

ARAŞTIRMA MAKALESİ



Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

The Journal of International Social Sciences

Cilt: 29, Sayı: 2, Sayfa: 345-359, TEMMUZ – 2019

Makale Gönderme Tarihi: 30.04.2019 **Kabul Tarihi:** 23.05.2019

SOSYAL MEDYA YA DA ANLIK İLETİŞİMİN SOSYOLOJİSİ

Sociology of Social Media or Instant Communication

Metin GÜLTEKİN*

ÖZ

Bu çalışma, sosyal medya araçlarının sağladığı karşılıklılık ilişkisini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Sosyal medya modern iletişim araçlarının en son versiyonudur. Öteki iletişim araçları, kitle iletişim aracı olarak bilinmektedir. Kitle iletişim araçları bir merkezden çok geniş toplumsal hedeflere (kitleye) doğru enformasyon yaymaktadır. Modern toplum da yapısı gereği belli siyasal, ekonomik, kültürel iktidar odaklarına dayalı güç merkezli bir toplumdur. Oysa sosyal medya karşılıklı ve anlık iletişim olanağı sunan farklı bir işleyiş düzlemine sahiptir. Dolayısıyla kendine özgü ilişki biçimleri yaratarak modern tek yönlü ilişki kalıplarını bozacaktır. Sosyal medya veya anlık iletişim, kendi işleyiş doğasından beklendiği üzere ağ tabanlı bir sosyal sistem ve ben-odaklı bir birey tipi üretecektir. Bu, şeffaf bir ileti toplumdur. Yeni sistemde toplumun tarihsel, felsefi, siyasal, kurumsal ve kültürel derinlikleri çökecektir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya/Anlık İletişim, Karşılıklılık, Ağ Yapısı, Şeffaf Benlikler

ABSTRACT

This study aims to analyze the reciprocity relationship provided by social media tools. Social media is the latest version of modern communication tools. Other communication tools are known as mass media. Mass media disseminate information from one center to a much broader social objective (mass). Modern society is also a power-centered society based on certain political, economic and cultural power. Whereas, social media has a different functioning plane that provides mutual and instant communication opportunities. Thus, it will disrupt the modern one-way relationship patterns by creating unique forms of relationship. Social media or instant communication will produce a network-based social system and a self-oriented individual type as expected from the logic of its own operation. This is a transparent message society. In the new system, the historical, philosophical, political, institutional and cultural depths of society will collapse.

KeyWords: Social Media/Instant Communication, Reciprocity, Network Structure, Transparent Selves

Giriş

Modern; Latince “modo” ve “modernus” kelimelerinden türetilen bir kavramdır ve “şu an”, “hemen şimdi” anlamlarına gelmektedir. Modern olmak “geçmiş”e karşı bir tepkiydi. Modern toplum bu bakımdan kendisini “zaman” kavramı üzerine konumlandırmıştır. Değişen, ilerleyen, yeniye yönelen (Vattimo,2012:9); mekâna değil, zamana odaklı bir toplum. Doğa üzerinden edindiği bilgi aracılığıyla zamanı büzerek ve mekândan bağımsızlaşarak ileriye atılan, doğayı ve kendisini dönüştüren bir toplum. Bu müdahaleyi gerekli kılan aklın bizzat kendisiydi: Kendisini zaman ve mekânın üstünde konumlandıran rasyonel ve özgürleşimci insan algısı. Toplumsal anlamda modernlik, kendisini döngüsel/istikrarlı tarih/toplum anlayışı karşısında, insan/birey odaklı aklın egemenliğinde, sürekli yenilenen ve ilerleyen bir anlamla yüklemiştir. Gerçekliğe seyirci kalan, onu olduğu gibi bırakan bir yaklaşımla değil, zaman ve mekân üzerinde müdahaleci bir tavırla kendi egemen zamanını yaratan bir yönelim içine girilmiştir. Modernite kendisini *şu anda* konumlanmıştı; ancak pratikte akıl kendisini “toplumsal olanın düzeni” biçiminde olgusal/çevrimsel gerçekliğin

* Dr. Öğr. Üyesi, Fırat Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, ELAZIĞ.

e-posta: mgultekin@firat.edu.tr **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-1686-3073>

realitesiyle bağlamıştır. O artık kendisini bir idealin, rasyonel bir toplum oluşturma idealinin erekselliği içine yerleştirmiştir. Akıl şimdiden sonra kendisini bir sosyoloji, toplumsal düzenin sosyolojisi olarak konumlandırmıştır. Aklın, düşüncenin ve onun ürünleri olan teknolojinin, ekonominin, politikanın ve kültürün rasyonelleştirilmesinin güzergâhı olarak modern toplum *şu anı* hep geleceğe ertelemiş ve kendisini “düzen ve ilerleme” teleolojisi içine aktarmıştır. Modernite, *şu an’a* odaklanırken paradoksal olarak sonu *gelmez bir zaman* akıntısına yakalanmıştır. Modernliğin serüveni bu ilerlemeci yeni düzlemde seyreder.

Kendi ürünleri aracılığıyla yol alan modern toplum, diğer yandan kendi sonuçlarının sorunları ve riskleriyle de karşı karşıya kalmıştır. (Toplum ve) doğa bilgisiyle rafine ettiği doğadan uzaklaşan modern süreç, istemeyerek parçalamış olduğu bir zaman kavramı içine çekilmiştir. Modern toplum kendisini kendi yarattığı sistem (demir kafes) içine hapsedmiştir. Parçalanmış bir doğa ve parçalanmış/belirsizleşmiş bir zaman algısı içerisinde toplum ve birey gerçekliği de birbirinden ayrılmıştır. Öznesiz kalan toplumsal sistem, boşluğu soyut bir iktidarın oluşum koşulları altında tamamlanan bir yeniden üretim düzenine dönüşmüştür. Baudrillard’ın ifadesiyle, o artık artan bir ivmeyle için için patlayan bir toplumsal sistemdir (1998:104). Modernlik devingenliğini, değişimini, hızını buradan, bu büyük kapatılmadan (Foucault) almaktadır. Bu koşullar altında ontolojik olarak bir tarihsel düzlem (zaman oku) içinde yol alındığını ve zamanın *şu an’a* odaklandığını söyleyebilmek pek kolay görülmemektedir. Sadece kendi ürünlerinin itici gücü ile devinim gösteren ve sürekli hızlanan bir modern tarih görüyoruz. İnsanı zaman ve doğa karşısında merkezileştiren eğilim, bu eğilimin ürünlerinin merkezileşmesinin önünü açmış ve insanı kendi ürünlerinin (devlet, ekonomi, teknoloji, kültür...) tutsağı haline getirmiştir.

Sosyal medya, bu çalışmadaki nitelendirilmesiyle *anlık iletişim*, sosyolojik anlamda karşılıklılığı mümkün kılan bir alan yaratmıştır. Modern toplumun başından itibaren ilişkilerin tek yönlü olarak yapılandığı bir toplumsal düzen biçimi olduğu göz önüne alınırsa, bu değişim, devrimsel bir dönüşümdür. Modernite tek yönlü karakterini alternatifi olduğu, karşılıklılık ilişkilerinin egemen olduğu geleneksel düzeni yikarak gerçekleştirmişti. O artık iktidarın, bürokrasinin, üretimin, tüketimin ve kültürün (sonra anlaşıldı ki aklın da) tek yönlü olarak yapılandığı bir toplumsal sistemdi. Modern toplumun temel problemi bu yapıda yatmaktadır. Modern sosyal teori (kendisi de onun bir parçası olarak) bu problemi çözme uğraşısı içinde olmuştur. Yeni sosyal ve teknolojik değişimler, bir yandan yeni toplumsal/teorik görünümeler doğurmuş, bir yandan da tek yönlülük ana problemi sorun olarak hep varlığını korumuştur. Oysa –hem karşılıklılığa hem de aynı anda gerçekleştirilebilmeye imkân verdiği için bu şekilde nitelendirdiğimiz- anlık iletişimin gelişimi ve yaygınlaşması, sağladığı karşılıklılık koşulları dolayısıyla adeta tüm eski teorik bakış açılarını anlamsızlaştırmış ve yerinden etmiştir. *Şu anda* karşılıklılığa dayalı bir iletişim platformu ortaya çıkmıştır. Bu gelişme bir yandan modernliğe içkin gizli ana problemi aşmak için bir imkân sağlarken diğer yandan da ne ölçüde yeni ve ne ölçüde yeterli bir sosyal ilişkiler düzlemi sağlayıp sağlayamayacağı hususunda yeni bir teorik sorunsal başlatmıştır.

Bu çalışmanın tezi, içine girdiğimiz anlık iletişimin, bireysel benliğin merkezine doğru odaklanan modern gelişmelerden bağımsız olmadığı ve fakat onunla niteliksel bir biçimde ayrılan ve özellikle anlık iletişimin karşılıklılık prensibinin yepyeni bir sosyolojik zemini ifade ettiği yönündedir. Bu konuda bir sonuç alabilmemiz için anlık iletişimin tarihsel konumuna ve oradan da onun doğasına yönelik bir analize odaklanmak kaçınılmaz olacaktır.

Elbette ki sosyal medya ya da anlık iletişim süreçlerinin içeriği, bütünüyle, bu çalışmada üzerinde yoğunlaştığımız biçimiyle sınırlı değildir ve içinde bulunduğumuz toplumsal sistem de sadece anlık iletişim düzeninin doğrudan yapılandığı süreçlerden ibaret değildir. Ancak çok açık olarak anlaşılmaktadır ki, yeni bir ilişki biçimi ile karşı karşıyayız. Ve her yapılanmış baskın ilişki biçimi, kendine özgü bir mantık içinde işler ve öteki süreçler üzerinde dönüştürücü bir etki yapar. Bu çalışma ağırlıklı olarak bu etki biçimini, anlık iletişimin kendine özgü mantıksal işleyişi bakımından ele alacaktır.

Modern Toplum ve Modern İletişim

Aklın yapılandığı modern toplum birey kavramı üzerinde merkezileşmiştir. Özgür birey modern toplumun en temel hedefidir. Özgür birey, her türlü dogmatik fikirlerden uzaklaşmış, toplumsal bağların baskısından bağımsızlaşmış, aristokratik iktidar süreçlerine karşı güçlenmiş bireydir. Özgür birey yine ancak özgür bir toplumda var olabilir. Bireyin toplumda özgürleşebilmesi, bağımsız bir varlık haline dönüşmesi bir bilincin yanında bir yandan da toplumda onu güçlendirecek mekanizmaların ve araçların yaygınlaşması ile mümkündür. Gelgelelim bu araçların yaygınlaşması, öte yandan bireyler üzerindeki dışsal süreçlerin güçlenmesine ve egemen hale gelmesine kapı açmaktadır. Teknoloji toplumu, bürokratik toplum, kapitalist toplum, hatta tüketim toplumu dediğimiz olgular bu gerçeğe işaret etmektedir.

Bunun göstergelerinden birini de, bir enformasyon üretim aracı olarak matbaanın ve öteki kitle iletişim araçlarının etkisinde görmekteyiz. Matbaa modern toplumun oluşumunda önemli bir etkiye sahip olmuştur (Thompson,2008:86). Özgür bireyin oluşumunda, modern temelli bir kamusalılığın yapılanışında matbaa temel bir etkiye sahip olmuştur. Fakat matbaa öte yandan da bilginin tekelleşmesinde, merkezi iktidarın güçlenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Devamında basın yayın faaliyetlerinin yaygınlaşması, ardından telgraf, telefon, radyo ve nihayet televizyon gibi yeni elektronik kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, yine aynı anda toplumun ve siyasal alanın demokratikleşmesinde, bireyin güçlenmesinde ve bilginin ve iktidarın merkezileşmesinde, kapitalist ekonominin gelişmesinde büyük rol oynamıştır. Günümüzde kitle iletişimi teorilerinden söz edildiğinde ilk akla gelen onların devlet, kapital, kültür gibi merkezi güç odaklarına doğrudan ya da dolaylı katkısı bağlamında yapılan yorumlama biçimlerinin yaygınlığıdır (Özçetin,2018, Yaylagül,2008, Mutlu,2005).Bu tek kutupluluk elbette ki, toplumsal ve iletişimsel karşılıklık açısından sorunsaldır. Böyle bir toplumda toplumun kendisinin, kaynaklarının ve bu kaynaklardan yararlanan bireylerin ne ölçüde *gerçek ilişkilere* muhatap olduğu sorgulamaya açıktır.

Modern toplum da bir evrim süreci içerisinde dönüştürerek ilerlemiştir. İlk olarak, baştaki siyasal örgütlenmeler, sanayi devriminin ilk etkileri ve iki kutuplu (sınıflı) ekonomik temelli kapitalist ilişkiler, Dahrendorf'un özel olarak vurguladığı üzere, zamanla sermayenin alt sınıflara yayılmasıyla dönüşüme uğramış; oluşan orta sınıfların yaygınlaşmasıyla, hizmet sektörlerinin ve uzmanlık alanlarının öne çıkması, kapitalist mülkiyetle yönetimin ayrışmasına yol açmış, dolayısıyla klasik modern toplum sektörel genişleme altında önemli yapısal dönüşümler yaşamıştır (Poloma,1993). Sonra, ürün bolluğunun artışı ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve daha sofistike hale gelmesi modern bireye zaman içinde daha fazla alan açmıştır. Bunun sonucunda, çalışma disiplininin, katı siyasal ve bürokratik örgütlenmelerin ve ideolojilerin yerini bireyin ve bireysel tercihlerin öne çıktığı, özellikle tüketici tercihlerinden kaynaklanan kültür odaklı dönüşümler almıştır. Tüketici eğilimlerinin merkezileşmesi, çoğu kişi tarafından düzen fikri yerine kültür, akıl yerine arzu temeline dayalı yepyeni bir döneme, modern sonrası postmodern bir döneme (Featherstone,1996)geçiş işareti olarak görülmüştür.

Böylece sistem odaklı meta anlatılar çağı sona ermiş, minimal düzeydeki ilişkiler sisteme egemen olmuştur (Lyotard,1990). Bu süreci belirleyen iki ana unsur, ürün bolluğunun yeni insan ilişkilerinde temel teşkil etmesi ve özellikle kitle iletişim araçlarının bu ilişkileri kültürel olarak yeniden üretmesi olmuştur (Vattimo,2012:9). Kısaca endüstri ve endüstrinin ürettiği ürünler ve kitle iletişim araçları ve onun ürettiği enformatik ürünlerden oluşan *araç/imağ yoğun* bir düzen ortaya çıkmıştır.

Tüketim kültürü, kültürel özelliğini, yabancılaşmış bir emeğin sonucu olarak üretilen ürünlerin fetişist doğasının (Gültekin,2006.268)ve kitle iletişim araçları yoluyla ürünlere özgü üretilen imajların kesişimini (Baudrillard,1997.146-147) ifade eder. Tüketim kültüründe bireylerin kendi tercihleri belirleyicidir. Ayrıca tüketim kültürü satın alma süreci bakımından ekonomik temelli bir toplum, ürünlerin kullanım amaçları bakımından iletişim temelli bir toplumdur. Bu açıdan her

tüketim nesnesi imaj değerleriyle yüklü bir gerçekliktir ve imaj değerleri bakımından kullanımı onu sosyal bir varlığa (Woodward,2016)dönüştürmüştür. Bu noktada bir ürünün nesnel tüketimi ile iletişim sistemlerinden yayılan iletinin/mesajların tüketimi arasında bir eşzamanlılık kendini gösterir.

Modern toplum varlığını sürdürmek için üretilen ürünlerin tüketimine ihtiyaç duymaktadır. Kitle iletişim araçları ise, ürün bolluğunun yaşandığı koşullarda tüketilen nesnelere imaj değerlerinin yükseltilmesi adına yoğun bir baskı oluşturmaktadır. Enformasyon üretiminin nesne üretimine kıyasla kolaylığı ve bolluğu, doğal olarak imgenin nesne karşısında aşırı artışına neden olacaktır. Kitle iletişiminin merkezi ideolojik doğası gereği, toplumsallığın aktörleri olan bireyler açısından fonksiyonel bir anlamı bulunmamaktadır. Aksine, Sennett'in ifade ettiği gibi, kitle iletişim araçları "insanların bilgi birikimlerini olağanüstü arttırırken, karşılıklı fiili bağ kurmayı gereksizleştir" (1996:352) mekte, dolayısıyla insanlar üzerinde disfonksiyonel bir etki yapmaktadır. Kitle iletişim araçlarından yansıyan enformasyonun fonksiyonel etkisi daha çok insanların muhatap olduğu nesnelere ya da nesnelleştirdiği şeyler üzerinedir. Enformasyon bolluğu nesnelere kopya/simülakr değerlerini çoğaltarak toplumsal sistem üzerinde baskı oluşturmaktadır. Baudrillard bu durumu "(kitle) iletişim araçları toplumsallaşmayı sağlamaya yönelik araçlar değil, toplumsalın kitleler içinde için için kaynamasını sağlayan araçlardır" (1998:104) diye ifade etmiştir. Böylece gerçeklik yerine gerçekliğin imajına dayalı simülasyon değeri sisteme hakim olmaktadır. Bu durumda Vattimo'ya göre, artık "bizler için gerçeklik, daha çok birbirleriyle rekabet halindeki ve 'merkezi' bir eşgüdümü olmayan kitle iletişim araçları tarafından dolaşıma sokulan bir imgeler, yorumlar ve yeniden inşalar çokluğunun kesişmesinin... sonucu" (2012:15) olarak yeniden üretilendir. Bu biçimde kapalı modern sistemde yoğunlaşma giderek artmaktadır ve yoğunlaşma daha çok, enformasyon/ileti süreçlerinin baskısı altında artmaktadır. Adeta süreç, kapalı sistemin, iletişim kanalları üzerinden ileti baskısı aracılığıyla delinmesini gerektirecek koşullara hazırlanmaktadır. Vattimo'ya kulak verecek olursak; "Gelgelelim, enformasyon 'pazarı'nın işleyiş mantığının, bu pazarın sürekli yayılmasını gerektirdiği ve dolayısıyla hangi yoldan olursa olsun 'her şeyin' bir iletişim nesnesi haline gelmesini talep ettiği gerçeği gün gibi ortadadır" (2012:14). Her şeyin pür iletişim nesnesi haline gelme talebini, yeni bir iletişim modeli olan sosyal medyanın sağladığı anlık iletişim süreçleri, üstlenmeye aday görünmektedir.

Anlık İletişimin Mantığı

Kitle iletişim araçlarının gelişimi sürecinde internetin ortaya çıkması çok büyük bir etki oluşturmuştur. Dünya ölçeğinde iletişimin, çok kısa zamanda yazılı, sesli ve görüntülü olarak yapılabilmesi (web 1.0) çok büyük bir gelişme olarak karşımıza çıkar. Ancak daha önemlisi, yine web tabanlı olarak çalışan sosyal medyanın (web 2.0) ortaya çıkışıdır. Sosyal medya, şimdiye kadarki bütün modern iletişim sistemlerinden farklı olarak aynı anda ve karşılıklı iletişim olanağı sunan katılımcı ve paylaşımcı bir iletişim sistemi olarak ortaya çıkmıştır. İşte bu *karşılıklı* ifadesi sosyal medyayı kendine özgü kılan, fakat sadece bu değil, bütün modern *asimetrik* toplumsal parametreleri adeta yerle bir eden ve dönüştüren bir temel yaratmaktadır. Çok kısa zamanda sosyal medya hızlı bir biçimde gelişmiş ve sosyal teorinin büyük bir dikkatini üzerine çekmiştir ki bu da kaçınılmazdır. Zira artık sosyal medyanın toplumsal rolü hesaba katılmadan hiçbir teorik bakış mümkün olmayacaktır.

Fakat sosyal medya "sosyal" midir? Değilse nedir? Sosyal medya, *sosyal* değil, *bireyseldir*. Adı geçen *sosyal* sanıldığı gibi *sosyal* değil, bir *ağ* (Lovink,2017:39) demektir. Sadece eski bir kavram üzerinden yeni bir gerçeklik olarak *ağa* gönderme yapılmaktadır. Oradaki *sosyal*, *bireyler arasındaki ağ* demek ya da bireylerin *ağ* üzerinde olması, *ağa* bağlı olması demek. *Ağ ilişkilerinin* kesiştiği bir yer/noktada bulunmak demek. *İleti* akışının var ettiği bir *ağda*, diğerleriyle ileti *alışverişinin* gerçekleştirdiği bir yerde bulunmak demek. Ağ biçiminde yapılmış ileti alışverişinin *o anı*; *o an* da *ağ* içinde hızla akan *iletinin* zaman ve mekândan bağımsız konumu demek. Burada birey, ileti akışı süreci içinde, alıcı ve gönderici biçiminde sürecin *mekâmı* olarak somutlaşan bir *terminal-aktördür*. Bu bağlamda klasik anlamda bir birey, toplum ya da toplumsal ilişkiler bulunmamaktadır. Hızlı aktarım sürecinde birey, bir aktör olarak, ancak kendi benlik dünyasına ilişkin potansiyelleri açığa vuran bir kişidir. Hızlı akış, sürecin bir parçası olma eğilimindeki bireyin, öz-benliğinin

kullanımını/açığa vurumunu gerektirir. Çünkü değişim değeri, dolaşım ve akış karşısında artık tek bir *kullanım değeri* kalmıştır: o da insanın kendi gizli öz dünyası, yani *benliğidir*. Ağ düzeni toplumsal referanslara ihtiyaç duymaz. Benliği açığa vurma eylemi artık kişi için aktör olmanın/var olmanın bir gereğidir. Benliği açığa vurma eylemi ya da bu biçimde iletişimde, bağ kurmada, paylaşımında bulunma eğilimi, artık bir göndergeye ya da göstergeler sistemine dayalı olmayacaktır. Dolayısıyla o, döngüsel sitemin ihtiyaç duyduğu *ileti* ya da *iletiler sisteminin* bir parçası olma biçiminde kendini açığa vuracaktır. Burası semiyolojinin bittiği yerdir. Yeni sistem, üretim ya da tüketim süreçleriyle değil, *akış halindeki iletilerle* çalışacak ve sadece *iletilerin akışına* ihtiyaç duyacaktır. Şimdi bunları biraz açalım.

Sosyal medya, uzaklığı ortadan kaldırmasıyla mekân, süreyi ortadan kaldırmasıyla da zaman kavramını ortadan kaldıran (yutan),uzaktaki insanların *aynı anda* dolayısıyla *karşılıklı* iletişim imkânı sunan teknik bir platformdur. Doğal iletişimden en büyük farkı gerçek kişilerin yüz yüze iletişim kuramamasıdır. Yüz yüze iletişim, iletişimsel bir varlık olan kişiler arasında gerçekleşmektedir ve onların oluşturduğu bir sistematik olarak toplumsal gerçekliğin bütünleşik verilerinden beslenmektedir. Bu anlamda (sosyal) iletişim, bireyleri birbirine bağlayan, aynı zamanda toplumsal dayanışmayı ve toplumsalı güçlendiren bir yönelim içinde işler. Yüz yüze iletişim, karşılıklı duyguları, deneyimleri, sembolleri, ortak yaşam koşullarını, ahlaki yüzleşmeleri ve daha önemlisi toplumsal kolektif ortaklaşalık algıları gibi bir seferde (belki hiç) ifade edilemeyecek kompleks gerçeklikleri içinde barındıran bir süreçtir. Sosyal iletişim, bireyin iç (benlik) dünyası, ötekilerle kurduğu iletişimsel dünyası ve toplumun kolektif (sembolik ve maddi) birikimi arasında (ağı içinde) gerçekleşir. Sosyal medya, birden çok kişi arasında aynı anda iletişim kurulmasını sağlayan bir sistem olsa da saydığımız boyutlar bakımından sosyal yönü yetersiz bir iletişim sürecidir. Bu bakımdan sosyal medyanın sosyal yönünden çok, pek çok kişiyle *aynı anda* ve *karşılıklı* gerçekleşebilme özelliği daha ağırlıklı bir vurgu olarak öne çıkmaktadır. Bu yüzden “sosyal medya” ifadesini “anlık iletişim (sistemleri)”¹ biçiminde kavramsallaştırmak daha doğru bir nitelendirme olacaktır.

Anlık iletişim, sosyal olma yönü düşük, ancak hızı ve geniş bir ağ olma yönüyle güçlü ve nihayetinde araç dolayımı bir iletişim sistemidir. Kitle iletişimi de çok hızlı ancak öteki modern yapılarda olduğu gibi, tek yönlü bir işleyiş doğasına sahiptir. Bu açıdan kaçınılmaz olarak ideolojik ve yönlendirici etkilere sahiptir. Ama yine de, iletişimin, *karşılıklı* iletişim mantığına yaslanan sistematigiinden mahrum olsa da, ideolojik de olsa bir *toplumsallığa* gönderide bulunmaktadır. Anlık iletişim, modern kitle iletişim sistemlerinin kronik sorunu olan tek yönlülüğü aşmayı başarabilmiş, karşılıklılık koşullarını sağlayan bir sistemdir. Fakat modern toplumun ve kitle iletişim düzeninin yapılandığı bir toplumsal ilişkiler yapısı üzerine yerleşmiştir. O kitle iletişiminin çözdüğü serbest haldeki bireyleri yeni bir mekanizma olarak yukarıdan birbirine bağlamıştır. Kendisi de bireylerin ve toplumun kolektif koşullarından büyük oranda yalıtılmış, *saf* bir iletişim akışı düzenine sahip olduğu için bireyler arasında sağladığı *karşılıklılık* derinliği olan bir toplumsallık biçiminde değil, *ağ* biçiminde yapılanmıştır. Buna karşılık kitle iletişim araçlarında olduğu gibi çok hızlı iletişim sağlayabilmektedir.

Anlık iletişim köklerini bir toplumsal kaynaktan almadığı gibi bir toplumsal bütünleşmeye yönelimli de değildir. Kitle iletişimi bir toplumsal kolektiviteden değil bir iktidar biçiminden gücünü alır ve bireyler arası toplumsal bağları zayıflatarak, onları bir kitle olarak iktidarla kaynaştırır. Kitle iletişimi sürecinde de birbirinden ayrışan bireyler, iletişim araçlarının ve genel sistemin olanaklarından yararlanırken aynı anda kendi gizil güçlerini, taleplerini arzularını, kimliklerini, benliklerini açığa vururlar. Sosyal medya ne bir kolektiviteden beslenir ne de yeni bir toplumsallığa yönelir. O ağ biçiminde örgütlenmiştir. Dijital teknik altyapıya sahip bir araçtır. Dünya ölçeğinde yaygınlık gösterir. Kişiler arasına gerçekleşir. Kişilerin katılımıyla beslenir. Karşılıklılık mantığıyla işler. Anlık olarak gerçekleşir. Böylece kitle iletişim araçlarının katalizörlüğü altındaki postmodern toplumun nesnelere gönderide bulunan talep, arzu, kimlik gibi kavramlarını da işlevsiz ve anlamsız

¹ “Instagram” isminin ilk heceleri de İngilizce *instant* (anında) sözcüğünü ifade eder.

hale getirir. Geriye birey için, dış dünyaya dönük hiçbir göndergesi olmayan, kendi gizil gücü olan benlik süreçlerini kullanmaktan başka bir seçenek bırakmaz. Bu, mutlak bir şeffaflaşma durumudur. Ancak gelgelelim birey anlık iletişim sürecinde içsel dinamiklerini özgürce kullanmaktan çok, bir girdap etkisi yaratan dışsal ileti akış süreçlerinin baskısı altında eylemede bulunur.

Anlık iletişim sistemi, bir ağ üzerinde işleyen, kişilerin ağı bir yerinde ona eklemledikleri, büyük oranda anonim paydaşları arasında anlık olarak mesaj paylaşımı yaptıkları bir iletişim düzenidir. O, yukarıda vurgulanan kendine özgü özellikleri bağlamında değerlendirildiğinde yeni bir ilişkiler biçimi olarak, yeni bir toplumsal ilişkiler sisteminin kurucusu olacak potansiyelleri içinde taşımaktadır. McLuhan'ın *araç mesajdır* prensibi, anlık iletişim sistemleri üzerine uygulandığında onun bu *kendine özgü* özelliğinin, belirleyeceği kendine özgü bir ilişkiler yapısı üzerinden, öteki toplumsal süreçleri de dönüştürerek yeni bir toplumsal sistem yaratacağını kestirebilmek mümkündür. Ağ temelli bu yapısal alan, öncelikle içinde belirli reel ilişkileri ve bir merkeziliği barındıran yönetim, üretim ya da tüketim gibi sınıfsal değil, potansiyel olarak bütün insanları ayrımsız dahil eden, birbirine bağlayan ve üstelik insanların iletişim kurma doğal ihtiyaçlarından beslenen, dolayısıyla yaygınlaşma eğilimi yüksek bir düzlemdir.

Funk, kendisinin dijital teknoloji ve elektronik medya dediği anlık iletişim araçlarının ben-odaklı ilişkiler sisteminin oluşumundaki rolünü şu maddelerle özetlemiştir (2007:44-46). Benlik açısından anlık iletişim sistemleri sayesinde;

- 1) *Mekânın ve zamanın sınırları silinmekte ve onlardan bağımsız hareket edilebilmektedir.*
- 2) *Gerçeklik yeniden, başka türlü ve daha iyi ve istenildiği bir biçimde yaratılabilmektedir.*
- 3) *Kendisini başkalarına (toplumsallığa) bağımlı olmaktan kurtarmakta ve sadece kendi istediği kişilerle bağlantı kurmasını sağlamaktadır.*
- 4) *İnsan toplumsal belirlenmişlikten ve zorunluluklardan kurtulabilmekte kendi kararları doğrultusunda kendini gerçekleştirebilmektedir.*
- 5) *Herkes sabit bireysel belirlenmişlikten kurtulmuş olarak kendi benlik dünyasını üretebilmektedir.*

Böyle bir toplumda anlık iletişim nedir? Nasıl bir iletişimdir? Bireyler burada ne tür bir iletişim kuruyorlar? Hangi motivasyonlarla iletişim kuruyorlar ve iletişimin hedefi nedir? Sosyal medya diye nitelendirilen süreç her şeyden önce *anlık iletişimdir*. Anlık iletişim, bireyleri sürekli kendilerini ifade ettikleri, sürekli dolaşıma açtıkları, sürekli "açtıkları" bir süreçte işler. "Böylece insan çevreyle olan ilişkisini kendine özgü üzerine kurmaz ve kimlik yaşantısında kendine özgü ne arar ne de hisseder. Artık burada önemli olan özgürce üretilmiş bir dünyanın *arzu*, erişim ve öz yaşantı açısından da *arz* edilmiş bir yaşantı dünyasının kullanımıdır" (Funk,2007:64). Arza karşı arz... Mutlak karşılıklılık ve anlık katılım... "Çevre" bu süreçte kişinin kendisiyle beraber sürekli yeniden tanımlanır, şeffaflştırılır. Benlik derinliklerini yitirmiş, sürekli çevreye/akışa odaklı, onun parçası olma hedefini amaç edinmiş bir *iletiye* dönüşmüştür.

Anlık iletişim, iletişim mi yoksa bir devinim midir? Anlık iletişim bir ağ biçiminde yapılanmıştır. Ağ sürekli iletilerin devindiği bir sitemdir; aynı şekilde iletilerin sürekli devindiği bir yapı ancak bir ağ sistemi olabilir. İletiler merkezi üretim ve denetim alanından çıktığı gibi, onun olanak sağladığı ya da yapılandığı süreçte bireyler de toplumsal denetim ve bağ sisteminden koparak iletişimin ağ sisteminin bir parçası olarak bütünleşmişlerdir. Bireyi karakterize eden en temel özellik artık akış halindeki ileti sistemine katılımdır. Bu noktada Virilio'nun ifadesiyle "hiçbir şey gerçekleşmemekte, her şey geçmektedir" (2003:20). Artık sinyallere karşı tepki vardır. Üretim araçlarının devingenliği nasıl üretim yapmaya zorluyorsa, iletişim araçlarının devingenliği iletişime katılmaya zorluyor. Bu iletişim yapma/kurma değil, iletişime/şölene katılmadır. Nesne tüketiminden veri paylaşımına... Böylece modern toplumun sistemden özneye, öznedenden kendisini tümüyle kattığı bir sistemde, kendisini açma yoluyla merkezileşen benliğe doğru kişinin tekil varlığına yönelen yolculuğu doruğuna ulaşmış olur. İnsan ağ sisteminin bir unsuruna dönüşmüştür. Dijital teknoloji ve elektronik medyanın belirlediği postmodern ben-odaklı insanın psikanalizini yaptığı eserinde Funk şu ifadelerle yer verir: böyle bir sistemde kendisini çevreleyen "sınırlarından kurtulmuş bağımsız bir

özne anlamında bir özne olma yetisinin ve yaşantısının yokluğu pek çok yazar açısından postmodern benlik yaşantısının önemli bir göstergesidir. Hans-Joachim Busch postmodern özne yaşantısını ele alan pek çok yazarın görüşünü “Nicedir özne değil, çok sayıda ağın iç içe geçtiği bir terminaliz” ifadesiyle özetlemiştir. Elisabeth List de postmodern öznelerin ayırıcı özelliğini göstermek için “Terminal bedenler” kavramını kullanmıştır.”(Funk,2007:59)

İletişim mi, devinim mi sorusuna yeniden dönecek olursak, anlık iletişim toplumunda iletişimin bir devinim haline dönüştüğünü söyleyebiliriz. Her şeyin *o ana* sıkıştığı yerde zaman da yok olmuştur, toplumsal uzam da. Dolayısıyla iletişim ve bilinen anlamıyla birey de... Şu bir gerçektir ki; süreç içindeki tüm her şey, *o anda* düğümlenmiştir ve her şey ağırlıklı olarak *o anda* gerçekleşmektedir. *O an*, tüm toplumsal bağlamı çözmüştür, içine almıştır ve yeniden üretmektedir. Hiçbir yapıya, yapısal bağlama tekabül etmeyen bir alan yaratmıştır. Her şeyin *o an* yok olduğu ve var olduğu dinamik bir bağlam. Bu alanda birey, somut ötekinin olmadığı bir dünyada koşulları tümüyle kendi yaratıcılığıyla var ettiği bir dünyanın kahramanıdır. Ve orada kendinden taleplerle kendi hayallerinin herhangi bir sınırla sınırlandırılmadığı mutlak bütünleşmenin gerçekleştiği *an* yaşar. *O an* sadece akışa dönüşmüş yeni bir sosyal gerçeklik olarak *iletiyi* ifade eder. Modern tarih boyunca deforme edilen sürecin ardından *İletiyi iletişim yapan içerik* artık bütünüyle çökmüştür. İletişim sadece ileti paylaşımı değildir. “Debord da “topluluk” ile “iletişim” kelimeleri arasındaki bağı vurgular”: Ona göre “iletişim mesaj iletimi değil, bir bakıma paylaşma ethosudur” (Crary,2015:117). Anlık iletişim bireyleri, araçları ve olguları yutarak sistemi bütünüyle akışa ve *veriye* dönüştürmüştür. Bireylerin her an yarattığı ve yaratıldığı bir süreç. Orada Durkheimvari anlamda sosyal olgular erimiştir. Sistem artık bir enerji alanı, bir devinim alanı olarak yapılanmıştır.

Sosyal medya, bireyleri sürekli kendilerini ifade ettikleri, sürekli kamuya, “açtıkları” bir süreçte işler. Bireyler sosyal medyaya sosyal oldukları için ve sosyalleşmek istedikleri için katılırlar. Ancak karşılarında kendilerinin sosyalleşecekleri bir toplum bulamazlar. Onlar toplum diye kendilerini anonim bir boşluğa bırakırlar. Anlık iletişim sistemleri bir ağ yapısı üzerinde fiili olmayan eylemler alanı (mesaj dolaşımı) tesis etmiştir. Ağ yapıları bu sistemin bir odağı bulunmamaktadır, ancak birey sistemin üretim kaynağıdır. Onlar sadece doğal eğilimleri gereği iletişim sürecine girer ve mevcut platforma can verir, çalıştırır. Modernlik toplumsallıktan yalıtılmış bireye odaklıydı. Akabinde gelen anlık iletişimdeki toplumsal bağlamdan kopmuş iletişimin karşılıklılık teması, bu yüzden kaçınılmaz olarak bireyin benliği üzerine merkezleşmiştir. Bu karşılıklılık toplumsal bir düzlemde dağılamaz. “Bilmen ve bilinmen gerek” (Niedzviecki,2010:11) buyruğunca yapılanmamış bir sistemde atom-bireylerde kolonize olur.

İleti üreten ve paylaşan birey anlık iletişim sürecinde kendi antropolojik gerçekliğinin en arı ve en aktif fakat ütöpik noktasına savrulmuştur. O, iletişim kuran insan doğasıdır. Bu birey, toplumsal normlar gibi, ahlaki bağıntılılıklar gibi, üretim süreçleri gibi ve statü tabakalaşması gibi tüm kısıtlayıcı unsurlardan bağımsız, salt iletişim kuran bireydir. Birey anlık iletişim süreçlerinde sadece iletişimde bulunma kendi öz doğasıyla baş başadır ve olabildiğince özgürdür.

Bu bakımdan tam sınırsız bir sürece, yine birey tarafından talep edilen sınırsız iletişim eğilimleri ile karşılık verilmektedir. Burada birey açısından en az meşakkatli, fakat en ilginç gelen kazanımlar söz konusudur. O yüzden yine birey için “siber dünya” “*in*”dir, çünkü yaratılan dünya reel gerçeklikten daha gerçek ve daha hoştur” (Funk,2007:34). İnsan eğilimlerinin bu yöne yönelmesinin bu bakımdan özel bir anlamını bulunmaktadır. Birey sürece katılmak isteyecek, paylaşmak isteyecek ve kendisini bu biçimde ifade edebiliyor olacaktır. Onun kendisini ifade etme isteği, kendi benliğinde var olan geniş potansiyellerden, onları açığa vurma arzusundan kaynaklanır. “Burada önemli olan, kişinin kendisinin belirlediği bir tarzdaki ben-odaklı bir dünya üretiminden keyif almasıdır.” (Funk,2007:51).Ancak “ilginçtir, benliğin... kendine gömülmesi benliğin gereksinimlerinin tatminini engeller” (Sennett,1996:22) ve paylaşım düzenine daha çok bağlanma isteği bakımından onu kıskırtır. Kişiyi daha çok dış dünyaya yönlendirir ve kendinden uzaklaştırır. Bu durum, anlık iletişim düzleminin benlik dünyasında yarattığı kendine özgü diyalektiği ifade eder. Funk’un işaret ettiği üzere, “Postmodern ben-odaklı karakter.., benlik ve kimlik yaşantısını daha çok, kendisi olma

ve kendine özgülüğün göstergelerinden gitgide uzaklaşarak kurmaktadır. Yaşantıları deyim yerindeyse gökten zembille inmektedir, saf bir kendini yaratmadır veya Edith Frank-Rieser'in eleştirel ifadesiyle "kronik bir kendini icat" sürecidir" (2007:59).

Anlık İletişimin Sosyolojisi

Akışkan Modernite isimli eserinde Bauman (2017), "anlık hayat" kavramından hatta Anındalık Çağı'ndan söz eder. Buna göre yeni bir çağa girmiş bulunmaktayız ve bu çağı karakterize eden şey, *an*'a odaklılıktır. Artık hızlı akış teknolojilerinin yarattığı bir kültür olarak *şu an*'ın dünyasında yaşıyoruz. Bauman bu kavramsallaştırmasını örneklendirirken Richard Sennett'in dünya liderlerinin Davos'ta gerçekleştirdiği toplantılara dair gözlemlerinden yola çıkar. Sennett burada Rockefeller ve Bill Gates'in ekonomik stratejilerine dikkat çeker. Buna göre Rockefeller, petrol kuyularına, binalara, makinelere veya demiryollarına uzun süre sahip olmak isterken; Gates, değişik zamanlarda tek bir işle uğraşarak bir felçli gibi yaşamak yerine, bir olasılıklar ağı içinde konumlanmayı tercih ettiğini ifade etmişti. Gates, kendi ürettikleri de dahil hiçbir şeye bağlanmamaya veya kendini uzun süreliğine hiçbir şeye adamamaya özen gösteriyordu (2017:186-187). Gates'i bu tutuma götüren şey, her an yenilenen ve ya yenilenmesi gereken dijital teknoloji üretimiyle meşgul olmasıydı. Dijital teknolojilerin dinamik doğası, çevrimsel mantık gereği üretim yakasında olduğu gibi kullanım yakasında da benzer zaman ve mekan algısını kaçınılmaz kılacaktır. Hız ve akış muhatapları için değişken/oynak bir dünya algısına yaratır.

Günümüzde zaman, saatler, dakikalar, hatta saniyeler olarak bile ölçülüyor. Artık mikrosaniyeler zamanımızı belirlemektedir. Ancak zamanımızı belirleyen şey salt hız değildir. Evet, hız bizi en kısa zamanda yapılabilir şeylere, *neredeyse şu an*'a yaklaştırır. Oysa zamanımızı belirleyen şey hız değil, karşılıklıdır. Ancak 'karşılıklı' muhataplarımızla kesişmiş *aynı an* olarak bizi tam olarak reel bir *şu an*'a taşıyabilir. *Şu an*'ı mümkün kılan, aynı zamanda da karşılıklılığı mümkün kılan sosyal medya ya da anlık iletişim teknolojileridir. Bauman'ın Anındalık Çağı diye isimlendirdiği şey, bu bakımdan tam olarak yüksek düzeyli dijital teknolojiye dayalı anlık iletişim sistemlerinin yaygınlaştığı günümüz dünyasını ifade eder.

Fiziki ve fiili olmayan (mekândan ve deneyimden bağımsız) bir *şu an*, mekânı, mülkiyeti ve sahip olmayı ve de politik olmayı da içermeyen, kendi beynimize ve benliğimize gönderide bulunan, kendimizi medyatize ettiğimiz, ifşa ettiğimiz, şeffaf varlıklar olarak bizleri üretir. Uzaklığı yakınlaştırarak yakın çevresel bağları organik yakınlıktan çıkaran, böylece biz ve tüm ötekiler arasında eşit mesafe yaratan anlık iletişim, sosyal sistemi bütünüyle merkezlesmiştir. Birey ve anonim çevresinden oluşan yeni bir sosyal düzen yaratmıştır. İlişkiler burada birey ve anonim çevresi arasında gerçekleşmektedir. Ama bu durumda bireyin eylemleri gerçekte kendi benliği üzerinde icra olmaktadır. Ancak benlik de yine zorunlu olarak bir *ağ* düzeni içinde, kişinin kendi benliğini ifade edebileceği bir akış düzeni içinde ifadesini bulacaktır. *Tekno-o an*, benlik üzerinde yoğunlaşmaktadır ya da başka bir deyişle tekno-sistemin *anlık* yapısı ile sosyal sistemin *ben-odaklı* yapısı bütünleşmektedir. Böylece karşımıza yeni bir yapı olarak *tekno-sosyal* (Lovink,2017) yapı çıkmaktadır.

Hızlı tekno-akış düzeni, kendinden yavaş olanları içine çeker, başka bir ifadeyle, öbürlerini kendi temposunda hızlandırır, kendi'leştirir. Bunu bütün teknoloji tarihinde görmekteyiz. Connerton'a kulak verecek olursak; karşılıklı anlık iletişim sürecini mümkün kılan "bilgisayar kullanımı, zamanı hızlandırarak bireyleri bir hiper-şimdiki-zamana... çeker. ...Şimdiki zaman geçmişteki nedenlerden bağımsız, sınırları dar bir zaman aralığı olarak tecrübe edilmeye başlanır. ... Kültürel bellek silinir. ... Unutkanlığın başlaması ile anı arzulamak birlikte yol alır. ... İnsanlar hep bir şeyleri kaçırdıkları hissine kapılarak anı arzularlar" (2011:92). Bauman'a göre, "anındalık düşüncesinin ortaya çıkışı, insan kültürü ve etiğini daha önce ayak basılmamış, hayat gailisiyle başa çıkma alışkanlıklarımızın pek çoğunun kullanım değerini ve anlamını yitirdiği bilinmeyen topraklara sürüklemiştir" (2017:192). İşte bu yeni Anındalık Çağı'dır.

Anındalık fikri, sürekli o anda gerçekleşen eylemleri ifade eder. O geçmiş ve gelecekle olan bağımlı koparmıştır. Her şey her an biter ve yeniden başlar. Bu, yepyeni bir ilişkiler alanıdır. “Anındalık çağında “akılcı tercih²”, *tatmin peşinde koşmak, ama sonuçlarına katlanmaktan kaçınmak* (Bauman,2017:192), *anı yaşamaktır*. Süreklilik düşüncesi, bütünsellik anlayışı ve etik bağlılık fikri çözülmüştür. Her şey o anda gerçekleşmektedir. Sitem, zaman içerisinde kendisini tüketen bir kum saatine dönüşmüştür. Dinamik olan her şey *in*, statik olan her şey *out* durumundadır. Zamana dayalı modern süreçler ve yeniden üretim mantığı bitmiştir. Mantıksal işleyiş, kendini ögüten bir sistem görüntüsü vermektedir.

Anlık edindiğimiz bilgilerle artık bütünsel ilişkiler kuramıyoruz, gerçek zaman mekân yok olmuş, onun yerini salt *iletişim* almıştır. Mekânın ve deneyimin olmadığı noktada (anlık) zaman, tüm öteki gerçeklikleri emen, indirgeyen bir karadelik olarak işlev görür. Burada gerçekleşen karşılıklılık, karşılıklı eylem, gerçekte sadece *aynı anda* gerçekleşen; aynı tarihsel ve toplumsal koşullardan mahrum soyut, *indirgenici* bir karşılıklılık biçimidir.³ O yüzden sırf anlık olması yönüyle bile zamansal ve toplumsal uzam karşısında yıkıcıdır. Oysa üretken karşılıklılık tüm realiteleriyle birlikte var olan ve gerçekleştikçe tüm toplumsal sürece katkı sağlayan bir karşılıklılıktır. İlginç bir biçimde hem geleneksel simgesel değiş-tokuş toplumlari hem de anlık iletişim toplumlari karşılıklılık ilişkilerine ve paylaşım esasına dayalıdır. Ancak anlık iletişim süreçleri her şeyi bağlamından kopararak ileti görünümü altında soyutlamış/metalaştırmıştır. Burada sadece ileti alışverişi/karşılıklılığı Connerton, “hediye takasında işlev gören kodlama biçimi, bir çeşit kültürel anımsamaya neden olurken, meta değişiminde işlev gören kodlama biçimi ise bir çeşit kültürel unutkanlık meydana getirir” (2011:59) sözüyle iki toplum arasındaki karşıtlığı dile getirir. Hediye paylaşımı, aynı anda hem toplumun simgesel düzeninden beslenir hem bu düzeni yeniden üretir hem de bireysel ilişkileri aktif hale getirir. Duygusal ve toplumsal iletişimin koptuğu koşullarda üretilen metanın paylaşımı ise, doğal ilişkileri tersine çevirici bir etki yaptığı için kopma süreci üzerinde daha da pekiştirici bir etki yaratır. Belleğin sürekliliği ile toplumsalın sürekliliği arasındaki koordinasyonu yıkar. Jakoby’ye göre de “toplumsal bellek yitimi bir şeyleşme tipidir, daha doğrusu şeyleşmenin başlıca biçimidir. (Horkheimer ve Adorno’nun ifadesiyle) “Bütün şeyleşme bir unutmadır”” (1996:29)

Anlık iletişim sistemlerinde gerçekleşen paylaşım bir meta paylaşımıdır. Meta, soyut ilişkilerin ürünleridir. Meta, kendisini üretenler ve tüketenler arasındaki asimetrik ilişkiye dayanır. Yine meta, paylaşanlar arası ilişkileri yapılandırmaz, onu indirger. Anlık iletişim düzleminde oluşan iletiler de bir meta olarak bireylerin karşılıklı ilişkilerinden bağımsız yabancılaşmış bir düzlemde üretilmiştir. O yüzden *meta olarak ileti* karşılıklı ilişkileri indirgeme eğilimine sahiptir. Marksın meta’sı da yabancılaşmış emeğin somutlaşmış biçimiydi. Ve tüm toplumsal ilişkileri adeta kendi bağlamında mayalamaktaydı (1986). Marks’ın meta’sını fabrika üretmekteydi. İleti olarak yeni metayı, her şeyi *o an’a/iletiye* indirgeyen anlık iletişim araçları üretmektedir. Meta süreci gerçekliğin doğasının bozulma sürecidir. Biz yaşarken karşılaştığımız gerçekliğin bozulması süreci, belleğimizin sürekliliğini devre dışı bırakır ve bizi akışa mahkûm eder.

Simgesel değer paylaşımı biçimi, anlık iletişim teknolojileri sayesinde “meta paylaşımına” dönüşmüştür. Yepyeni bir paylaşım çağında yaşamaktayız. “Sürekli ve sadece paylaşım” çağı... Lovik’in aşağıdaki ifadelerinde içinde bulunduğumuz paylaşım kültürünün yapısı hakkında önemli ipuçları görmekteyiz. Ona göre, “kamu, kullanıcı dolu bir veritabanına dönüşmüştür” (2017:46). Hızlı bir paylaşım süreci işlemektedir. Bu kapsamda bilginin niteliğinin anlaşılması gittikçe zorlaşmaktadır. Zaten nitelik arayışı, bir kayıtsızlık duygusuyla beraber yitip gitmektedir. Görüşler kimin umurunda? Sonuçta hepsi sadece veridir. Bu durumun katılma, hatırlama ve unutmayla da hiçbir ilgisi yoktur artık. Bizler sadece, halen canlı olduğumuzu gösteren açık sinyaller iletiyoruz

² Daha doğrusu zorunlu tercih (mg.)

³ İktidar, sermaye, teknoloji, vs. gibi modern indirgeyici faktörler, özne-nesne karşıtlığı içinde gerçekleşiyordu. Oysa anlık iletişim süreçlerinde indirgenme hayatın merkezinde, kendisi tarafından gerçekleşmektedir. Akışa direnen her şey ögütülmektedir.

(2017:46-48). “Facebook, Google ve onların kolonlarından ibaret yazılım kafesleri içinde hapsolmuş kullanıcılar, toplumsal yaşamlarını bilgi “paylaşımına indirgemeye teşvik ediliyor. Kendini medyalılaştıran vatandaş, kendi varlık durumunu sürekli olarak özelliksiz, hissiz “arkadaş” grubuna yayınlıyor” (2017:52). “Bir zamanlar belli haklara sahip “ vatandaşlar” ya da “bir sınıfın üyeleri” olarak tanımlanan tarihsel özneler aracı öznelere, ... dönüştü” (2017:38). “Hardt ve Negri’nin kullandığı toplumsal kavramı versiyonunda “bizler böcekler gibi sürüler oluştururuz” ve “yatay olarak iletişime geçen, merkezi olmayan tekillikler çokluğu” olarak hareket ederiz”(2017:41).

Metalaşmış paylaşım çağında, özgün paylaşım kavramının yapılandırmış olduğu kültür, bütünüyle anlamını yitirmiştir. Geçmiş ve gelecek arasındaki algının ortadan kalktığı *o anda* düğümlenen paylaşım, artık tüm sistemin özüdür. Aynı zamanda sistemin kalbi paylaşım üzerinde çarpar. Ve paylaşım, sadece paylaşılanların var olmak için paylaşma ediminde buldukları *paylaşım* dayanan içeriksiz bir iletidir. İletinin içeriksiz devindiği bir yapıda kültürden söz edilemez. İleti gücünü *akış*dan alır. Varlığını akışa borçludur. Akışın ve akış kanalları olarak ağ yapısı olmaksızın ileti var olamaz. İçeriğin olmadığı ileti paylaşım sürecinde bireyin rolü, kendi iletişim gereksiniminin/arzusunun bir gereği olarak kendi benliğinden yola çıkmak ve kendini medyatize etmek olmaktadır. Hermida’nın verdiği bilgilere göre, “Rytgers üniversitesindeki araştırmacılar 350’den fazla Twitter kullanıcısının profillerine baktığında, çoğu insanın kendileri ya da kendi görüşleri hakkında konuştuğunu gördü. “Bengilendiriciler (meformers)⁴” Twitter kullanıcılarının yüzde 80’ine denk geliyordu” (2017:42). Poster, iletişim kuramcısı Howard Rheinhold’ın şu ifadelerine yer veriyor: “Sizi temin ederim ki ben ve diğer binlerce bilgisayar kullanıcısı aradığımız ve bulduğumuz şeyin sadece bilgi olmadığını, sayısız insanla yürütülen ilişkilere anlık erişim olduğunu biliyoruz” (2018:122). Anlaşıldığı üzere kendinden bahsetme ya da iletişim sürecinde yer alma arzusu yeni paylaşım kültürünün özünü oluşturuyor. Anlık iletişimde bulunurken, kendi kimliğimizi ve etkileşimde bulduklarımızın kimliklerini süreç içinde basit kodlara indirgiyoruz. Bunu yaparken benliğimizin derinliklerini, mahrem alanlarını açmaktan, kodaçımına uğratmaktan haz alıyoruz. Rheinhold, “Kimliklerimizi ekranda kelimeler haline getirdik ve şifreledik, diğerlerinin kimliklerini ise kodladık ve açtık”. İnsanlar yine aynı süreçte “ilişkilerini zedeleyen fazla sosyal yükler olmaksızın yabancılarla iletişim kurmaktadır. Cinsiyet, yaş, etnik köken ve sosyal statü ile ilgili görsel ipuçları olmaksızın, başka türlü kaçınılacak muhabbetler açılmaktadır” (2018:144) demektedir.

Bu biçim bireysellik daha çok bir bireysellik yanılması gibi görünmektedir. Anlık iletişim özgürlük ve bireysellik yönünde bütün taleplerimize karşılık verir bir sezgi uyandırmaktadır. Oysa, bilgi obezitesi haline geldiğimiz “bir toplumda neyin doğru neyin yanlış olduğu konusundaki uzlaşma ortadan kalktığı anda ortaya çıkan her türlü tuhaf bilgi parçası “bilgi” olarak açıkça önemli hale gelebilir”(Lovink,2017:64). Bizim farkında olmadığımız bir şekilde “tık tuzakları” ile belirli bir kategoriye yönelik merak uyandırılabilir. Ayrıca bunlar tam olarak haber ya da bilgi olmamalarına rağmen, haber siteleri ve sosyal medya arasında şeklen ve teknik açıdan yayılırken haber gibi gösterilebilirler (Lovink,2017:18). Sonuçta anlık iletişim süreçleri aracılığıyla tüm dikkatinin yönlendirildiği bir birey geçeceği ile karşılaşırız. Bu ona büyük bir özgüven ve özgürlük hissi sağlamaktadır. Pettman’ın yaklaşımıyla dışa doğru yansıyan bir narsizm. “Hala narsistiz, fakat gözbebeklerimizin girdaplarından ağa doğru yansıyan dışbükey bir narsizm bu. (kablolarla dağılmış bir kendiliğin onaylanması için boşluğa selfie’ler gönderen “dışsal-öznelere” dönüşüyoruz artık.) Bu akıl yürütmeye göre, ağı benimseme deneyimlerimiz yeni bir türe işaret ediyor: ... Bu da toplumsal olanı barındırmayan bir toplum anlamına gelir” (2017:20).

Bireyin içinde bulunduğu anlık iletişim dünyasının sınırlayıcıları bulunmamaktadır. Birey bu sisteme özgürce katılabilmektedir. İsteyerek katılmaktadır. Kendi benliğinin mahremiyetini, Baudelaire’in modern kahramanı olan flaneuru misali (2004), kendi yeni anlık iletişim toplumunun normlarına uygun sadık bir ferdi olma isteği olarak, büyük bir arzu ile ağ kamusuna açmaktadır. Eskiden mahrem olarak başkalarının görmesine/bilmesine kapatılan özel alan, anlık iletişim çağında,

⁴ Enformasyon kavramından türetilen enformer’den esinlenilmiş bir kavram.

bütün çaba onu görünür hale getirilmek için sarf edilmektedir. Anlık iletişimin bireyler üzerindeki en cazip etkisi, sistemin bireylerin merkezileştirmesine olanak tanınması gibi görünmektedir. Niedzwiecki'nin *Dikizleme Günlüğü*, Hermida'nın *Herkes söyle*, Pettman'ın *Sonsuz Dikkat Dağınıklığı*, Crary'nin *7/24 Geç Kapitalizm ve Uykuların Sonu* gibi eserleri, anlık iletişim araçlarının birey üzerindeki bu merkezileşen rolünü ele almaktadırlar.

Anlık iletişim araçları varken biz karşı kutuptaki başka insanlara hep ihtiyaç duyacağız. Ancak o insanlar bir oyundaki insanlardan farksız olacaktır. Çoklu temaslar, çok boyutlu ilişkiler, kişilikler, benlik sunumları birbirine karışacaktır. Her şeyin bütünselliğini yitirdiği bir yerde insan da bütünselliğini yitirecektir. Dağılmış mutlak bir ağ yapısı üzerinde gerçek ilişkiler yok olacaktır.

Anlık iletişim süreçlerinde bireyin baskın edimi olan paylaşım, bireyin kendini ifşasına odaklıdır. O politik, ekonomik, kültürel içerikleri kısaca toplumsallığı vekâleten taşır. Onu üretmez ve onu uzun süreli pekiştirmez. Ancak doğası gereği onu indirger. Nasıl ki kitle iletişim araçları kitlelerin *aydınlatılması* yerine, tüketim kültürünün ve popüler kültürün yaygınlaştırılmasına yoğunlaşmışsa, onun gibi anlık iletişim araçlarının da dünya toplumlarının daha iyi bir paydada birleşme çabalarına, hatta iş alanlarında daha iyi bir yönetim gerçekleştirme amaçlarına odaklanmasını bekleyemeyiz. Yine bireysel benliğe dönük alanlara doğru geri çekilen bir yönelim göstereceğini varsayabiliriz. Çünkü o bir toplumsallıktan kaynaklanmaz ve bir toplumsal bilinçlenme üretmez. O toplumsal bağlamdan azade olduğu için, öncelikle ve sadece bireyin alanını özgürleştirmektedir. Süreç benliği teşhir eder ve sürekli (yeniden) teşhir eder. Öteki bireylerle arasındaki benlik odaklı ve toplum odaklı mesafeyi anlamsızlaştıracak ölçüde ilişkileri de şeffaflaştırır. Han, anlık iletişim sitemlerinin etkilerini ele aldığı *Şeffalık Toplumu* isimli eserinde bunu bir problem olarak algılayarak, “insanlar mesafelerini koruyabildikleri ölçüde toplumsallaşırlar” der ve ekler: “narsizm insanın *kendisiyle* mesafe *teklifsizliğinin*, yani kendisine mesafenin yokluğunun ifadesidir” (2017:55). Han'a göre, “teşhircilik toplumu pornografik bir toplumdur. Her şey dışa çevrilmiş, ifşa edilmiş, çıplaklaştırılmış, soyulmuş, ortaya serilmiş durumdadır” (2017:27-28). Bireyin öznel dünyası dışa çevrilmiş, kişiliği doyuran ve aslında ötekilerle özgün iletişim kurmasını sağlayan içe yönelimli eğilimini yitirmiştir. Tıpkı kitlesel iletişim sistemlerinin kişisel eylemlerin toplumun merkezine/bütünleştirilmesine dönük yönelimini tersine çevrilmiş olması gibi. Anlık iletişim modern süreçlerin toplumun dünyasında oynadığı rolü, bireyin iç dünyasında gerçekleştirmektedir. Yine Han'a kulak verirse, toplumsalın tükendiği koşullar altında, “kamusal alanın ortadan kaybolması, içine mahrem ve özel meselelerin döküldüğü bir boşluk yaratır. Kamusal alanın yerini kişinin yayımlanması alır. Böylece de kamusal alan bir teşhir mekânı haline gelir.”(2017:54). Fakat bu şeffaflaşma sürecine olumlu bakılamaz mı?

Kimileri bu şeffaflaşma sürecini olumlu bulurlar. Onlara göre bu koşullar, var olan tüm toplumsal bağları ortadan kaldırmak suretiyle bireyin ve toplumun aradığı özgürleşme fırsatını yakalamak açısından bulunmaz fırsatlar yaratmıştır. Onlar, klasik baskıcı toplumun, bilinmesinde sakınca olmayanın, bilinmesini engellemek biçiminde örtük bir baskı oluşturmaya çalıştığını iddia ederler. Buna göre klasik toplumun savunucuları, mahrem olanın, özel olanın, benliğe özgü olanın ve başkaları tarafından bilinmemesi gerektiği düşünülenin bilinmesi halinde toplumun kaosa sürükleneceğinin düşünüldüğünü savlarlar. Oysa kendilerine göre böyle bir tutucu yaklaşım, bireyin özgürlüğünü kısıtlamakta, böylece toplum, bireyin denetimine, sömürsüne ve toplumsal olarak baskı altına alınmasına açık hale getirilmektedir. Sosyal medya veya anlık iletişim sistemlerinin toplumdan bağımsız bir ağ tabanlı ilişkiler sistemini yapılandırmasıyla, toplumsal baskıdan bağımsız, özgür bir birey için koşullar yarattığını söylerler. Böylece sosyolojinin toplumun dağılmasına dayalı korkusundan kaynaklanan dar sınırları da aşılmış olur.

Jarvis, *E-Sosyal Toplum* adlı kitabında anlık iletişim araçlarının yapılandığı ilişki biçimlerini *halka açıklık* olarak nitelendirmektedir. Jarvis, anlık iletişim sistemleri hakkında, “onun bizim rahatsızlık verme aracımız olduğunu, eski bağlantıları kıran ve doğalarımızı yeniden keşfetmemiz için bizi serbest bırakan bir katalizör olduğunu kastediyorum” (2012:20) diyerek onun dönüştürücü ve de özgürlükçü yönüne vurgu yapmaktadır. Ona göre bu süreçler bizi doğalarımızla

buluşturacaktır. Adeta *uygarlığın doğurduğu hoşnutsuzlukları* aşmamıza olanak sağlayacaktır. Jarvis, anlık iletişim sitelerinin meydan okuyucu bir etki yaptığını, Durkheim'ın baskıcı sosyal olgularını aşmamızı sağlayacak bir fırsat sağlayacağını söyler gibidir. Jarvis, Facebook'un kurucusu Zuckerberg'in "misyonumuz dünyayı daha açık ve daha bağlantılı bir hale getirmek" (2012:29) tir, sözüne aftla, soysal medyanın açık toplum yaratma amacına vurgu yapmaktadır. Ona göre anlık medya, totaliter idarelere karşı, kitlerle devrimci bir ruh ve kolektif bir başkaldırı şansı da yaratacaktır. Bunu Facebook ve Twitter gibi soysal medya araçlarının Arap Baharı adı verilen devrimci süreçlerin ortaya çıkmasındaki ve başarısındaki rolü üzerinden kanıtlamaya çalışmıştır (2012:22). Arap Baharı ve öteki başkaldırı hareketlerinin başarısı tartışılır olmakla beraber, o yıllardan sonra anlık iletişim sistemlerinin bu ölçüde bir etki yaratmamış olduğunun gözlemlenmesi de dikkat çekicidir. Lovink'in tepitine göre, "son zamanlarda, aktif, kendini bilen kullanıcıdan uysal, cahil hizmetçi niteliği taşıyan özneye doğru kültürel bir kayma görüyoruz"(2017:19). Bu etkiyi Weber'in soysal değişimi açıklarken kullandığı "karizma ve rutinleşme" kuramı bağlamında açıklamak sanırım mümkün olacaktır. Soysal medya kullanıcıları giderek uyarılan ilk heyecanlarını yitirerek kendi sessiz dünyalarına çekilmiş görünmektedirler.

Sosyal Medya yazarı Fuchs, anlık iletişim sistemlerinin özgülleştirici etkisi ile ilgili olarak, "2011 yılı protestolar, devrimler ve siyasal değişimler yılıydı" diye ifade ederek tartışmasına başlıyor ve Arap Baharı analizinde Morozov'un "soysal medya devrimlere yol açmaz" görüşünden yola çıkıyordu (2016:8). Morozov'a göre, Facebook'ta ancak "işaretleme, tıklama, yükleme, beğenme, arkadaş olma "pasif eylemcilik" siyasal ve toplumsal etkisi sıfır olan çevrimiçi iyi-hissetme eylemciliği olur. Bu, 'pasif eylemci' kampanyalarına katılanlara, Facebook grubuna katılmaktan başka çaba gerektirmeden, dünyaya anlamlı bir etkide bulunmaları yanılmasını verir (Fuchs,2016:9-10). Arap Baharı'nın herhangi bir dönüştürücü etkide bulunmadan sönümlenmesi bu yaklaşımı desteklemektedir. Aynı yıllar kuzey Amerika, Yunanistan, İspanya, Birleşik Krallık gibi ülkelerde İşgal Et hareketleri ortaya çıkmıştı ve onlarda da soysal medyanın büyük bir rolü olmuştu. Fuchs'a göre konuyla ilgili yapılan anketlerde "soysal medyanın geniş kesimlere ulaşma ve kendilerini polisten korumaya olanak sağladığını" söylerken bir kısmı da ticari soysal medya kullanmanın riskleri hakkında "soysal medyanın paylaşımları denetlediğini, bilgilerin polisle paylaşıldığını, içerik sansürüne ve silmelere gidildiğini" ve "önemli bir kısmının Facebook'ta protesto çağrısında bulunduğunu, ancak "gerçek hayatta" meydana çıkmadıklarını belirtmişlerdir (Fuchs,2016:9-10). Anlaşılan o ki anlık iletişim süreçlerinin egemenleri bir çıkar ilişkisi içinde hareket etmektedirler ve bu süreçlere katılan bireyler arasında gerçekçi soysal bağlar kurulamamaktadır.

Jarvis ve onun gibi düşünenlerin yaklaşımlarına geri dönecek olursak; elbette toplumsallık, mahremiyeti ve baskıyı da içinde barındırır. Ancak sosyolojik mantık gereği toplumsal baskı ya da değer ve normlar, birey için yol gösterici bir fonksiyon da üstlenebilir. Zira soysal süreçler tıpkı iletişim gibi çift yönlü olma özelliğine sahiptirler. Bunun toplumda iyi dengelenmiş olması önemlidir. Ancak toplumda dışsal/araçsal baskı varsa, bunun toplum tarafından tolere edilme şansı da bulunmamaktadır. Bu durumda aşılmaz kronik bir iktidar süreci ile karşı karşıya kalmış olunur. Aşağıda anlık iletişim sistemlerinin yarattığı ilişki sistemlerinin yapılandığı, şimdiye kadar açıkça değinmediğimiz, *iktidar* olgusu değerlendirilecektir.

Modernliğin tarihini göz önüne aldığımızda görülmektedir ki, iktidar konusu tarih ilerledikçe gözden düşmekte, buna karşılık öznenin önemi artmaktadır. Fakat bu gelişmenin yapısal anlamı nedir? Gerçekten iktidarın gücü geri mi çekilmektedir, yoksa kültürel kodlar tarafından perdelenmekte midir? Genel anlamda söyleyecek olursak iktidar sadece gözden, soysal alandan daha fazla uzaklaşmakta, ancak daha sofistike yöntemlerle kendi etkin varlığını sürdürmektedir. Sözelimi Foucault'un da iktidar analizinde yoğun bir biçimde kullandığı J, Bentham'a ait panoptikon metaforunu göz önüne aldığımızda görmekteyiz ki, iktidar daha şeffaf araçlar kullanarak daha etkili bir denetim süreci içinde kendini gizlemektedir. Tüketici süreçler de, özneye tanınan geniş imkânlar karşısında, öznenin kültürel görünümüyle eylemleri altında iktidarı beslemiştir. Modern/postmodern

tarih insan ilişkilerinin ve iletişimlerinin toplumsala katkının değil iktidara katkının toplumsal tarihi olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat anlık iletişim ve onun düzeni nedir?

Anlık iletişim düzeni şimdiye kadar çoğunlukla vurgulandığı üzere özgür/sınırsız iletişim alanının, sürece bireysel katılımın ve dahası karşılıklılık esasının egemen olduğu bir ilişkiler düzeni olarak görünmektedir. Bireyler iletişim düzenine katılmada hiçbir kısıtlamaya ve denetime maruz bırakılmamaktadırlar. Öte yandan sistem içinde bireylerin belirleyici eylemleri olarak iletişim, beşeri açıdan da üretim kısıtlamalarına (meta üretimi gibi) bağlı olmayan, insanın hareket kabiliyeti en geniş doğasına tekabül etmektedir. Bu durumda anlık iletişim dünyasının iktidardan muaf bir dünya gibi görüldüğü söylenebilir. Ama gerçekten öyle mi?

İktidar tam da özgürleşme sürecinin yanı başında konumlanabilir. Birey kendi özgürlüğünü kullanırken, iktidarın garantisine sığınmış vaziyette onu yeniden üreten bir konumda yer alabilir. Veya kendini ifade ederken özgürlüğünü iktidarın kullanımına açmış olabilir. Örneğin “Google’da yapılan bir dizi kelime aramasından ya da alışveriş alışkanlıklarındaki bazı değişimlerden yola çıkılarak bir kadının hamile olduğu varsayılabilir artık” (Pettman,2017:16). Bu hem o bireyin bir otorite tarafından tanınması anlamına gelir hem de kişinin egemen pazarın bir müşterisi olarak konumlandırılmasına imkân sağlayabilir. Üstelik çok kolay ve denetim gerektirmeyecek bir stratejiyle gerçekleştirilmiş olur. Geçmişte gözetime dayalı bir biçimde gerçekleştirilen iktidar, şimdi bireyin katılımı aracılığıyla, bir oto-gözetim sürecinde gerçekleştirilmiş olur. Böylece biz iktidarı görmemiş oluruz. İktidar da disiplinci bir metot izlemek zorunda kalmamış olur. Anlık iletişim düzeninin iktidarı böyle bir iktidardır: şeffaf birey/toplum, gizli iktidar...

Öncelikle anlık iletişim sistemleri ekonomik bir altyapıya sahiptir ve sürecin yönlendiricileri açısından kâr güdüsü belirleyicidir. Onlar üyeleriyle doğrudan para karşılığı çalışmamaktadırlar. Öteki ticari organizasyonlarla giriştikleri enformasyona dayalı pazarlama üzerinden kâr sağlarlar. Yani ortada kapitalist bir ilişkiler düzeni söz konusudur. Fakat üyeleri bu açıdan da özgürdürler. O platformlara para karşılığı girmezler ve orada özgürce hareket edebilirler. Ancak o platformlara (siyasi ve) ekonomik katkı sağlarlar. Örneğin Facebook kullanıcısı, Facebook’tayken yaratıcıdır, fakat otomatik olarak kurum için içerik sağlar. Bu yaratıcılık, Facebook için gelir toplamaya yönlendirilmiştir” (Netchitailova,2018:8). Sosyal ağ mensupları kurum için masraf olmak şöyle dursun onların daha fazla katılımları üzerinden kâr sağlarlar.

Başka teknik sistemlerin olduğu gibi, özellikle anlık iletişim sistemlerinin bizler için sağladığı yararların da bizim için bir maliyeti olmaktadır. Sherry Turkle’in tanımladığı gibi onlar bizleri “baş başa ve yalnız” halde bırakırlar (Pettman,2017:26). Uzaktaki insanlarla “başbaşalık”, iletişimsellik imkânı sağlarken, doyurucu olmayan bir iletişim sürecinde “yalnız” bırakırlar. Bu paradoksal bir bağımlılık sürecidir. Bu süreç aynı zamanda Lacancı anlamda sosyal ilişkinin olmadığı bir bağlamda (Pettman,2017:26) daha yoğun bir biçimde iktidara bağlı olma anlamına gelir. Öte yandan araçlar bizi canlı sosyal bağlara göre daha özgür hareket etmeye sevkederler ve eylemde bulunmak üzere kıskırtırlar. Ancak yine araçlar “bizim için hayati bağlantıyı kurmazlar. Bu noktada Pfaller, Zizek ve van Oenen’in ortaya koyduğu gibi bir “edilgenlik” durumuna”(Lovink,2017:44) geçmiş oluruz. Anlık iletişim sistemleri de sonuçta bir araçtır ve bunun için araç dolayımıyla etkileşimde bulunmak zorunda kalırız. O yüzden bu sistemler öteki doğal ve teknik süreçleri devre dışı bırakarak, kendilerine ve onları mülkiyetinde bulunduranlara karşı yapısal bir bağımlılığı koşullandırır. Yine teknik iletişim mekanizmaları yoğun ileti üretimine ve akışına imkân verdikleri için, kitleler üzerinde bilgi enflasyonuna ve yön kaybına neden olabilirler. Böylece içe kapanan ve yönlendirmeye daha açık bireylerin üretimine katkı sağlamış olurlar.

Daha somut olarak sosyal medya ağlarının mevcut siyasi ve ekonomik iktidar yapılarıyla koltuk temasından söz edilebilir. “Wall Street, Silikon Vadisi ve Washington DC rekabet etmek yerine birbirine yaklaşırken, kusursuz alegorisi ve algoritmasıyla gücün kendisi bir kara kutu haline gelmekte” (Lovink,2017:17) dir. Örneğin Zeynep Tüfekçi’nin “Ferguson’da 2014’teki protestolara dair analizi, Facebook’un algoritmik filtrelemesinin politik sebep-sonuçlarla güçlü şekilde bağlantılı ilişkisini, kriz anlarında internet tarafsızlığı kurallarının mümkün olmayışını ve Twitter’da neyin

“gündem” olup olmadığı konusundaki tuhaf, anlaşılmasız mantığı açıkça ortaya koyar” (Lovink,2017:17).

Son olarak, sürecin yöneticilerinin sahip olma imkânı buldukları devasa bir bilgi gövdesi (büyük veri!) bulunmaktadır. Sitemin özgürlükçü yapısı, bireylerin kendilerine ait tüm özelliklerini paylaştıkları bir zemin sunmaktadır. 2018 istatistiklerinde dünyada sosyal medya kullanımının 3.48 milyarla nüfusun %45’ini oluşturduğu (<https://dijilopedi.com/2019-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>) göz önüne alındığında, büyük verinin ne anlama geldiği tahayyül edilebilir. Şirketlerin bu verileri çeşitli ekonomik ve siyasi kuruluşlarla kâr amaçlı paylaşma ya da o bilgi aracılığıyla takipçileri hatta toplum üzerinde gizli gözetim ve denetim kurma olasılıkları bulunmaktadır (Weller vd.,2016:251). “Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya ortamlarının kullanım amaçlarından biri de her zaman gözetim olmuştur” (Göker,2016:972). Tüm verilerin ve kişilerarası ilişki biçimlerinin çok farklı amaçlarla kullanıldığı düşünüldüğünde devasa bir denetim ve iktidar gücünün temin edileceği kuşkusuzdur. Web 2.0’dan sonra yerini, geleceği düşünülen web 3.0’ın -birbiri ile konuşan veritabanları sayesinde, bizim neyi sevip neyi sevmediğimizi anlayan ve buna göre içerik üreten (<http://www.volkaninanc.com/web-3-0-nedir/>) bir web dünyasının- alacağı doğrusa, bizlerden temin edilen veriler boşa harcanmamakta ve ileride de harcanmayacaktır. O durumda daha somut ve fonksiyonel bir denetim ve gözetimin, yani iktidarın karşımıza çıkacağı ortadadır.

Sonuç

Modern asimetrik ilişki yapılarını dönüştürerek kendine özgü karşılıklılık modeli yerleştiren anlık iletişim süreçleri, modern ve postmodern ilişki yapılarını ve toplum perspektifini yıkararak yeni bir toplumsal yapılaşma sürecine ortaya çıkarmıştır. Anlık iletişim süreçleri bireyin modern anlamda toplumsaldan kopuş sürecini pekiştirirken, modern toplumun güzergâhında yer almıştır. Buna karşılık anlık karşılıklı ilişkilere yer verme kapasitesi bakımından, karşılıklılık ilkesi gereği, modern güzergâhtan çıkmıştır. Bu özelliği gereği geleneksel topluma yaklaşan anlık iletişim düzeni, toplumsal simgeler ve erekler düzeninden yalıtılmış olması bakımından da ondan ayrılmaktadır. Bir ağ biçiminde yapılanmış olması nedeniyle her iki toplum biçiminden de farklılaşmaktadır.

Anlık iletişim düzeninin kendine özgü en temel özelliği, bir ağ biçiminde yapılanmış olmasıdır. Bir ağ sistematiğine dönüşmesinin en önemli nedeni modern süreçler tarafından da içeriği boşaltılmış toplumsal dayanışma süreçlerinden mahrum olması ve karşılıklılığa tanıdığı teknik imkân nedeniyle bireyselleşmiş toplumu yukarıdan bağlamasıdır. Sonuçta anlık iletişim araç dolayımı bir iletişim biçimi olduğu için toplumsallığın tümünde değil mekândan ve deneyimden bağımsız dar alanlarında işlev gösterebilmektedir. Yine araçsal özelliği nedeniyle toplumsallığın öteki alanlarını kısırlaştırmaktadır ve insanları zorunlu olarak kendi yüzeysel düzleminde bağlantı kurmaya zorlamaktadır.

Bu yapısal özellikler, insanlara bireyselliklerini kendi benliklerinde gerçekleştirmeye zorlamaktadır. Bu koşullar altındaki iletişim, aslında karşılıklılığa dayanmayan, hızla akan ileti akışına katılma ya da uyarıcı ileti sinyallerine karşılık veren yapılaşmış tepkisel bir süreç olarak ortaya çıkar. Oysa gerçek anlamda iletişim karşılıklı katılım sürecidir. Anlık iletişim *aynı anda karşılıklı* gerçekleşen ancak, eşgüdümlü gerçekleşmeyen bir süreç olarak karşımıza çıkar.

Benliğin iğfal edildiği koşullar altında gerçekleşen iletişimin *sağlıklı* bir iletişim, özgür bir girişim olduğunu söylemek güçtür. Bu tezat, anlık iletişim süreçlerinin siyasal ya da ekonomik içerikli iktidar bağlantılarının ötesinde, yapısal anlamda da iktidar ilişkilerini içinde barındıran koşullara dayalı olarak işlediğine işaret etmektedir. Gelgelelim bu yapı içindeki iktidar biçiminin, disipline edici değil, bireyin olabildiğince özgürleşmiş hatalı bilincinden beslenen bir iktidar biçimi olduğu anlaşılmalıdır.

Kaynakça

- Agger, B. (2011). *Sanal Benlik*, Çev. Volkan Hacıoğlu, İstanbul: Babil Yayınları.
- Baudelaire, C. (2004). *Modern Hayatın Ressamı*, Çev. Ali Berktaş, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Baudrillard, J. (1997). *Tüketim Toplumu*, Çev. Hazal Deliceçaylı ve Ferda Keskin, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (1998). *Simulakrlar ve Simülasyon*, Çev. Oğuz Adanır, İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Bauman, Z. (2017). *Akışkan Modernite*, Çev. Sinan Okan Çavuş, İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Connerton, P. (2011). *Modernite Nasıl Unutturur*, Çev. Kübra Kelebekoğlu, İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Featherstone, M. (1996). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, Çev. Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.
- Funk, R. (2007). *Ben ve Biz –Postmodern İnsanın Psikanalizi*, Çev. Çağlar Tanyeli, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Göker, G. (2016). “Bir Gözetim Aracı Olarak Periscope” *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), s. 969-992.
- Gültekin, M. (2006). “Marx’ın Meta Çözümlemesinden Tüketim Teorisine”, *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi (SBArD)*, Sayı:8, s. 261-271
- Han, B. C. (2017). *Şeffaflık Toplumu*, Çev. Haluk Barışcan, İstanbul: Metis Yayınları.
- Hermida, A. (2017). *Herkes Söyle –Sosyal Medyada Neden Paylaşımında Bulunuruz-*, Çev. Ahmet A. Sabancı, İstanbul: Kafka Yayınları.
- Liotard, J. F. (1994). *Postmodern Durum*, Çev. Ahmet Çiğdem, Konya: Vadi Yayınları.
- Marx, K. (1986). *Kapital*, Çev. Alaattin Bilgili, İstanbul: Sol Yayınları.
- Mutlu, E. (2005). *Kitle İletişim Kuramları*, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Netchitailova, E. (2018) “Flenaur, Aylak ve Empatik İşçi”, Çev.Filiz Aydoğan, *Yeni Medya Kuramları*, Ed. Filiz Aydoğan, İstanbul: Der Yayınları.
- Niedzwiecki, H. (2010). *Dikizleme Günlüğü*, Çev. Gökçe Gündüç, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle İletişim Kuramları*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Pettman, D. (2017). *Sosuz Dikkat Dağınıklığı*, Çev. Yunus Çetin, İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Poloma, M. (1993). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, Çev. Hayriye Erbaş, İstanbul: Gündoğan Yayınları.
- Poster, M. (2018): “Postmodern Gerçeklikler”, Çev.Filiz Aydoğan, *Yeni Medya Kuramları*, Ed. Filiz Aydoğan, İstanbul: Der Yayınları.
- Russell Jakoby, R. (1996). *Belleğini Yitiren Toplum*, Çev. Hakan Atalay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sennett, R. (1996). *Kamusal İnsanın Çöküşü*, Çev. Serpil Durak ve Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Thompson, J. B. (2008). *Medya ve Modernite*, Çev. Serdar Öztürk, İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Vattimo, G. (2012). *Şeffaf Toplum*, Çev. Ümit Hüsrev Yolsay, İstanbul: Say Yayınları.
- Virillio, P. (2003). *Enformasyon Bombası*, Çev. Kaya Şahin, İstanbul: Metis Yayınları.
- Weller, K. vd. (2016). *Twitter ve Toplum*, Çev. Emre Erbatur, İstanbul: Kafka Yayınları.
- Woodward, I. (2016). *Maddi Kültürü Anlamak*, Çev. Ferit Burak Aydar, İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Yaylagül, L. (2008). *Kitle İletişim Kuramları*, Ankara: Dipnot Yayınları.

e-kaynaklar:

- <https://dijilopedi.com/2019-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>, erişim: 20.05.2019
- <http://www.volkaninanc.com/web-3-0-nedir/>, erişim: 01.05.2019.

