıların 324 tanesinin soruya “sosyal çevrem” olarak verdiği yanıta ek olarak, 230 tanesinin, yani yüzde 64.4'lük bir kısmının ise internette yayın yapan gazeteleri takip ettiği belirlenmiştir. Katılımcıların, sosyal medya hesaplarında sıklıkla meslektaşlarını da takip ettiği tespit edilmiş olup, bu rakam yüzde 51.8 olarak kayda alınmıştır.

Kıbrıs'ın kuzeyinde özellikle son dönemlerde siyasilerin sosyal medya kullanımları artmış durumdadır. Siyasilerin, katıldığı bir Bakanlar Kurulu toplantısı sonrası, ya da siyasi partilerinde katıldığı toplantıların ardından basına açıklama yapmak yerine, sosyal medyayı etkin bir şekilde kullandıklarını gözlemlemekteyiz. Bu da, vatandaşların siyasileri daha yakından takip etmelerine neden olmuştur. Bahsi geçen olayla birlikte, siyasilerin özel hayatları da daha çok konuşulmaya ve gözle görülür bir hale bürünmeye başlamıştır. Bu durum, gözetim süreçlerinin tek yönlü olmasından öte iki taraflı bir süzgeçten geçerek bireyi tatmin eder boyuta gelmesinde ve

gözetimin toplumsal meşruiyeti kapsamında, kişisel bilgileri verirken gönüllü olmasının da önünü açmaktadır.

Ne tür paylaşımlar yapılıyor?

Katılımcıların, sosyal medyada ne tür paylaşımlarda bulundukları bu araştırmanın varacağı noktayı belirlemek için önemli bir yere sahiptir. Bahsi geçen soruya, birden fazla şık işaretleme şansı tanınmasıyla birlikte, katılımcıların az bir farkla yüksek çoğunluğunun, soruya “siyasiler, toplumsal olaylar, çevremde gelişen hadiseler ve haberler olarak yanıt verdiği belirlenmiştir.



Grafik 14: Ne tür paylaşımlar yapılıyor?

Öte yandan, yapılan araştırmada, bireylerin yaptığı paylaşımlar arasında, siyasi, eğlence ve tatil seçenekleri yanı sıra, geçmişte çektikleri fotoğrafların tekrar paylaşımı (#tbt), ve iş maksatlı paylaşımların da yüksek oranda tercih edildiği tespit edilmiştir.

Katılımcılardan 184 tanesinin (yüzde 52.4) sosyal medya paylaşımları arasında toplumsal konular olduğunu belirtirken, 166 tanesinin ise çevresinde gelişen olaylara yönelik paylaşımlar yaptığı belirlenmiştir.

Verilen yanıtlar teker teker incelendiğinde, bireylerin kültür sanat, eğlence, iş maksatlı ve geçmişte çekilen fotoğrafların tekrar paylaşımına da önem gösterdiği belirlenmiştir.

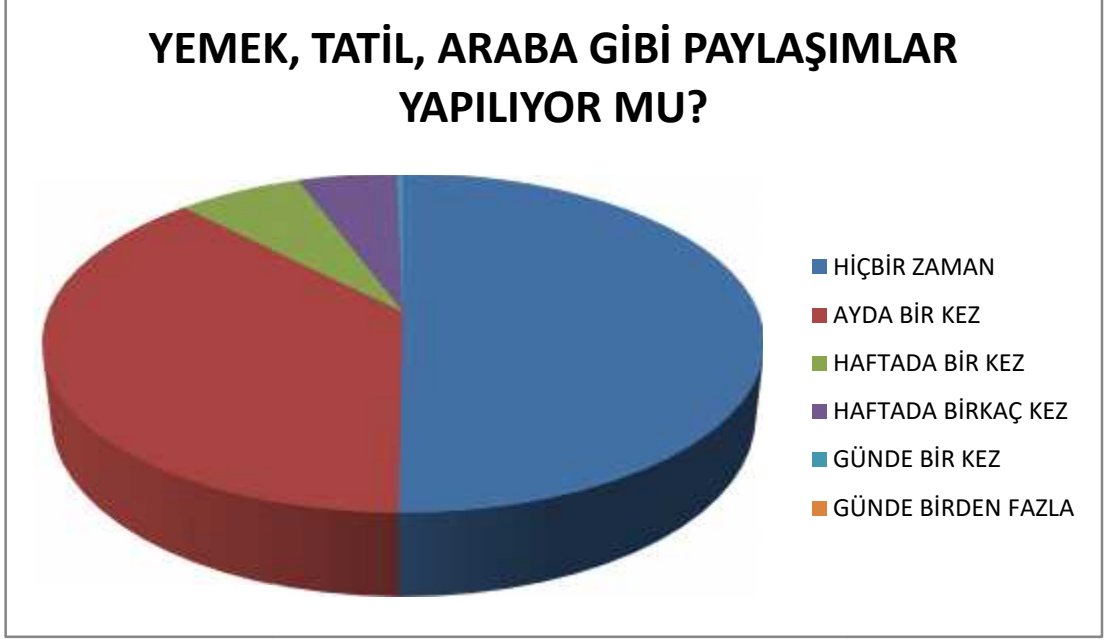
Yemek, tatil, araba gibi paylaşımlar yapılıyor mu?

Bireylerin sosyal medya tüketim alışkanlıklarına bağlı olarak sorulan “Yemek, tatil, araba gibi paylaşımlar yapılıyor mu?” sorusuna katılımcıların yüzde 50.1’i “hiçbir zaman” yanıtını verirken, yüzde 37.5’lik kısmının ayda bir kez bu yönde paylaşım yaptığı belirlenmiştir.

Bahsi geçen soruya verilen diğer yanıtlar ise şöyle:

yüzde 50.1 Hiçbir zaman, yüzde 37.5 ayda bir kez, yüzde 6.7 haftada bir kez, yüzde 5.3 haftada birkaç kez, yüzde 0.3 günde 1 kez ve yine yüzde 0.3 ise günde birden fazla yanıtını vermiştir.

Kişisel hayata özgü paylaşımların tespit edilmesi maksadıyla sorulan bu soruda, katılımcıların yarısı bu yönde herhangi bir paylaşım yapmadığını ifade ederken, diğer yarısı bu yönde paylaşım yaptığını ifade etmiştir. En özel anılan biriktiği, biriyle beraber yemek yemek gibi durumlar artık bireyin rızasıyla paylaşımına açılmış ve beğeni alabilmek uğruna özel hayatının işgal edilmesiyle sonuçlanmıştır.



Grafik 15: Yemek, tatil, araba gibi paylaşımlar yapılıyor mu?

Bireylerin tüketim alışkanlıkları

Bireylerin tüketim alışkanlıklarının test edilmesine yönelik sorulan, “Alışverişe çıkmadan önce internet üzerinden sevdiğiniz bir markanın pazara sunduğu ürünlere bakıyor musunuz?” sorusuna katılımcıların yüzde 54.1’i evet yanıtını verdi. Verilen yanıt, sosyal medya aracılığıyla reklam yapan ve tüketim aracı olarak interneti kullanan pazarlama stratejistlerinin başarısını gözler önüne sermektedir.



Grafik 16: AlishveriŖe çıkmadan markanın ürünlerine bakıyor musunuz?

Dolayısıyla, daha çok ürün satmak isteyen firmalar, ürünlerini sosyal medya üzerinden paylaŖıma açarak, hem kendi karlarını artırırken, hem de kullanıcıların kiŖisel olarak hangi elere daha çok merakı olduğu konusunda da fikir sahibi olmuŖtur. YaŖanan bu geliŖmenin, firmalar tarafından suistimal edildiği ise bir gerçeklik olarak karŖımızda durmaktadır. Hemen her gün, tüm internet kullanıcıları internet üzerinden araŖtırma yaptığı bir konuyla ilgili olarak reklama maruz kaldığını ifade etmektedir. Bu maruz kalmanın temel prensibi, platformların bireyi takip etmesinde yatmaktadır.

Sosyal medyadaki içeriklere yorum yazar mısınız?

357 katılımcının oy verdiği “Sosyal medyada yer alan içeriklerle ilgili yorum yazar mısınız?” sorusuna, yüzde 52.4’ oluŖturan 187 kiŖi evet yanıtı verdi. Bireyin sosyal medya üzerinden paylaŖılan içeriklere yorum yazması, bireysel anlamda gözetimin en st noktaya ulaŖtığı konulardan bir tanesidir. Birçok internet kullanıcısının, tanımak istediği bir bireyi sosyal medya üzerinden takip ederek, nelere yorum yaptığını gözlemleyerek bilgi sahibi olabileceğine Ŗahit olmuŖuzdur. Dolayısıyla, ankete katılan 357 kiŖinin yarısından fazlasının bahsi geçen soruya evet yanıtını vermesi, gözetimin bireysel anlamda da derinleŖerek çoğalmasının önünü açmaktadır.



Grafik 17: Sosyal medyadaki içeriklere yorum yazar mısınız?

Yorumlar markaya bakışınızı değiştirir mi?

Sosyal medyanın pazarlama stratejilerindeki yerini tespit etmek amacıyla sorulan bu soruda, katılımcıların yüzde 47.9'unun "bazen" şikkını işaretlediğini tespit etmekteyiz. Görülebileceği üzere, sosyal medyada ürünler hakkında yazılan olumsuz yorumlar, ürünün satışlarını etkileyebilecek duruma gelmiştir. Öte yandan dikkat çeken bir diğer öge ise, katılımcıların sadece yüzde 10'luk bir kısmının markaya yapılan yorumların kendi görüşlerini değiştirmeyeceğini ifade etmesidir. Bu da firmaların tüketici ile sürekli bir şekilde etkileşim halinde olmasının önünü açmaktadır. Firmaların yapılan yorumlara yanıt vermesi zorunluluğu bu sürecin dayatması olarak karşımıza çıkmaktadır.



Grafik 18: Yorumlar markaya bakışınızı değiştirir mi?

Soruya verilen diğer yanıtlar şöyle:

Yüzde 47.9 bazen, yüzde 25.8 nadiren, yüzde 10.6 hiçbir zaman, yüzde 10.6 sıklıkla ve yüzde 5 ise her zaman yanıtını verdi.

Ünlülerin paylaşımları kararlarınızı etkiliyor mu?

Sosyal medyada, takipçi sayısı fazla olan ünlü bireylerin paylaşımlarına dikkat çekmek gerekirse, birçok ünlünün farklı ürünlerle anlaşmalar yaparak, ürünlerini kendi sayfalarında sergilediklerine şahit olmuşuzdur. Bu sürecin, tüketici alışkanlıklarını nasıl değiştirdiğine yönelik sorulan soruda, katılımcıların yüzde 70.9'unun soruya "hiçbir zaman" yanıtını verdiğini gözlemlemekteyiz.



Grafik 19: Ünlülerin paylaşımları kararlarınızı etkiliyor mu?

Soruya verilen diğer yanıtlar şöyle:

yüzde 70.9 hiçbir zaman, yüzde 17.9 nadiren, yüzde 8.7 bazen, yüzde 1.7 her zaman ve yüzde 0.8 ise sıklıkla yanıtını verdi.

Ki-Kare Testi			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,836 ^a	5	,001
Likelihood Ratio	23,699	5	,000
N of Valid Cases	360		

Tablo 1: Cinsiyetle Ürün paylaşımı arasındaki χ^2 testi

Cinsiyetle ünlülerin yaptığı paylaşımların dikkat edilmesiyle ilgili sorulan soruda yapılan χ^2 testinde 001 düzeyinde anlamlı bir ilişkiye rastlanılmıştır. Elde edilen veriyle, kadınların sosyal medyada yapılan ürün paylaşımlarına yönelik daha dikkatli olduğuna dair veriye ulaşılmıştır. Takipçi sayısı fazla olan ünlü bireylerin paylaşımlarının kadınlar tarafından daha fazla dikkate alındığı ve ürün satışı bağlamında daha çok dikkat çektiği gözlemlenmiştir.

Kredi kartınız var mı?

Denetimin en önemli süreçlerinden biri olarak ekonomi bacağında, bireylerin kredi kartı kullanımları önemli bir yer tutmaktadır. İktidar mekanizmasının paranın kontrolünü sağlaması açısından kredi kartları önemlidir. Kimin banka hesabında ne kadar para olduğu ve tüketim alışkanlıkları ile ilgili bilgi sağlanmasına yönelik önemli bir yere sahip olan kredi kartları konusunda, ankete katılan katılımcıların yüzde 38.7'sinin en az bir tane kredi kartı olduğu gözlemlenmiştir.



Grafik 20: Kredi kartınız var mı?

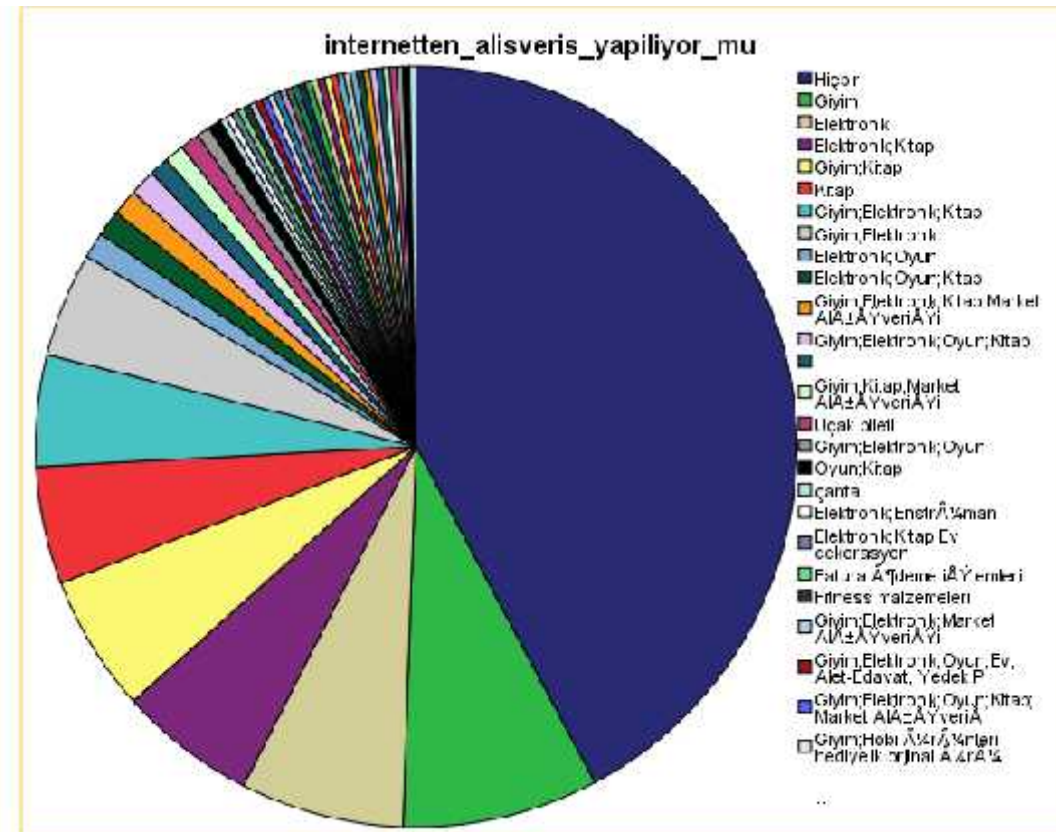
Katılımcıların yüzde 38.7'sinin en az bir kredi kartına sahip olduğu araştırmada, yüzde 28'lik kesimin 2, yüzde 10.9'luk kesimin 3, yüzde 6.2'lik kesimin 4, yüzde 0.3'lük kesimin 6 ve daha fazla, yüzde 15.7'lik kesimin ise kredi kartına sahip olmadığı belirlenmiştir.

Bir işyerine girildiğinde kredi kartı üzerinden alışveriş yapılmasıyla birlikte, bireyin hangi ürünü satın aldığı, hangi marka ve miktarı tercih ettiği, ne saatlerde alışveriş yapmayı tercih ettiği, ödenen hesap ve kişinin ortalama geliri, hangi raftan hangi malın eksildiği gibi soruların yanıtlanmasının önünü açmaktadır. Dahası birey yaptığı alışverişle birlikte kişisel bilgilerini de firmanın eline vermek durumunda kalacaktır. Bu bilgilerin bazıları, yaşadığı bölge, telefon ve e-mail adresi, adı olabilmektedir.

Tüm bunlar bir araya getirilince, kişinin alışkanlıkları, tüketim tercihleri, ziyaret ettiği ülkeler, ne sıklıkla fast food yemek yediği gibi soruların yanıtları ortaya çıkmaktadır. Böylelikle, gözetim süreçleri aracılığıyla elde edilen bilgi bir metaya dönüşerek bir kez daha satılmaya hazırlanır. Kıbrıs'ın kuzeyinde ülkede kaç tane kredi kartı olduğuna yönelik bir enformasyon bulunmamasına rağmen, Türkiye'de Eylül 2016'da Bankalararası Kart Merkezi'nin ülkede 54.4 milyon kredi kartı olduğunu bilmekteyiz. Öte yandan verilen diğer bilgide, her kredi kartı kullanıcısının cebinde 2.25 oranında kredi kartı taşıdığı da belirlendi. Her kartın ayda bir kez bile kullanıldığını varsayarsak, her bireyin ayda en az bir kez gözetimin denetimine ve veri sınıflandırmasına takıldığını söylemek mümkündür.

İnternette alışveriş yapılıyor mu?

Denetimin bir bacağı da, insanların tüketim alışkanlıklarının çevrimiçi ortamda kontrol altına alınmasıyla başlamıştır. Birden fazla yanıt verilmesi mümkün olan bu soruya katılan bireylerin yüzde 42'si internette alışveriş yapmadıklarını belirtirken, geri kalan yüzde 58'lik kısım internette alışveriş yaptığını açıklamıştır. İnternette alışveriş yaptığı belirten kesimin yüzde 8.3'lük kısmı genellikle giysi alışverişini belirtirken, elektronik, kitap, oyun, market alışverişini, hobi ürünleri gibi alışveriş ürünlerinin de talep edildiği belirlendi.



Grafik 21: İnternette alışveriş yapıyor mu?

Gözlemlenebileceği üzere, hayatımızı çevreleyen internet kullanımı alışveriş alışkanlıklarımıza da yön vermeye başlamıştır. İnternet üzerinde alışveriş yaptığını belirten yüzde 58'lik kesimin en büyük kısmı internet üzerinden kıyafet alışverişi yaptığını belirtmiştir. Genellikle bir mağazaya giderek denemesi gereken kıyafetlere yönelik gösterilen ilgi, internetin alışveriş konusunda geldiği noktayı gözler önüne sermektedir.

Anket, her 3 kişiden neredeyse 2'sinin internetten alışveriş yaptığını göstererek önemli bir noktayı açıklığa kavuşturmuştur. Bireyler, tüketim alışkanlıklarını yeniden şekillendirerek, oturdukları yerden hem daha kolay hem de daha hızlı bir şekilde para harcamaya başlamışlardır. Böylelikle, iktidar hem satışını yapacağı ürünü daha kolay tüketicisine ulaştırır olmuş, hem de tüketim alışkanlıklarını tespit ederek yönlendirme imkânına ulaşmıştır.

Yer bildirimi yapıyor musunuz?

Gözetlenmenin gönüllüğü denilince akla ilk gelen şey, gönüllü olarak bildirdiğimiz konumumuzdur. İnternetin gelişmesi ile birlikte, bireyler ziyaret ettikleri ülkeleri veya gittikleri restoranları takipçilerine bildirir hale gelmiştir.

Dahası, bu teknolojik gelişme, bireyler tarafından ilgi ile karşılanmaktadır. Anketin bu bölümünde katılımcılara iletilen, “Gittiğiniz lüks bir restoranda ya da yurt dışı ziyaretinizde yer bildirimi (check-in) yapar mısınız?” sorusuna, “hiçbir zaman” bildirim yapmadığını söyleyen 98 kişilik bir kitle dışında, diğer tüm katılımcıların nadiren ve sık sık seçenekleri arasında seçimler yaptığı belirlenmiştir.



Grafik 22: Yer bildirimi yapıyor musunuz?

Tavsiye edilen bir restoranı denemek ister misiniz?

İnternetin kamuoyu oluşturmak için önemli bir araç olduğu dikkate alındığı zaman, internet ortamında takip ettiği birey tarafından paylaşılan ve tavsiye edilen restoranlar değer kazanmaktadır. Anketin bu bölümünde katılımcıya “İnternette gördüğünüz ve tavsiye edilen bir restorana gidip yemeklerini denemek ister misiniz?” sorusu sorulmuştur.

Ankete katılımcıların yüzde 44.5'i bazen yanıtını verirken, yüzde 25.5'i nadiren ve yüzde 12.6'sı sıklıkla yanıtını vermiştir.



Grafik 23: Tavsiye edilen bir restorani denemek ister misiniz?

Dolayısıyla, bireyin memnuniyet içeren ifadelerle sosyal medyada paylaşımında bulunması, bu noktada sermaye için değer kazanmaktadır. Bu da yine gözetim süreçlerinin iki taraflı işlemesinin önünü açmaktadır. Sermaye sosyal medya aracılığıyla reklamını yaparken, ziyaretçilerin yaşadığı tatminle birlikte de kendi ürününe artı bir değer kazandırmanın yolunu keşfetmiştir.

Sosyal ağlarda gerçek isimler kullanılıyor mu?

Gözetimin sonsuz ihtimallerini dikkate alırsak, bazı bireylerin kendini korumak için alternatif yöntemler denediğini gözlemledik. Bu yöntemlerin arasında, sosyal medya hesaplarında gerçek ismi kullanmamak da yer alıyor. Bu yöntemin ne kadar sağlıklı olup olmadığı tartışması bir yana, ankete katılan katılımcıların yüzde 1.1'lik kısmının bu yöntemi tercih ettiğini görmekteyiz.



Grafik 24: Sosyal ağlarda gerçek isimler kullanılıyor mu?

Gözetimin toplumsal meşruiyeti dikkate alındığı zaman, anketin bu iki sorusu özel bir önem taşımaktadır. Katılımcıların yüzde 90.5'lik büyük bir kısmı kişisel bilgilerin internette kayıt altına alındığını düşünürken, yine aynı katılımcıların %92.4'lük kısmının sosyal medya hesaplarında gerçek bilgilerini verdiğini belirtmiştir.

İlginç olan, ankete katılan katılımcıların yüzde 9.5'lik kısmının bazı sosyal medya platformlarında gerçek isimlerini kullanmayı tercih ederken, bazılarında ise sahte isim kullanmayı tercih ediyor olmasıdır. Biliniyor ki, bir bilgisayar bir ağdan internete bağlandığı andan itibaren, tüm bilgiler depolanmaya başlıyor. Dolayısıyla bazı hesapların gerçek isimle, bazı hesapların sahte isimle kullanılması iktidar için pek bir önem arz etmemektedir. Yapılan bu hareket, sadece o sahte hesapla etkileşim kuran bireyleri etkilemektedir.

Bilgilerin kayıt altına alındığını düşünüyor musunuz?

Bireylerin, bilmeden bir olaya alet olması farklı, bilerek alet olması farklı bir durumdur. Anketin bu bölümünde katılımcılara sorulan “Enformasyon teknolojileri aracılığıyla kişisel bilgilerinizin kayıt altına alınması ve kullanılması olasılığı olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna yüzde 90.5 oranında “evet” yanıtı verilmesi, gözetimin meşruiyetini gözler önüne

sermektedir. Birey, gözetlendiğini ve özel hayatının deşifre edildiğini bile bile, bahsi geçen sosyal medya ortamını talep eder ve kullanır pozisyonda bulunmaktadır.



Grafik 25: Bilgilerin kayıt altına alındığını düşünüyor musunuz?

Gözetimin toplumsal meşruiyeti dikkate alındığı zaman, anketin bu iki sorusu özel bir önem taşımaktadır. Katılımcıların yüzde 90.5'lik büyük bir kısmı kişisel bilgilerin internette kayıt altına alındığını düşünürken, yine aynı katılımcıların %92.4'lük kısmının sosyal medya hesaplarında gerçek bilgilerini verdiğini belirtmiştir. Görülebileceği üzere, birey iktidarın kendini gözetlemesine yönelik verdiği savaşı kaybetmiş bulunmaktadır. Gözetim, bireyin rızası aracılığıyla bir bilginin bir nesnesi haline gelmiştir.

Siyasileri takip ediyor musunuz?

Ankete katılan sosyal medya kullanıcılarına sorulan “Sosyal Medya hesapları olan siyasileri takip ediyor musunuz?” sorusuna, katılımcıların yüzde 58.5'i evet yanıtını verdi. Siyasilerin sosyal medya hesaplarından her geçen gün daha da artan oranda paylaşımlarda bulunması bu soruyu yanıtlar niteliktedir. Birey, artık gazetelere ihtiyaç duymadan, sosyal medya aracılığıyla siyasinin yaptığı açıklamaya ya da kendini ilgilendiren bir konuyla ilgili paylaşımına kolaylıkla erişim imkanına sahip olmuştur. Dahası, birey siyasi ile direkt

iletişime de geçerek, iletişimin tek taraflı olmasından etkileşimli bir yapıya bürünmesinin de önünü açmıştır.



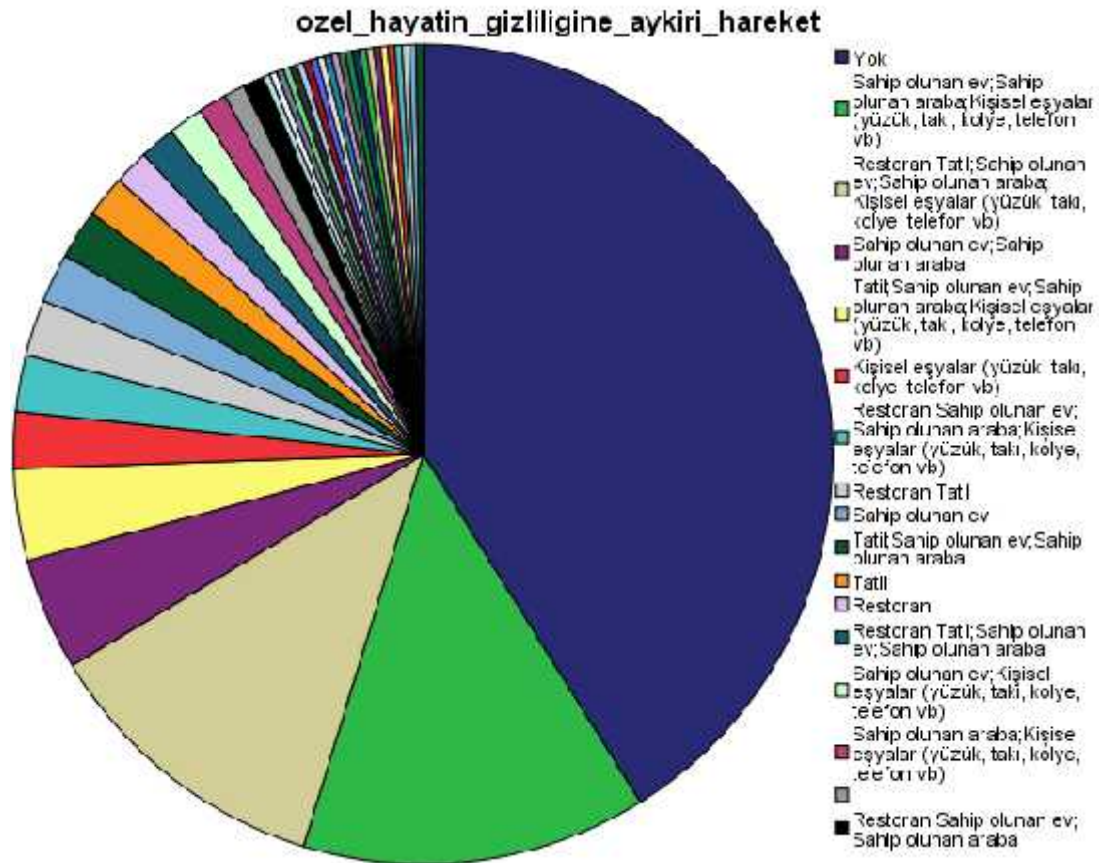
Grafik 26: Siyasileri takip ediyor musunuz?

Özel hayatın gizliliğine aykırı yayın yapıyor mu?

Katılımcıların birden fazla yanıt verme şansı olduğu “Sosyal Medya hesaplarından yapılan paylaşımlarda, özel hayatın gizliliğine aykırı olduğunu düşündüğünüz paylaşımlar var mıdır?” sorusuna katılımcıların büyük bir çoğunluğu “yok” yanıtını vermeyi tercih etmiştir.

Ankete verilen yanıtlardan elde edilen sonuçlara göre, bireylerin büyük bir çoğunluğu gittikleri tatilin fotoğraflarını, evlerinin, arabalarının, kişisel eşyalarının paylaşımını ya da çocuklarının yüzlerini sosyal medyadan deşifre etmeyi özel hayatın gizliliğine aykırı bir hareket olarak nitelemiyor.

Uluslararası geçerliliği bulunan birçok makale çocuk bireylerin fotoğraflarının sosyal medyada paylaşılmasını, kendi rızaları dışında paylaşıldığı gerçeğinden hareketle çocuk istismarı olarak nitelemesine rağmen, bu konunun halk arasında bir geçerliliği bulunmadığı aşikârdır. Öte yandan, bireyin özel hayatıyla ilgili olan arabası, evinin içi, dahası yatak odası da özel hayatın deşifresi olarak nitelenmemektedir.

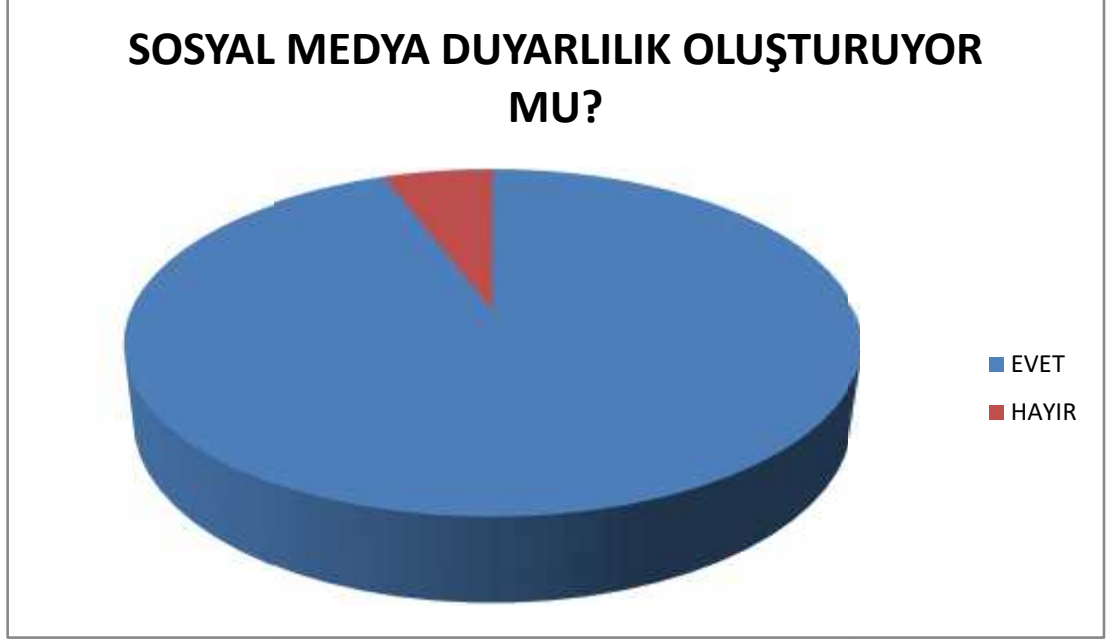


Grafik 27: Özel hayatın gizliliğine aykırı yayın yapılıyor mu?

Bu çalışmanın etik değerlerinin dışına çıkacağı için paylaşılmayacak olan ancak, tüm sosyal medya kullanıcılarının şahit olduğu bir gerçeklik var. Bireyler, nişan olduklarını, yatak odasında sevgilisine kahvaltı hazırladığını, yıldönümlerinde evlerinde yapılan süslemeleri sosyal medya hesaplarından mutluluklar saçarak duyurmaktadır. Bu hareket, açıkça özel hayatın gizliliğini ihlal etmektir. Dahası, bu ihlal bireyin kendisi tarafından yapılmaktadır. Bunun yanı sıra, katılımcıların bir kısmı sosyal medyada ev, araba, kişisel eşya gibi paylaşımların yapılmasını özel hayatın gizliliğinin ihlali olarak nitelemektedir. Anketten elde edinilen bilgiye göre, bireylerin kişisel hayatları ile ilgili daha çok bilgi sahibi olması ve özel hayatlarının deşifreleri noktasında daha çok dikkate ihtiyaç duydukları anlaşılmaktadır.

Sosyal medya duyarlılık oluşturuyor mu?

Ankete katılan katılımcıların yüzde 94.3'lük kısmı sosyal medya kullanımının, toplumsal duyarlılık oluşturulmasında olumlu bir etki yarattığını düşünmektedir. Bu oran, Gezi Parkı süreci, Reddediyoruz süreci gibi süreçlerin aktif bir şekilde sosyal medya üzerinden örgütlenmelerini kanıtlar niteliktedir.



Grafik 28: Sosyal medya duyarlılık oluşturuyor mu?

Sosyal medya paylaşılan reklamlar dikkat çekiyor mu?

Katılımcıların, sosyal medyada paylaşılan reklamlara dikkat edip etmediklerinin sorulduğu ve birden fazla şık işaretleme şansı tanınan soruya, katılımcıların çoğunluğu hayır yanıtını vermiştir. Öte yandan, reklamların dikkatini çektiği bireyler ise tatil, giyim, kıyafet, konaklama, emlak, yemek gibi ürünlerin dikkatini çektiğinden bahsetmiştir.



Grafik 29: Sosyal medya paylaşılan reklamlar dikkat çekiyor mu?

	İnterneti Hangi Amaçla Kullanıyorsunuz?	Ortalama Kaç Saat Harcıyorsunuz?	Sosyal Medya'da Ne Sıklıkla Vakit Geçiriyorsunuz?	Markanın Pazara sunduğu ürünlere bakıyorsunuz mu?	Sosyal Medya'da içerikler e yorum yazar mısınız?	Özel Hayatın Gizliliğine Aykırı Yayınlar Yapılıyor mu?	Sosyal Medya Toplumsal Duyarlılık Oluşturur mu?	Bilgilerin Kayıt altına alındığını düşünüyor musunuz?	İnternette Alışveriş Yapıyor Musunuz?	Tavsiye Edilen Restoranı Denemek İster misiniz?
Cinsiyet	,048*	,744	,344	,050	,005*	,099	,449	,587	,000*	,382
Eğitim Durumu	,000*	0,22*	,911	,387	,541	,998	,991	,650	,996	,290
Meslek	,000*	,807	,000*	,001*	,002*	,000*	,715	,004*	,000*	,002*
Maddi Gelir	,616	,694	,312	,147	,139	,439	,320	,573	,813	,088
Yaşınız	,054	,060	,000*	,000*	,000*	,803	,014*	,000*	,936	,000*

Tablo 2: χ^2 testi

Yapılan ankete uygulanan χ^2 testinde bağımlı değişken olarak ele alınan demografik bilgiler ile bağımsız değişkenlerde 10 farklı soru ele alınmıştır. Yapılan χ^2 testinde, mesleki yönelim ile sorulan soruların birçoğu arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmakla beraber, maddi gelirle sosyal medya üzerindeki kullanım alışkanlıkları arasında herhangi bir bağ kurulamamıştır.

360 kişiye uygulanan anketle ilgili olarak, internetin hangi amaçla kullanıldığı ile cinsiyet arasında, 048 düzeyinde bir anlamlı ilişki bulunurken, sosyal medyada içerikle yorum yazılması ile cinsiyet arasında ,005'lik, internette alışveriş yapılıp yapılmadığı ile ilgili soru ile cinsiyet arasında ise ,000 düzeyinde bir anlamlılık ilişkisi kurulabilmiştir.

Öte yandan eğitimle internetin hangi amaçla kullanıldığı noktasında ,000'lik bir anlamlılık ilişkisi kurulurken, eğitim durumuyla internette vakit harcama alışkanlığı arasında da 0,22 düzeyinde anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır.

Katılımcıların mesleki statüleri ile sosyal medya üzerindeki alışkanlıkları üzerinde ciddi bir anlamlı ilişki gözlemlenmektedir. Katılımcılara iletilen sorular ile Mesleki statüleri arasında yapılan 10 soruluk χ^2 testinin, 8'inde anlamlı bir ilişkiye rastlanılmıştır. Katılımcıların meslekleri ile interneti hangi amaçla kullandıkları arasında ,000'lik bir ilişki bulunmaktadır. Ayrıca, bireylerin meslekleri ile sosyal medyada geçirdikleri zaman arasında da ,000'lik bir anlamlılık olduğu tespit edilirken, markanın pazara sürdüğü ürünler ile meslek arasında ,001'lik bir ilişki tespit edilmiştir.

Mesleğin sosyal medyada yorum yapılmasına yönelik iletilen soruda ise, ,002'lik bir anlamlılık ilişkisine rastlanırken, yine aynı şekilde mesleğin özel hayatın gizliliğine yönelik aykırı yayınlar yapılması sorusuna ise ,000 oranında bir anlamlılık ilişkisi bulunduğu gözlemlenmektedir.

Meslekle bilgilerin kayıt altına alınmasına yönelik yapılan χ^2 testinde ,004'lük bir anlamlılık ilişkisi kurulurken, meslekle internetten alışveriş yapılıp yapılmadığına yönelik iletilen sorular arasındaki χ^2 testinin sonucu ,000'ı göstermektedir. Meslekle ilgili son olarak yapılan tavsiye edilen restoranın denenmek istenip istenmediğine yönelik soruda ise ,002'lik bir anlamlılık ilişkisi kurulmuştur.

Ankete uygulanan χ^2 testinde, yaşla markanın pazara sunduğu ürün arasında ,000 oranında bir anlamlılık ilişkisine rastlanırken, yine aynı şekilde yaşla internette geçirilen vakit arasında da ,000 oranında bir ilişki bulmak mümkündür. Yaşla sosyal medyada içeriklere yapılan yorumlar arasında da ,000 düzeyinde bir anlamlılık ilişkisi bulunurken, yaşla sosyal medyanın toplumsal duyarlılık oluşturma konusunda 0,14 oranında bir ilişki kurulmuştur.

SONUÇ

Bu çalışmada, yeni enformasyon teknolojileri özelinde günümüz gözetiminde yaşanan direniş eksikliği ve gözetimin hayatın içine işlemiş yapısı ortaya konulmaya çalışıldı. Gözetim konusu, Kıbrıs'ın kuzeyinde neredeyse henüz çalışılmamış bir konudur. Türkiye ile anlaşma imzalayan Kıbrıs Türk liderliğinin adaya MOBESE getireceği göz önüne alınırsa, bu çalışmanın önemi daha da ortaya çıkacaktır. Ancak bu çalışma, genelleştirici olmaktan öte, ancak bir keşfedici ve yol açıcı nitelik taşımaktadır. Dolayısıyla, bu çalışmanın daha detaylı gözetim çalışmaları yapılmasına bir aracılık etmesi önemlidir.

Dünyadaki gözetim faaliyetlerinde meydana gelen artış, iletişim teknolojilerinde yaşanan devrim ve bu teknolojilerin iktidarlara kurduğu bir ortaklık sonucunda meydana geldi. Çalışma boyunca antik çağlardan beri varlığından söz ettiğimiz gözetim olgusu, günümüz dünyasında daha önce tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar özel hayatı işgal etmiş durumdadır. Bireyin özel hayatının işgali, gözetimin kurumsallaşmasını da dayatmaktadır. Çalışmada da fark edilebileceği üzere, gözetim süreçleri çoğu zaman bireylerin rızası üzerinden gerçekleşmektedir. Kamu güvenliği, kamunun refahı gibi söylemler, bireylerin gözetim süreçlerine gönüllü olarak katılmasının da önünü açmıştır.

Güvenlik ve huzur çemberi içindeki söylemlerde gözetim her geçen gün etrafımızı sararken, diğer yandan da kişilerin özel yaşamları ve yaşamlarının her alanı da denetim altına girerek, egemen güçlerin çıkarları için kullanılır hale gelmiştir. Yaşanan dönüşüm sonrası, birey birer kod numarasına evirildi. Artık bilgisayar aracılığıyla yapılan gözetim, bireyleri insan olmaktan da çıkararak sayılar ve harfler olarak kodlanmış bir sisteme çevirdi.

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasında elde edilen bulgular, kadın ve erkek fark etmeksizin, bireylerin sosyal medya hesaplarında kendi isimlerini vermekten çekince duymadıkları da tespit edilirken, ankete katılan 157 erkeğin 140'ının ve 203 kadının 190'ının sosyal medya hesaplarında isimlerini verdiği de ki-kare testi ile belirlenmiştir. Araştırmada, bireylerin bulundukları mekânlarda yer bildirimi yapıp yapmadığıyla ilgili soruda, kadın

bireylerin erkek bireylere oranla daha fazla yer bildirimi yaptığı bulgusuna da ulaşılmıştır. Toplam 157 erkek katılımcıdan 53'ü, bahsi geçen soruda hiçbir zaman yer bildirimi yapmadığını belirtirken, 203 kadın katılımcıdan 45'i aynı soruya "hiçbir zaman" yanıtını vermiştir.

Öte yandan çalışmada, 157 erkek katılımcının 142'si bilgilerin internet ortamında kayıt altına alınma olasılığı olduğunu düşündüğünü ifade ederken, 203 kadın katılımcının 181'i ise erkeklerle aynı fikre sahiptir. Elde edilen bulgular ışığında, bireylerin internet ortamında attıkları adımların takip ve kayıt altına alındığına dair fikir birliktelikleri olduğu gözlemlenirken, en basit şekliyle yer bildirimi yapma konusunda, gözetlenme ihtimallerinin olduğunu bilerek paylaşım yapmaya devam ettikleri de tespit edilmektedir.

Dahası, gözetlendiğinin bilinciyle insan, iktidarın istediği şekillerde dönüşüm geçirerek, hareket ve düşüncelerini de ona göre şekillendirmeye başlamıştır. Dünyanın şu anda içinde bulunduğu yoğun kapitalist ekonomik krize yönelik olarak ciddi bir adım atılamamasının en önemli sebeplerinden biri de budur.

Çalışma kapsamında gözetim süreçlerinin ikili bir yapısı olduğu gözlemlenmesiyle birlikte, gözetim süreçlerinin gücünün kapitalist ekonomik sistemden ve bahsi geçen sistemin devamından aldığı da tespit edilmektedir. Anket sırasında da tespit edildiği üzere, bireylerin sosyal medya araçlarını kullanarak kısa süreli de olsa vaat edilen enformasyona ulaşması, gözetime yönelik muhalif seslerin de yükselmesine bir engel teşkil etmektedir. Öte yandan, sosyal medya araçlarının vaatlerine ulaşmak aynı zamanda kullanıcıyı bu sistemin bir üreticisi ve dağıtıcısı pozisyonuna da sokmaktadır.

Amerika'da yaşanan 11 Eylül saldırılarının ardından devletler gözetim süreçlerine yönelik ciddi yatırımlar yapmaya başlamıştır. İnsanların, ilk dönemlerde bu gözetim araçlarıyla güvende hissedeceği yanılgısı bir yana, bu sistemlerle terör saldırılarının önüne geçilemediği ise yanı başımızdaki coğrafyada da kolaylıkla gözlemlenebilir durumdadır.

Öte yandan, geline koşullarda anti gözetime yönelik hareketlerin ise çok cılız kaldığı tespit edilmektedir. Her adımın kontrol altında tutulduğu günümüz dünyasında, bireylerin sosyal medya hesaplarında farklı bir kimlik bilgisi

vererek bir sayfayı kullanması o kişinin gözetimden kurtulduğu anlamına gelememektedir. 2000'li yılların başında bu yöntem aracılığıyla denetim süreçlerinden uzak durabildiği bilinmesine rağmen, bugün gelinen noktada bunun geçerliliği olacağı düşünülmemektedir. Zaten ankette de görüleceği üzere sosyal medya platformlarında anonim isimlerle giriş yapan insanların sayısı oldukça azdır.

Günümüz gözetim sistemlerinin bireylerde rahatsızlık uyandırması, aslında bireyin özel alanının işgal edilmesi ve bireyin buna isyan etmesiyle alakalıdır. Bireyin mahremiyetinin ihlali, etik bir konu olarak bu çalışma dışında da halen tartışmaya açıktır. Araştırma, gözetim ve mahremiyet arasındaki çatışmanın bireyin kişisel alanını korumasına yönelik çalışmaları da hızlandırdığını göstermektedir. Bugün Kıbrıs'ın kuzeyinde hemen her yerde iş yerlerine kamera sistemleri ve kartlarla iş yerine giriş yapılması için çalışmalar yapılmaktadır. Aynı zamanda, bir çok işyerinde çalışan emekçiler de bu gözetim eylemlerine yönelik çalışmalar yürütmektedir. Ancak bunlar yeterli değildir. Kapitalist sistem, bireyin sadece işe giriş çıkış saatlerini denetlemekten öte, yaşam alanlarının tamamını kontrol altında tutan bir yapıya dönüşmüştür.

Uluslararası Çalışma Örgütü işçilerin kişisel bilgilerinin korunması için benimsenen ilkeleri şu şekilde belirlemiştir.

- İşçilerin özel hayatlarına dair bilgilerin koruma kapsamı geliştirilerek, kişisel verilerle ilgili bilgisayar kayıtları en düşüğe indirgenmelidir.
- İşçiler ve işçi temsilcileri işyerlerinin bilgi toplama süreçlerinden haberdar edilmeli, sürecin kuralları ve sahip oldukları haklar hakkında bilgilendirilmelidir.
- İşçilerin kişisel bilgilerini kayıt altına alan personel, ciddi bir eğitimden geçirilerek, yaptığı işin sorumluluğunu anlaması sağlanmalıdır.
- Elde edilen kişisel verilerle emekçilerin istihdamı sırasında ve işledikleri süre boyunca hukuka aykırı işlemler yapılmamalıdır.

- İş sahipleri, emekçiler ve işçi temsilcileri, emekçilerin özel hayatlarına ilişkin bilgilerin korunması için politika geliştirilmesinde işbirliği yapmalıdır.
- İşçi hakkında elde edilen kişisel bilgilere erişim şansı olan işveren ve işçi temsilcileri, işçinin gizlilik karinesine uymak zorundadır.
- Emekçiler, kişilik haklarını bağlayan haklarından feragat edemez.
- İşveren, işçinin cinsel yönelimi, siyasi duruşu, dini görüşü hakkında bilgi toplama hakkına sahip değildir ve işveren aynı zamanda işçinin suça yönelimini belirleme maksatlı testler de yapamaz.
- İş için önemi olmadığı takdirde, işçinin daha önce hastalık geçirip geçirmediğine yönelik sorular sorulamaz. Sağlık koşulları iş açısından önem arz etmekteyse, bu sorular işçiye, işçi güvenliği ve sağlığının uluslararası mevzuatlarda bulunan kurallar çerçevesinde sorulabilir
- Bahsi geçen ilkelere uyulmayıp işçiye sorular sorulur ve işçi de eksik yanıt verirse, bu işten çıkarma gerekçesi veya disiplin cezası verme gerekçesi olarak kullanılamaz.
- İşçinin uyuşturucu bağımlılığı olup olmadığına ilişkin yapılacak testler, ancak uluslararası mevzuat çerçevesinde, standartlar da dikkate alınarak uygulanabilir.
- Çalışanlar hakkında elde edilen bilgiye sadece yetkili kişiler erişim sağlayabilir. Bu veriler, bir başka kişiye çalışanın rızası olmadan verilemez. Cana kasıt ve/veya ve sağlığı tehdit eden bir konu söz konusu olur ise, yasaların izin verdiği ölçüde bu bilgiler çalışma ilişkisinin şekillendirilmesi için üçüncü bir kişiye verilebilir. (Kaplan, 1997: 383)

Hemen yanı başımızda, Türkiye’de iktidarın internete erişimi kısıtladığı dikkate alındığı zaman, iktidarın kendi menfaatleri doğrultusunda gün gelir interneti de kapatabileceği düşünülmelidir. Küresel pazarın tüm taleplerine rağmen halen birçok web sitesine erişim sağlanamayan Türkiye’den, Kıbrıs Türk halkının da aynı oranda etkileneceği aşikârdır. Tüm dünyada olduğu gibi coğrafyamızda da devlet bir açık hava hapishanesine dönüştürülmek üzeredir.

Bireyin toplumsal bir yapıya bürünebilmesi için sosyal medya araçlarına duyduğu ihtiyaç artık tartışılmaz bir boyuttur. Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya araçları bireye toplumsallaşma olanağı tanıyarak her gün daha da büyümekte, bu sırada da bireylerin tüm bilgi ve kişisel bilgilerinin kayıt altına alınması sürecini hızlandırmaktadır. İnternet aracılığıyla, bireylerin yaşantısı hem sanal hem de gerçek yaşamda iktidarın gözünün denetimi içine girmiştir.

Elinizde bulunan bu çalışma, gözetim süreçlerinin bireyin rızasına dayanarak işlediğini tespit etmektedir. Kamunun refahı ve güvenliğini sağlamak amacıyla ortaya çıkan “güvenlik” hizmetleri, bireylerin tamamının, daha önce tarihte olmadığı bir biçimde denetim altına girmesine neden olmuştur.

Sonuç olarak, gözetimin insan yaşantısında teknoloji ile iktidar arasında kurulan bir ortaklık sonucu egemen olduğu gözönüne alınırsa, bireylerin toplumsal hayata, akla gelebilecek her alanda birer tüketici olarak katılmasıyla birlikte her geçen gün daha da güçlenmektedir. Tüketicinin rızasıyla verdiği bilgiler, kişinin rızası dışında bireyin birer iletişim öznesi olarak dönüşmesinin önünü açmaktadır. Jeremy Bentham’ın tasarladığı panoptikon hapisaneleri, Foucault’unun deyişiyle ruhun ıslah edilmesi amacı taşımaktaydı ve teknolojik gelişmeler de bu ıslahı tamamlamış durumdadır.

İçinde bulunduğumuz internet çağında gizlilik kavramı, bireyin yaşadığı en önemli sorunların başında gelmektedir. Yaşanan dönüşümle birlikte, kamusal alan-özel alan ayrımı ortadan kalkmak üzeredir. İnsan, güvenliği uğruna, denetim altına alınmayı ve sürekli olarak gözetlenmeyi kabul etmiş durumdadır. Kredi kartları kullanımından, izlemeyi tercih ettiği filme kadar her alan gözetim altındadır. Orwell’in 1984 kitabında gözetim süreçleri sonunda şiddet kullanıldığı portresi modern dünyamıza yansımamış olsa da, sürekli gözetim altında tutulan insanın da uysallaşarak sistemin talep ettiği kişiliğe büründüğü gözlemlenmektedir.

Bauman’ın deyişiyle, günümüz modern dünyası artık akışkan bir modernitenin içine girmiş bulunmaktadır. Bahsi edilen sistemde ise, kapitalist iktidarın, gücü elinde bulundurabilmesinin yegane yolu, gücünü topluma

aktarabilmesi ve bunu hissettirebilmesinde yatmaktadır. Modernitenin dayattığı disipline edici araçlarla bunun mümkün olmadığı gerçeğinden hareketle, iktidarın gözetim araçlarına yöneldiği ve bu açığı gözetim süreçleriyle kapatmaya çalıştığı söylenebilir.

“Teknoloji materyalleriyle kurulan ilişkide bağımsız kullanıcı alanları yaratmak için, kullanıcı, kendisine sunulan ilişki tarlarını alt üst etmelidir. Teknolojinin insan hayatına getirdiği hayatı kolaylaştırıcı özellikler, özerk yapı ve demokratik bir alan yaratma iddialarına karşın alternatif alanlar yaratılmalıdır. Gözetim bağlamında, salt olarak teknolojiye karşı kötümser bir tavır sergilemekten öte, direniş alanları yaratabilmek önem arz etmektedir. Bahsi geçen bu alan da ancak gerilla taktiği ile mümkündür. Sadece bu yöntemle teknoloji özgürleştirici olabildiği iddiasına karşı gelinip yeni bir alan yaratılabilir. (Ergur, 1998: 59)

Dünyanın herhangi bir noktasında yaşanan olay hakkında saniyeler içinde bilgi edinmediğimiz bir dünyayı artık hayal edemiyoruz. İnternet sisteminin bu bilgilendirici yönü, iktidarın pazarlama tekniklerini kullandığı, kârlarına daha fazla kâr kattığı bir ortama dönüşmektedir. Öte yandan internet yayıncılığının toplumların yaşanan olaylara yönelik olarak daha hızlı örgütlenebilmesini de doğurmuştur. Bu süreçlerin de denetim altından geçtiğinin bilinciyle, sosyal medya üzerinden örgütlenen toplumsal hareketlerin birçok şeyi değiştirme gücünün olduğunu da deneyip öğrendik.

Panoptik iktidarın pratik yaşamda olduğu kadar internet ortamında da etkili bir güce dönüşmesi, toplumsal özgürlük ve hareketlerin her alanda gözlenebilir ve kısıtlanabilir olmasının da önünü açtı. Hal böyleyken, muhaliflerin iktidarın denetiminden kaçması da imkânsız hale geldi. Özgürlüğünü arayan vatandaşlar için sosyal medyada görünür olmak cezbedici olsa da halen bir tuzaktır.

Denetim süreçleri kapsadığı alan bakımından insanlık için umutsuzluk yaratabilecek bir durum sahiptir. Tüm toplumların kuşatıldığı, insanların bireyselleştirildiği kapitalist sistemle birlikte, bireyin kendini yalnız hissetmesi ve tüm demokratik alanların kontrol altına alınması hissi kaçınılmaz bir durumdur. Ancak yaşanan bu gelişmelerin farkında olarak teslimiyetçi bir

zihne bürünmek de doğru değildir. Yüksek teknolojinin vaat ettiği gelecek, sınırsız ve sınıfsız bir toplumun temellerini de atmaktadır. Otomatikleşmeye başlayan iş makineleri, yaşamın her alanını kuşattıkça, kapitalizm kendi yarattığı alan içinde daha da sıkışacaktır. Dolayısıyla, toplumlar modern bilişim çağı içinde kendi özgür alanını yaratmakla mükelleftir.

KAYNAKÇA

Acar A S ve Maxim P (2008) *Online Social Networks and Insights into Marketing Communications*, Journal of Internet Commerce, 6: 4, 55 -72.

AL Jazeera ve Ajanslar (2015, Kasım 14). *Al Jazeera*. Al Jazeera: <http://www.aljazeera.com/news/2015/11/hollande-paris-france-attacks-concern-stadium-isil-151114103631610.html> adresinden alındı

Altheide, David L., "The Control Narrative of the Internet", Symbolic Interaction, Symbolic Interaction, Volume 27, Number 2, University of California Pres, Berkley, 2004, pp, 223-245.

Arnott, S. J., Holland, E. W., Patton, P., Hardt, M., Beller, J., & Akay, A. (2005). *Gilles Deleuze'de Toplum ve Denetim*. İstanbul: Bağlam Yayınları.

Atkinson, J. D. (2016). *Alternatif Medya ve Direniş Siyaseti*. İstanbul: Kafka Kitap.

Avşar, Z. & Öngören. (2010). *Bilişim Hukuku*. İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği Yayınları.

Barnet, R. ve Cavanagh, J. (1995). *Küresel Düşler, İmparator Şirketler ve Yeni Dünya Düzeni*. İstanbul: Sabah.

Baudrillard, J. (1997). *Tüketim Toplumu*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Baudrillard, J. (1998). *Simülakrlar ve Simülasyon* (Çev. Oğuz Adanır). İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.

Baudrillard, J. (2000), *Tüketim Toplumu*, Çev. F. Keskin ve H. Deliceçaylı, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

Bauman Z. (31.01.2017), "Sosyal Medya Bir Tuzak" (Çevrimiçi): <http://vesaire.org/zygmunt-bauman-sosyal-medya-bir-tuzak/>.

Bauman, Z., & Lyon, D. (2013). *Akışkan Gözetim*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Beckett, C. & Mansell, R. (2008). Crossing Boundaries: New Media and Networked Journalism, *Communication, Culture & Critique*, 1(1), 92-104.

Bentham, J. (1843). *The Works, 10. Memoirs Part I and Correspondence*. New York: Liberty Fund.

Bentham, J. (2016). *Panoptikon: Gözün İktidarı*. İstanbul: Su Yayınları.

Boal, M., & Wax, E. (1998). The Surveillance Society: Part One. *Village Voice*, 40-43.

Bora, T. ve Altıparmak, K., 2016, “Kerem Altıparmak’la Sosyal Medya ve temel Haklar Üzerine Söyleşi: ‘İnternet Sansüründe Dünya Birincisiyiz’”, *Birikim Dergisi*, 322, Şubat, s.53-58.

Botan, C. ve Vorvoreanu, M. (June 2002), “What Are You Really Saying To Me? Electronic Surveillance in the Workplace”, Paper Presented to the Conference of the International Communication Association Acapulco, Mexico.

Botan, C. (1996), “Communication Work and Electronic Surveillance: A Model for Predicting Panoptic Effects”, *Communication Monographs*, 63(4), ss.293-313.

Callahan, C. A. (1999). *Journalist’s Guide to the Internet, A: The Net as a Reporting Tool*, USA: Pearson.

Canpolat N (2005) Foucault, Nur Doğan Rigel vd. (eds), *Kadife Karanlık 1*, Su Yayınları, İstanbul, 73-142.

Castells, M.T. Alain, C. Craig, L, Giddens, D, A. Küresel Kuşatma Karşısında İnsan. (2004). Da Yayıncılık.

Cevizci, A. (1997). *Felsefe Sözlüğü*, Ankara: Ekin Yayınları

Christopher, David P. (2006), *British Culture, An Introduction*, Second Edition, Routledge Taylor and Francis Group, London and New York

Çınar, R. ve İ. M. Çubukçu, (2009) “Tüketim Toplumunun Şekillenmesi ve Tüketici Davranışları - Karşılaştırmalı Bir Uygulama-“, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (1): 277-300

Çoban, B. (2014). Göz ve İktidar: Vitrinlere Değil Gökyüzüne Bak! LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Haziran.

Çoban, B., & Ataman, B. (2015). *Türkiye’de Alternatif Medya*. İstanbul: Kafka Yayınları.

Debord, G. (2016). *Gösteri Toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Derks , D., Fischer , A.H. and Bos , A.E. (2008). “The Role of Emotion in Computer-Mediated Communication: A Review”, *Computers in Human Behavior*, 24, 766-785

Dijk, J. V. (2016). *Ağ Toplumu*. İstanbul: Kafka Yayınevi.

Dolgun U (2008) Şeffaf Hapishane Yahut Gözetim Toplumu, Ötüken Neşriyat, İstanbul.

Dolgun, U. (2005) İşte Büyük Birader, İstanbul: Hayy Kitap.

Dolgun, U. (2008). *Şeffaf Hapishane ve Gözetim Toplumu*. İstanbul: Ötüken Yayınevi.

Dolunay, A. & Kasap, F. (2017). Basın Hak ve Özgürlüklerinin Yeni Medya Üzerinden Değerlendirilmesi: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Örneği, *1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı* , 521-533. İstanbul: Nobel Yayıncılık.

Domenach, J.M. (2003). *Politika ve Propaganda*. İstanbul: Varlık.

Downes, S. (2005). *Semantic Networks and Social Networks*, *The Learning Organization*, 12(5), 411-418.

Eraydın, A. (1992) *Post-Fordizm ve Değişen Mekansal Öncelikler*, Ortadoğu Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Yayınları

Eraydın, A. (1992). *Post-Fordizm ve Değişen Mekânsal Öncelikler*, Ortadoğu Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Yayınları.

Ergur, A (1998) *Elektronik Denetim Sınırlarında Demokrasi*, Birikim Yayınları

Ersoy, E. (2008) “Tarihsel Kapitalizmden Güncel Kapitalizme Küreselleşme”, Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları.

Falay, N. (2014). *Kamusal Alanın Oluşumu, Dönüşümü ve İktisadi Boyut*, *Journal of Life Economics*, 1(2), 51-70.

Foucault M. (1992), *İktidarın Gözü*, İmge Kitabevi, İstanbul,

Foucault, M. (1977). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. New York: Random House.

Foucault, M. (1991). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. Tr. by Alan Sheridan. London: Penguin Boks.

Foucault, M. (1992). *Hapishanenin Doğuşu*. (M. A. Kılıçbay, Çev.) Ankara: İmge Kitabevi.

Foucault, M. (2006) *Hapishanenin Doğuşu*, çev. Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara: İmge Yayınevi.

Foucault, M., *Toplumu Savunmak Gerekir*, Çev. Şehsuvar Aktaş, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2002.

Fuchs, C., 2015, “WWW’nin 25.Yıldönümü: Sosyalizme Geçiş ya da Barbarlığa Dönüş”, *Ayrıntı Dergi*, 11, Ağustos-Eylül, s.143-151.

Gambetti, Z., 2008, “Foucault’da Disiplin Toplumu-Güvenlik Toplumu Ayrımı”, *Mesele Dergisi*, 20, Ağustos, s.1-9.

Gambetti, Z., 2012, “Foucault’dan Agamben’e Olağanüstü Halin Sıradanlığına Dair Bir Yanıt Denemesi”, *Cogito*, 70-71, s.21-39

Gary T. Marx (1985). “The Surveillance Society: The Threat of 1984-Style Techniques”, *The Futurist*

Gazetesi, S. (2015, Aralık 22). *Sözcü*. *Sözcü İnternet Gazetesi*: <http://www.sozcu.com.tr/2015/gundem/pkk-surda-mobese-kurmus-1015247/> adresinden alındı

Giddens, A. (2005). *Ulus, Devlet ve Şiddet*. İstanbul: Devin Yayınları.

Giddens, Anthony. (2000), *Sosyoloji*, Ayraç Yayınları, Ankara.

Girit, S. (2012, Kasım 26). *BBC Türkçe*. BBC Türkçe Web Sitesi: http://www.bbc.com/turkce/haberler/2012/11/121125_redhack.shtml adresinden alındı

Goffman, Erving (2014), *Damga*, Çev. Ş.Geniş, L.Ünsaldı, N.Ağırnaslı, Ankara, Heretik Yayıncılık

Güçlü, A.; Uzun, E.; Uzun S.; Yoksal H. (2008) *Felsefe Sözlüğü*, Bilim ve Sanat Yayınları

Habermas, J. (2002). *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü* (Trans. Tanıl Bora and Mithat Sancar), İstanbul: İletişim Yayınları.

Habermas, J. (2003). *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*. (T. Bora, & M. Sancar, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Harvey, D. (1991) *The Condition of Postmodernity*, Blackwell, Massachusetts

İrzik, G. (2002), “*Bilgi Toplumu mu, Enformasyon Toplumu mu*”, *Günce*, Sayı 24, Sayfa 6, Kasım, 2002

Jebby, M. (1999, March). Big Brother is Watching You. *Management Review*, s. 88.

Jensen, K, B. ve Rosengren, K, E. (2005) *Five Traditions in Search of the Audience*, McQuail D, Golding P, Bens E (eds) *Communication Theory & Research: An EJC Anthology*, SAGE Publications, London Thousand Oaks, New Delhi, 53-70.

Kahraman, A (2008). *İslam Hukuk ve Ahlak İlkeleri Işığında Özel Hayatın Gizliliği*. Ankara: Ebabil Yayınları.

Kaplan, Emine Tuncay; “İş Hukuku’nda Kişilik Haklarının Özellikle Bilgisayarda Toplanan Bilgilere Karşı Korunması”, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Prof. Dr. Cemal Mıhçıoğlu’na Armağan, Ankara, Ocak – Aralık 1997, C.52, No:1-4, 383 (Kişilik Hakları).

Karagöz, K (2013). İletişim ve Diplomasi, *Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü*, 1(1), 131-156.

Kaye B K ve Johnson T J (2002) *Online and in the Know: Uses and Gratifications of the Web for Political Information*; Journal of Broadcasting and Electronic Media, (46) 54- 71.

Keleş, A. R., & Sal, Y. (2013). *Hack Kültürü ve Hacktivizm: Yeni Bir Siyaset Biçimi*. İstanbul: Alternatif Bilişim.

Koç, M. & Karabatak, M. (2012). Sosyal Ağların Öğrenciler Üzerindeki Etkisinin Veri Madenciliği, *e-Journal of New World Sciences Academy*, 7(1),155-164.

Kongar, Emre. (2001), Küresel Terör ve Türkiye, 3 b, Remzi Kitabevi, İstanbul

Köroğlu, C. Z. & Köroğlu, A. M. (2013). Klasik Kamusal Alan Modelleri ve Türkiye'nin Kamusal Alan Tecrübesi Üzerine Genel Bir Değerlendirme, *International Journal of Social Science*, 6(4), 913-936.

Lyon, D. (1997). *Elektronik Göz*. (D. Hattaoğlu, Çev.) İstanbul: Sarmal Yayınevi.

Lyon, D. (2006). *Gözetlenen Toplum*. (G. Soykan, Çev.) İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.

Madan S. (2004), "Post-yapısalcılık ve Post-modernizm" Çev. A.Güçlü, Bilim ve Sanat Yay, Ankara.

Mallen, A. (2012). *Citizen journalism, surveillance and control*. New York: Eleven Publishers.

Mansifeld, N. (2006). Öznellik: Freud'dan Haraway'e Kendilik Kuramları , çev. Hüsamettin Çetinkaya ve Rahmi Durmaz. İzmir: Aralık.

Martin, Brian, *Information Liberation Challenging the Corruptions of Information Power*, Freedom Pres, London, 1998,64.

Marx, Gary T. (2005b), "Surveillance and Society", <http://www.web.mit.edu/gtmarx/www/surandsoc.html>.

Marx, K ve Engels F. (1975), *Collected Works*, vol. 25, New York: International Publishers.

Marx, K. (1975). *Kapital (Birinci Cilt)* . Ankara: Sol Yayınları.

Marx, K. (2000) *1844 El Yazmaları*. Çev. Belge, M. İstanbul: Birikim Yayınları

Mattelart, A., 2012, Gözetimin Küreselleşmesi: Güvenileştirme Düzeninin Kökeni, Çev. Onur Gayretli, Su Elif Karacan, Kalkedon Yayınları, İstanbul.

Melton, J. V. H. (2011). *Aydınlanma Avrupasında Kamunun Yükselişi* (Trans. Ferit Burak Aydar), İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Miller Seumas – WECKERT John “Privacy, the workplace and the Internet”, Journal of Business Ethics, Dec 2000; 28,3; pp 255-265.
<http://www.business.vu.edu.au/>

Monathan, T. (2006). Counter-surveillance as Political Intervention? *Social Semiotics*, s. 515-534.

Mutlu E (2012) İletişim Sözlüğü, Sofos, Ankara.

News, T. L. (2015, Kasım 15). *The Local DK*. The Local DK News Site: <https://www.thelocal.dk/20151115/danish-mp-bomb-women-and-children-or-lose-to-isis> adresinden alındı

Nikos, B. (1999, October). *Cryptome*. Cryptome: <http://cryptome.org/dst-1.htm> adresinden alındı

O’Cass, A. and McEwen, E. (2004) “*Exploring Consumer Status and Conspicuous Consumption*”, Journal of Consumer Behavior, 4/1, pp.25-39.

O’Murchu, I. & Breslin J.G. & Decker, S. (2004). *Online Social and Business Networking Communities*, DERI Digital Enterprise Research Institute Technical Report, Washington, DC.

Offe, C. (1999). Yeni Sosyal Hareketler: Kurumsal Politikanın Sınırlarının Zorlanması, *Yeni Sosyal Hareketler*, (Ed. Kenan Çayır), İstanbul, Kaknüs Yayınları.

Orwell, G. (1985). *1984 (Bindokuzyüzseksendört)*. (H. Derin, Çev.) Ankara: Kültür B Yayınları.

Öğüç, Ç. (2015) *İletişim Şekli Olarak Protest Müzik: Blues Örneği*. Yakın Doğu Üniversitesi, Master Tezi. Lefkoşa

Rigel, N. (Ed.), (2005). 21. yy İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar: Kadife Karanlık. İstanbul: Su Yayınevi.

Rouse, J. (1994). Power/Knowledge, Gutting, Gary (ed.), The Cambridge Companion to Foucault, Cambridge, Cambridge University Press: 92–114.

Saklı, A. R. (2007). Kapitalist Gelişim Sürecinde Fordizm ve Post – Fordizm, Ankara.

Savaş, A. (2003). Klavye Delikanlılığı mı, Devrimin Anahtarı mı? Retrieved from: <http://www.sabah.com.tr/pazar/2013/01/06/klavye-delikanliligi-mi-devrimin-anahtari-mi>. Erişim: 14.07.2017

Selçuk G (2011) Fordist Birikim Rejimi ve Kitle Kültürü, Journal of Yasar University, 24 (6), 4130-4152.

Sewell, G.(1998),“The Discipline of Teams: The Control of Team-Based Industrial Work Through Electronic and Peer Surveillance”, Administrative Science Quarterly, 43(2), ss. 406-469.

Shao-Kang, L. (2008). “The Nonverbal Communication Functions of Emoticons in Computer -Mediated Communication”,CyberPsychology and Behavior, 11(5): 595-597.

Sheth, J. N., Newman, B. and B. L. Gross (1991) “*Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values*”, Journal of Business Research, 22, pp.159- 170.

Tahaoğlu, Ç. (2013, Haziran 12). *Bianet*. Bianet Haber Sitesi: <http://bianet.org/bianet/toplum/147505-helikopter-dustu-ama-gezi-ayakta> adresinden alındı

Taştan, Ö. (2015, Kasım 5). *Sol Haber Sitesi*. Sol Haber Sitesi: <http://haber.sol.org.tr/dunya/anonymoustan-5-kasim-eylemi-1-milyon-maske-135170> adresinden alındı

Trottier, D. ve Fuchs, C. 2015, *Social Media, Politics and the State: Protests, Revolutions, Riots, Crime and Policing in the Age of Facebook, Twitter and Youtube*, Routledge, New York and London.

Uçkan, Ö., & Ertem, C. (2011). *Wikileaks*. İstanbul: Etkileşim Yayınları.

Uteck E A (2004) *Electronic Surveillance and Workplace Privacy*, Yayınlanmamış Bitirme Tezi, Dalhousie University, Halifax.

Veblen, T. (1934) *“The Theory of the Leisure Class”*, <http://www.jasoncollins.org/2011/05/veblens-the-theory-of-the-leisure-class-part-ii/>

Veblen, T. (2005). *Aylak Sınıfın Teorisi* (Trans. Zeynep Gültekin & Cumhuriyet Atay), İstanbul: Babil Yayınları.

Veblen, T. (2010) Chapter 4: Conspicuous Consumption. *The Theory of the Leisure Class*. Europaeischer Hochschultverlag, Germany

Williams F, Rice R E ve Rogers E M (1988) *Research Methods And The New Media*, Free Press, New York.

Yang C (2015) *From Surveys to Surveillance Strategies: A Case Study of Life Satisfaction*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, The University of Iowa, Iowa.

Yanıklar, C. (2010). *Tüketim Kültürü, Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma*. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi: Cilt: 34, Sayı 1

Yumuşak, F., 2015, “Dijital Gözetim Sunar: Ölçülebilir, Karlı ve Hızlı Hayatlar”, *Ayrıntı Dergi*, 11, Ağustos-Eylül, s.101-111.

Zuckerberger, M. (2007), *Facebook Social Advertising: Facebook Unveils Facebook Ads*, Press Releases, Press Room.

EKLER

Ek 1 - Anket Soruları

“21. Yüzyıl Bilişim Çağı Çerçevesinde Gözetimin Toplumsal Meşruiyeti: Kıbrıs ve Türkiye Odaklı Bir İnceleme”

Aşağıdaki anket Yakın Doğu Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Çalışmaları Doktora Çalışmaları çerçevesinde hazırlanan “21. Yüzyıl Bilişim Çağı Çerçevesinde Gözetimin Toplumsal Meşruiyeti: Kıbrıs ve Türkiye Odaklı Bir İnceleme” adlı doktora tezinde araştırma konusu olan soruları içermektedir. Bu çalışma ile Sosyal Medya kullanan bireylerin alışkanlıkları ve bireysel bilgilerin sosyal medya hesabından verilmesi konusundaki alışkanlıkların tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

Sorularımıza vermiş olduğunuz yanıtlar gizlilik prensibi içerisinde söz konusu çalışma dışında herhangi bir birey, kurum, kuruluşla paylaşılmayacaktır.

Anket 29 sorudan oluşmakta ve tamamlanması ortalama 5 dakika sürmektedir. İlginiz ve katılımınız için şimdiden çok teşekkür ederim.

Saygılarımla

Çağdaş ÖĞÜÇ – YDÜ Medya ve İletişim Çalışmaları Doktora Öğrencisi

1- Yaşınız

12-18 yaş

19-30 yaş

31-60 yaş

61+ yaş

2- Cinsiyetiniz

Kadın

Erkek

3- Eğitim Durumunuz (Lütfen son aldığınız diplomaya göre işaretleyiniz)

İlkokul

Ortaokul

Lise

Lisans

Yükseklisans

Doktora

4- Mesleğiniz nedir? Yazınız

5- Aylık maddi geliriniz nedir?

0-500 TL

501-1000 TL

1001 – 2000 TL

2001-3000 TL

3001 – 4000 TL

4001 – 5000 TL

5001 - + TL

6- İnterneti daha çok aşağıdaki hangi amaçlar için kullanmayı tercih ediyorsunuz? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

Enformasyon / bilgi kaynağı

Haberleşme / iletişim aracı

Eğlence aracı

Haber edinme (medya) aracı

Araştırma

Yeni insanlarla tanışma

Online alışveriş aracı

Bankacılık işlemleri (Fatura ödeme, EFT v.b.)

Diğer.....

7- Hangi sıklıkla internete giriyorsunuz?

Her gün

Haftada 3-4 gün

Ayda bir iki gün

3-4 ayda bir

8- İnternette ortalama kaç saatinizi harcıyorsunuz?

1 saatten az

1-3 saat

3-5 saat

5-7 saat

7 saat ve üzeri

9- Cep telefonunuzu daha çok hangi ilişkileriniz için kullanıyorsunuz?

1- Özel ilişkilerim için

2. İş ilişkilerim için

3. Her ikisi için aynı miktarda kullanıyorum.

10- Cep telefonunuzu normal konuşmalar dışında hangi amaçlar için kullanıyorsunuz? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

1. Mesaj

2. Fotoğraf

3. Kamera

4. Oyunlar

5. Web

6. Sosyal Medya

Diğer (lütfen belirtiniz)

11- Kişisel Sosyal Medya hesabınız var mı? (Twitter, Instagram, Facebook, Google Plus, YouTube vb.)

Evet

Hayır (*İlginiz için teşekkür ederiz*)

12- Sosyal Medya hesabınızda ne sıklıkla vakit geçiriyorsunuz?

Ayda birkaç kez

Haftada birkaç kez

Günde 1 saat

Günde 2-3 saat

Günde 4-5 saat

Günde 6-8 saat

Günde 9 saat ve daha fazla

13- Sosyal Medya hesabınızda sıklıkla kimleri takip ediyorsunuz? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

Meslektaşlarım

Sosyal çevrem

Ünlüler

Ailem

Oyun hesapları

Sosyal Medya fenomenleri

İnternet Gazeteleri

Eğlence mekanları

Siyasiler

Diğer (lütfen belirtiniz)

**14- Sosyal Medya hesabınızda ne tür paylaşımlar yapıyorsunuz?
(Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)**

Siyasi

Toplumsal

Çevremde gelişen olaylar/haberler

Yemek

Araba

Eğlence

Kültür-Sanat

Tatil

Geçmişte çektiğiniz fotoğraflar (#tbt vb.)

İş maksatlı

Diğer (lütfen belirtiniz)

15- Sosyal Medya hesabınızdan yemek, tatil, araba gibi paylaşımlarda bulunuyorsanız, bunu ne sıklıkla yapıyorsunuz?

Hiçbir zaman

Ayda 1 kez

Haftada 1 kez

Haftada birkaç kez

Günde 1 kez

Günde 1'den fazla

16- Alışverişe çıkmadan önce internet üzerinden sevdiğiniz bir markanın pazara sunduğu ürünlere bakıyor musunuz?

Evet

Hayır

17- Sosyal medyada yer alan içeriklerle ilgili yorum yazar mısınız?

Evet

Hayır

18- Sosyal medyalarda markalarla ilgili içerikler ve/veya yorumlar o markaya bakışınızda bir değişiklik yaratıyor mu?

Her zaman

Sıklıkla

Bazen

Nadiren

Hiçbir zaman

19- Severecek takip ettiğiniz bir ünlünün sosyal medya hesabında paylaştığı bir fotoğraftaki kıyafeti/saç şeklini/makyajı ne sıklıkla yaptırmak/satın almak istiyorsunuz?

Her zaman

Sıklıkla

Bazen

Nadiren

Hiçbir zaman

20- Kredi kartınız var mı? Varsa kaç tane var?

Hayır

1

2

3

4

Diğer (lütfen belirtiniz)

21- İnternet üzerinden herhangi bir ürün alışverişi yapıyor musunuz? Eğer yapıyorsanız, en çok tercih ettiğiniz ürünler nelerdir? (Yapmıyorsanız hiçbirini işaretleyiniz)

Hiçbiri

Giyim

Elektronik

Oyun

Kitap

Market Alışverişi

Diğer (lütfen belirtiniz)

22- Gittiğiniz lüks bir restoranda ya da yurtdışı ziyaretinizde yer bildirimi (check-in) yapar mısınız?

Her zaman

Sıklıkla

Bazen

Nadiren

Hiçbir zaman

23- İnternette gördüğünüz ve tavsiye edilen bir restorana gidip yemeklerini denemek ister misiniz?

Her zaman

Sıklıkla

Bazen

Nadiren

Hiçbir zaman

24- Sosyal ağ hesaplarınızda kendi isminizi mi kullanıyorsunuz?

Evet

Hayır

Bazılarında

25- Enformasyon teknolojileri aracılığıyla kişisel bilgilerinizin kayıt altına alınması ve kullanılması olasılığı olduğunu düşünüyor musunuz? (Kamera, internet, cep telefonu, kredi kartı)

Evet

Hayır

26- Sosyal Medya hesapları olan siyasileri takip ediyor musunuz?

Evet

Hayır

27- Sosyal Medya hesaplarından yapılan paylaşımlarda, özel hayatın gizliliğine aykırı olduğunu düşündüğünüz paylaşımlar var mıdır? (Yoksa, 'yok'u işaretleyip devam edebilirsiniz. Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

Yok

Restoran

Tatil

Sahip olunan ev

Sahip olunan araba

Kişisel eşyalar (yüzük, takı, kolye, telefon vb)

28- Sosyal Medya'nın toplumsal duyarlılık oluşturulmasında bir etkisi olduğunu düşünüyor musunuz?

Evet

Hayır

29- Sosyal Medya'da yer alan reklamlar dikkatinizi çekiyor mu? Eğer çekiyorsa aşağıdaki reklamlardan hangisiyle daha çok ilgilenirsiniz? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

Hayır

Tatil

Konaklama

Giyim/kıyafet/ayakkabı vb.

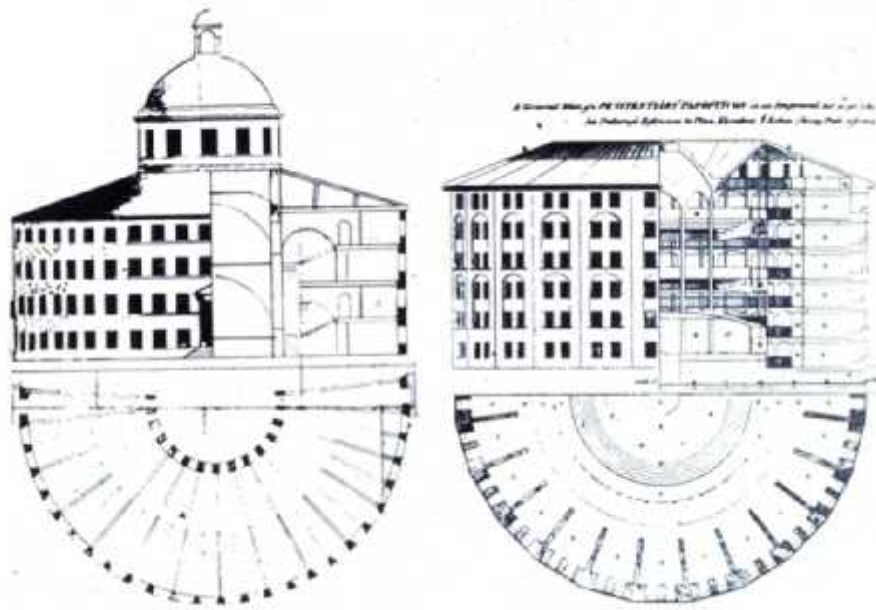
Yemek

Alkollü ürün

Emlak

Diğer (lütfen belirtiniz)

Ek 2 - Panoptikon Mimarisi



Jeremy Bentham'ın Panoptikon Hapishane Mimarisi



Jeremy Bentham'ın Panoptikon Hapishanesi

ÖZGEÇMİŞ

Çağdaş Öğüç, 1989 yılında Girne’de doğdu. İlköğrenimini Lefkoşa Şehit Ertuğrul İlkokulu’nda, orta öğrenimini ise Lefkoşa Türk Maarif Koleji’nde tamamladı. Kıbrıs’ın güneyinde bulunan Lefkoşa Üniversitesi, Grafik İletişimi Bölümü’nde lisans eğitimini tamamlamasının ardından 2014 yılında Yakın Doğu Üniversitesi, Radyo Televizyon Sinema Yüksek Lisans programında “İletişim Şekli Olarak Protest Müzik: Blues Örneği” adlı tezini yazarak mezun oldu.

Öğüç, Ekim 2018’de Yakın Doğu Üniversitesi Medya ve İletişim Çalışmaları Doktora programında “Gözetimin Toplumsal Meşruiyeti” konulu doktora tezini hazırlamış ve doktor unvanını almaya hak kazanmıştır. 2009 yılında Kıbrıs Postası İnternet Gazetesi’nde editör olarak, 2012-14 yılları arasında ise Dijital Yayınlar Müdürü olarak görev yapan Öğüç, şu sıralarda Kıbrıs Gazetesi’nin internet yayınlarının sorumlusu olarak görevine devam etmektedir. Öğüç ayrıca Yakın Doğu Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde yarı zamanlı olarak Yeni Enformasyon Teknikleri dersleri vermektedir.

Çağdaş Öğüç, 2013 yılında Basın Emekçileri Sendikası (Basın - Sen) tarafından her yıl geleneksel olarak verilen ‘Kutlu Adalı Basın Ödülleri’nde Yeni Medya alanında ödül almaya hak kazanmıştır.

Turnitin Orijinallik Raporu

İşleme kondu: 14-Eyl-2018 14:50 EEST
 NUMARA: 1001850367
 Kelime Sayısı: 25202
 Gönderildi: 1

Benzerlik Endeksi	Kaynağa göre Benzerlik
%9	İnternet Sources: %8 Yayınlar: %2 Öğrenci Ödevleri: %4

21. YÜZYIL BİLİŞİM ÇAĞI ÇERÇEVESİNDE
 GÖZETİMİN TOPLUMSAL MEŞRUYETİ: KIBRIS
 VE TÜRKİYE ODAKLI BİR İNCELEME Çağdaş Öğüt
 tarafından

1% match (17-May-2018 tarihli internet)

<http://www.iletisimdergisi.pazi.edu.tr/arsiv/35.pdf>

1% match (17-May-2018 tarihli internet)

http://www.smo.org.tr/ekler/dbf17031f5a9c1f_ek.pdf

1% match (31-Ara-2017 tarihli internet)

<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/357899>

< 1% match (25-Tem-2016 tarihli internet)

<https://www.madlabs.org/forum/soru-cevap/436693-post-modernizm-ve-post-yapısalcılık-nedir.html>

< 1% match (04-Haz-2015 tarihli internet)

<http://acikensim.aku.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2624/402163.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

< 1% match (30-Ağu-2018 tarihli internet)

<http://e-skop.com/skopbulten/seffaflik-toplumu/3358>

< 1% match (11-Kas-2015 tarihli öğrenci ödevleri)

Submitted to İnönü University on 2015-11-11

< 1% match (29-Tem-2016 tarihli internet)

<http://yebibukuk.blogspot.com/2014/01/gundelik-hayatir-gozetimi-panoptikon.html>

< 1% match (31-Ağu-2016 tarihli internet)

http://kamotav.blogspot.com/2015_09_01_archive.html

< 1% match (15-Ağu-2018 tarihli internet)

<http://www.vkp.org.cy/2017/11/kizil-vesil/skoloji/uzun-ekolojik-devrim-john-bellamy-foster/>

< 1% match (09-Haz-2015 tarihli internet)

<http://inet-tr.org.tr/inetconf11/bildiri/36.doc>

< 1% match (22-Ağu-2011 tarihli internet)

<http://www.iticu.edu.tr/kutuphane/dergi/s7/M00080.pdf>

< 1% match (18-Tem-2016 tarihli internet)

<https://es.scribd.com/doc/298449242/mekan%C4%B1n-dikotomis>

< 1% match (29-Ara-2017 tarihli öğrenci ödevleri)

Submitted to Anadolu University on 2017-12-29

< 1% match (18-Haz-2014 tarihli internet)

http://iletisimciviz.com/index_detay.asp?id=70&bolum=makale

< 1% match (01-Ara-2015 tarihli internet)

http://www.researchgate.net/publication/265172894_Elektronik_FORDİZM'DEN_FLEKİBİLE REJİMNE ÖZGÜN KAMU YNETİM ZERH THE EFFECTS OF TRANSFORMATION FROM FORDISM TO FLEXIBLE PRODUCTION REGIME ON PUBLIC ADMINISTRATION

< 1% match (08-Haz-2014 tarihli internet)

<http://ekitap.alternatifbilisim.org/files/turkiyede-dijital-gozetim.pdf>

< 1% match (01-Haz-2012 tarihli internet)

<http://www.sosyalhaklar.net/2010/bildiri/kalfa.pdf>

< 1% match (16-Oca-2017 tarihli öğrenci ödevleri)

Submitted to Erciyes Üniversitesi on 2017-01-16

< 1% match (yayınlar)

KÖKÇAKI, Faruk. "Bilgi Toplumu ve Türkiye". TÜBİTAK. 2003.

< 1% match (05-Ara-2015 tarihli internet)

<http://www.acikerisim.ege.edu.tr:8081/jspui/bitstream/11454/678/1/muratkaraduman2002.pdf>

< 1% match (yayınlar)

YANIK, Akan. "BİR SÜPERPANOPTİKON OLARAK YENİ MEDYA: YENİ MEDYA IŞIĞINDA GÖZETİMİN ELEŞTİRİSİ". Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi. 2017.

< 1% match (24-May-2015 tarihli internet)

http://www.iasstudies.com/Makaleler/323926817_48K%3b6ro%4%9fluCemileZehra-vd-913-936.pdf

< 1% match (06-Mar-2012 tarihli internet)

<http://mensa.org.tr/RegistrationPage.aspx>

**BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU**

17.04.2018

Sayın Doç. Dr. Fevzi Kasap

Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'na yapmış olduğunuz YDÜ/SB/2018/148 proje numaralı ve "21. Yüzyıl Bilişim Çağı Çerçevesinde Gözetimin Toplumsal Meşrutiyeti: Kıbrıs ve Türkiye Odaklı Bir İnceleme" başlıklı proje önerisi kurulumuzca değerlendirilmiş olup, etik olarak uygun bulunmuştur. Bu yazı ile birlikte, başvuru formunuzda belirttiğiniz bilgilerin dışına çıkmamak suretiyle araştırmaya başlayabilirsiniz.

Doçent Doktor Direnç Kanol

Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu Raportörü

