2015 135

Toplum ve Bilim



DİJİTAL EMEK, DİJİTAL KÜLTÜR

Dijital emek, dijital kültür	*Ergin Bulut - Ayhan Ayteş*
İnsan sermayesinin kaynağı: Maddi olmayan emek	*Utku Özmakas*
"Dijital kapitalizm"in iletişim alanındaki izleri	*Zafer Kıyan*
Dijitalleşme ve mühendislik pratiğinin dönüşümü	*Ezgi Pehlivanlı Kadayıfçı*
Türkiye'de çağrı merkezi sektörü	*Ebru Seçkin - Ayşe Nur Ökten*
AleviWeb: Siberuzayda "sanal ve gerçek bir toplum"	*Gülbin Özdamar Akarçay*
Türkiye'de Twitter'da trol kültürü	*Mutlu Binark - Şule Karataş Tuğrul Çomu - Eray Koca*
Cyber-Proletariat üzerine Nick Dyer-Witheford ile söyleşi	*Ergin Bulut*
"Bilişsel kapitalizm": Tiziana Terranova ile söyleşi	*Ayhan Ayteş*

Toplum ve Bilim

SAYI 135 • 2015

Ergin Bulut - Ayhan Ayteş
Bu sayıda...
Giriş: Dijital emek, dijital kültür 3

Utku Özmakas
İnsan sermayesinin kaynağı: Maddi olmayan emek 8

Zafer Kıyan
"Dijital kapitalizm"in iletişim alanındaki izleri:
Üretim, dolaşım, emek ve tüketim süreçleri 27

Ezgi Pehlivanlı Kadayıfçı
Dijitalleşen emek süreçlerinde mühendislik pratiğinin dönüşümü 57

Ebru Seçkin - Ayşe Nur Ökten
Emek piyasasındaki bölünme: Türkiye'de çağrı merkezi sektörü 74

Gülbin Özdamar Akarçay
***AleviWeb*: Siberuzayda "sanal ve gerçek bir toplum"** 92

Mutlu Binark - Şule Karataş - Tuğrul Çomu - Eray Koca
Türkiye'de Twitter'da trol kültürü 124

Ergin Bulut
Cyber-Proletariat üzerine Nick Dyer-Witheford ile söyleşi 158

Ayhan Ayteş
"Belirleyemediğimiz işbölümleri ya da bilişsel kapitalizm"
Tiziana Terranova ile söyleşi 165

ABSTRACTS (İngilizce özetler) 171

Toplum ve Bilim

ÜÇ AYLIK DERGİ



KAPAK: Suat Aysu

ÜÇ AYDA BİR YAYINLANIR
YERELSÜRELİ YAYIN

ISSN 1300-9354

KURUCU EDİTÖRLER
Asaf Savaş Akat
Sencer Divitçioğlu

İMTİYAZ SAHİBİ
İletişim Yay. Gaz. Basın San. ve Tic. A.Ş.

TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ
Tuğrul Paşaoğlu

YAYIN YÖNETMENİ
Asena Günal
Kerem Ünüvar

SORUMLU YAZIİŞLERİ MÜDÜRÜ
Kerem Ünüvar

YAZI KURULU
Elif Ekin Akşit
Kaya Akyıldız
Emin Alper
Seda Altuğ
Umut Tümay Arslan
Ceren Belge
Yahya Mete Madra
Burak Onaran
Serdar Şengül
Yüksel Taşkın
Serdar Tekin
Ömer Turan
Sibel Yardımcı

YAYIN DANIŞMA KURULU
İsmet Tanıl Bora · Ayşe Buğra ·
Ahmet İnsel · Huricihan İslamoğlu
Orhan Koçak · Semih Sökmen

YAZI İŞLERİ MÜDÜR YARDIMCISI
Kıvanç Koçak

YAYIN SEKRETERİ
Murat Bozluolcay

135. SAYI EDİTÖRLERİ
Ergin Bulut - Ayhan Ayteş

KAPAK VE
SAYFA DÜZENİ TASARIMI
Ali Artun
Ümit Kıvanç
Özlem Özkal

UYGULAMA
Hüsnü Abbas

OFSET HAZIRLIK
İletişim Yayınları

BASKI VE CİLT
Sena Ofset · SERTİFİKA NO. 12064
Litros Yolu 2. Matbaacılar Sitesi
B Blok 6. Kat No. 4NB 7-9-11
Topkapı 34010 İstanbul
Tel: 212.613 38 46

E-MAIL ADRESİ
toplumbilim@iletisim.com.tr

İLETİŞİM YAYINLARI · SERTİFİKA NO. 10721
Binbirdirek Meydanı Sokak, İletişim Han 3
Fatih 34122 İstanbul
Tel. 212.516 22 60-61-62
Fax: 212.516 12 58

Toplum ve Bilim'de yayınlanan yazılar
Sociological Abstracts indeksinde
yeralmaktadır.

Bu sayıda...
Giriş: Dijital emek, dijital kültür

İcatlara ve teknolojik yeniliklere dair algı ve temsillerle ilgili olarak teknoloji tarihinde kısa bir gezinti yapacak olursak, temelde iki tür hikâyeyle karşılaşırız. Gündelik sohbetlerde giderek daha fazla karşılaştığımız ve siyasetçilerin de sıklıkla başvurduğu kötümser versiyonda, yeni teknolojiler insanlığı esir almıştır. İnsanlar birbirinden ya da toplumsal sorunlardan çok akıllı telefonlarıyla, Instagram'a yükledikleri yemek fotoğrafları ve "selfie"leriyle ilgilidir. "Gerçek" ilişkilerin yerini "sanal" olanları almış, yabancılaşma toplumun tamamına yayılmıştır. Örneğin bu kötümser anlatıya göre, video oyunları saldırganlığı ve bireyin yalnızlığını yeniden üretmekten başka bir şeye yaramaz.

Teknolojiyle imtihanımıza iyimser yönde cevap veren yaklaşımlar ise, insanlığın kullanımına sunulan icatların ve teknolojik yeniliklerin hayatı kolaylaştıracağı noktasında birleşir. Örneğin tarihsel belgelere bakıldığında, telgrafın savaşları bitirip dünyaya barış getireceği, telefonun iş dünyasını kurtarıp kadınları özgürleştireceği gibi iddialarla karşılaşırız (Mosco, 2004).

Elektrik, telgraf, telefon, radyo ve televizyona dair böylesi güzellemelerden internet ve dijital teknolojiler de nasibini aldı. Zira internetin de yaratıcılığı tetikleyip insanlığın başının belası olan çalışmayı hafifleteceği, hatta ortadan kaldıracağı şeklinde mitik anlatılara rastlamak mümkün. Yeni teknolojilerin çalışmayı dönüştüreceği, endüstriyel emekle anılan sömürüyü ve sınıf çatışmasını ortadan kaldıracağı, sonsuz ve sorunsuz bir ekonomik büyüme getireceği söylemi, *Wired* dergisinin başını çektiği popüler yazının etkisiyle toplumsal imgelemde, Daniel Bell, Marc Uri Porat ve Alvin Toffler gibi yazarların çalışmalarıyla da akademide kendine geniş bir alan açtı. Bilgi ve bilişim ekonomisi söylemleri son olarak "yaratıcı ekonomi" ve "dijital ekonomi" gibi kavramlarla karşımıza çıktı (Florida, 2005).

Ancak, dijitale ve onun toplumsal olanı özgürleştirme potansiyeline dair bu ege-

men anlatılara karşı eleştirel yaklaşımlar artık daha görünür. Bu bakımdan, dijital emek konusunda ilk kolektif entelektüel hareketin, Kanada'nın Ontario eyaletinde 2009 yılında düzenlenen "Digital Labour: Workers, Authors, Citizens" adlı konferans olduğunu söylemek yanlış olmaz. Bu organizasyonu, alanın önemli isimlerinden Trebor Scholz ve ekibinin New School'da 2010'dan beri aralıklarla düzenlediği "Digital Labor" başlıklı konferanslar izledi. Söz konusu konferansların içeriğine bakıldığında, dijital teknolojilerin artık birkaç "bilgisayar delisinin" tuhaf ilgi alanı olmanın ötesine geçtiği açıkça görülebiliyor. Konferanslarda ele alınan konular ve kavramlar oldukça çeşitli: çağrı merkezlerinde direniş, dijital TV ekonomisinde görünmez emek biçimleri, istihdam yasaları ve yaratıcı emek ilişkisi, dijital teknolojiler ve gazetecilik, otonomist Marksizm, dijital teknolojiler ve müzik üretimi, dijital platformlar ve güvencesizlik, Internet 2.0 ve öznellik, video oyun endüstrisi ve oyun ile çalışmanın iç içe geçmesi, trol kültürü, dijital teknolojiler ve müşterekler ilişkisi, feminizm ve dijital emek, dron teknolojileri ve emperyalizm, iletişimsel kapitalizm, yakınsama kültürü ve dijital emek, internet ve paylaşım ekonomisi.

Adını andığımız konferanslar ve katılımcıları, canlı bir tartışmanın kapsamlı sayılabilecek bir külliyatını da ürettiler. Bu alandaki çalışmaların tamamını burada ele alamasak da, köşe taşı sayılabilecek bazı çalışmalara işaret etmemiz gerekiyor.

Önceklikle Trebor Scholz'un *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory* adlı derlemesini anmamak olmaz. Tiziana Terranova'nın derlemedeki "Free Labor" başlıklı katkısının özellikle altını çizmek gerekir zira Terranova, internette gönüllülük temelli çalışma ile sömürü ilişkisini ilk kuran isimlerden. Yine bu derlemede Ayhan Ayteş'in Amazon Mechanical Turk adlı platformdan hareketle bilgisayarların yapamadığı işlerin (Human Intelligence Task) insanlara neredeyse bedavaya yaptırılmasına dair tarihsel ve teorik eleştirisi, Jodi Dean'in iletişimsel kapitalizm kavramından hareketle bloglara dair çalışması, Mark Andrejevic'in Internet 2.0'a referansla yabancılaşmayı yeniden gündeme alması önemli katkılar. Lisa Nakamura'nın dünyaca ünlü *World of Warcraft* oyununda, gelişmiş kapitalist ülkelerdeki tüketici oyuncuların yapmak istemedikleri işleri (gold farming) Çin'deki işçi oyunculara para karşılığı yaptırıp bir de üstüne ırkçılık yaptıklarını anlattığı makalesinin yanı sıra, son dönemde eserleri Türkçeye de kazandırılan Christian Fuchs'un internette sınıf ve sömürüye dair Marksist analizine de özellikle dikkat etmekte fayda var.

Scholz'un bu derlemesine ek olarak, *ephemera* dergisinin Kanada'da gerçekleşen konferans bildirilerini yayınladığı Kasım 2010 özel sayısında alana önemli katkılar yapıldığını görüyoruz (Burston, Dyer-Witheford, Hearn, 2010). Dijital emeğe dair hemen her çalışmanın bir şekilde ilişkilenmek durumunda kaldığı "gayrı maddi emek", "duygulanımsal emek" ve "güvencesizlik" gibi kavramları dolaşıma sokan otonomist Marksist ve sosyalist feminist kuramcıların bu literatüre katkıları da çok önemli (Berardi, 2009; Lazzarato, 1996, Federici 2012, Hochschild, 2003). Ekonomi politik perspektifli çalışmalar için Dan Schiller'ın *Digital Capitalism: Networ-*

king the Global Market System adlı kitabına, Vincent Mosco'nun *To the Cloud: Big Data in a Turbulent World* başlıklı çalışmasına ve bu sayıda kendisiyle söyleşi yaptığımız Nick Dyer-Witheford'un yeni çıkan *Cyber-Proletariat* adlı eserine, yine söyleşisiyle bu özel sayıya katkı veren Tiziana Terranova'nın *Network Culture: Politics for the Information Age* adlı kitabına bakılabilir.

Dijital emek, gerçekten de çok katmanlı bir alan. İletişim, antropoloji, sosyoloji, tasarım, bilim ve teknoloji çalışmaları gibi farklı disiplinlerden beslenerek hızla genişliyor. Büyük veri, finans ve algoritma (Crawford, 2014, Pasquale, 2015), dijital oyunlar (Dyer-Witheford ve de Peuter, 2009; Binark ve Bayraktutan, Bulut 2015, Galloway, 2004), arama motorları ve ırk (Noble, 2013), gözetim ve artı değer üretimi (Andrejevic, 2007; Baruh, 2007; Cohen, 2008) gibi konularda, içinde bulunduğumuz tarihsel anı kavramak adına sadece on yıl içerisinde önemli çalışmalar yapıldı.

Türkiye'de de dijital emek ve kültüre yönelik ilginin istenilen seviyede olmasa da arttığını görebiliyoruz. Özellikle Gezi İsyanı sırasında dijital teknolojilerin eylemciler tarafından etkili bir şekilde kullanılması, eylemcilerin sınıfsal konumuna dair tartışmalar, güvencesizlik alanındaki örgütlenme çalışmaları ve Nota Bene yayınlarının hazırladığı "Janus'un Çehresi" başlıklı dizi, bu konuyu daha fazla görünür kılmaya başladı.

Biz de söz konusu çabalara bir katkı sunmayı amaçladık ve elinizdeki özel dosyayla karşınızdayız.

Sayıya teorik bir yazıyla giriş yapmayı tercih ettik. Utku Özmakas, dijital emeğe dair teorik tartışmalarda illa ki değinildiğini belirttiğimiz "gayrı maddi emek" meselesini, Michel Foucault'nun "biyopolitika" ve "insan sermayesi" kavramlarıyla beraber ele alıyor. Foucault'nun "biyopolitika" tartışmalarında başvurduğu rekabet kavramının "gayrı maddi emek" ile beraber düşünmek gerektiğini söyleyen Özmakas'ın katkısı, otonomist Marksistlerin deyimiyle "sosyal fabrika"ya dönüşmüş Internet 2.0 gibi platformlarda oyun ve emek arasındaki çizgiyi belirsizleştiren üretim ve artı değer çıkarma süreçlerine dikkat çekmesi açısından önemli.

Zafer Kıyan ise iletişim alanında kalarak dijital kapitalizmi ekonomik süreçler ve aktörler üzerinden incelediği kapsamlı yazısında, dijital emek tartışmalarında Marksist ekonomi politiğin sağladığı eleştirel perspektiflerin bugünü anlamak için vazgeçilmez olduğunu anlatıyor. Kıyan detaylı bir analizle, metalar ve emek dijitalleşse de, kapitalizme özgü sömürü dinamiğinin devam ettiğini anlatıyor.

Kıyan'ı, Ezgi Pehlivanlı-Kadayıfçı'nın dijitalleşen üretim süreçlerinden hareketle mühendislik emeğini ve toplumsal cinsiyeti tartışan yazısı izliyor. Pehlivanlı-Kadayıfçı, hem dijital teknolojilerin mühendislik emeğinin vasıflarına etkisini, hem de bu etkinin erkek egemen bir cemaatte yarattığı farklı öznellikleri toplumsal cinsiyetle ve mühendisliğe dair toplumsal algılardaki dönüşümle beraber ele alıyor.

Ebru Seçkin ve Ayşe Nur Ökten, sermayenin krizine çare olarak ortaya çıkan çağrı merkezleri hakkındaki çalışmalarıyla sayıya katkı verdi. Seçkin ve Ökten, çağrı merkezlerinin yerel ekonomilere ve işgücüne doğrudan katkı sağlayacağı yönünde-

ki iddiaları Türkiye bağlamında sorguladıkları yazılarında, her ne kadar kısa vadede olumlu etkileri olabilse de, çağrı merkezlerinde, emeğin vasıfsızlaşması yönünde küresel bir eğilim olduğunu vurguluyor.

Gülbin Özdamar Akarçay ise Alevilerin sanal alemdeki örgütlenmesini Aleviweb.com üzerinden incelediği yazısında, Alevilerin "gerçek" hayattaki parçalı cemaat yapısının, "sanal" alemde de devam ettiğini bizlere gösteriyor. Özdamar Akarçay, Aleviliğin ne olduğuna dair yoğun tartışmaların yaşandığı geniş katılımlı bu forumun, Türkiye siyasetindeki gerilimlerden etkilendiği gibi, siber saldırılar ve gözetimle de baş etmek durumunda kaldığını bir etnografiyle gözler önüne seriyor.

Mutlu Binark, Şule Karataş, Tuğrul Çomu ve Eray Koca'nın ortak çalışması ise, Türkiye'nin gündemine son iki yıl içerisinde giren troller ve trol kültürü üzerine. Trollüğün tanımını, performanslarını ve dilsel pratiklerini, hem literatür hem de konunun uzmanlarıyla yaptıkları görüşmelerden hareketle inceleyen yazarlar, manipülasyon ve eğlence amaçlı trollük arasındaki farklara dikkat çekiyor. Araştırmacılar, özellikle hakaret ve nefret suçu ile beslenen trollerle mücadele için yeni medya okuryazarlığının önemini vurguluyor.

Elinizdeki sayıda, dijital emek ve kültür meselesine teorik ve ampirik açıdan yön veren iki önemli araştırmacıyla yapılmış mülakatlar da var. Tiziana Terranova ve Nick Dyer-Witheford'la, dijital emek sömürüsünü, dijital oyunları, toplumsal hareketler ve dijital teknolojileri, ve eleştirel teorinin dijitalle ilişkisini konuştuk.

Sayının hazırlanmasında bizlere değerli görüşleriyle ve bir anlamda "bedava emekleriyle" yardımcı olan anonim hakemlere hem yazarlar adına hem de kendi adımıza teşekkür ederiz.

ERGİN BULUT - AYHAN AYTEŞ

KAYNAKÇA

Andrejevic, M. (2007) "Surveillance in the Digital En closure", *The Communication Review*, *10*(4): 295–317.

Andrejevic, M. (2013) "Estranged Free Labor" Scholz, T (der.) *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory* içinde, Routledge, New York. 149-165.

Aytes, A. (2013) "Return of the Crowds: Mechanical Turk and Neoliberal States of Exception" Scholz, T (der.) *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory* içinde, Routledge, New York. 79-98.

Baruh, L. (2007) "Read at Your Own Risk: Shrinkage of Private Inquiry Rights in Interactive Media", *New Media and Society*, 9(2): 187-211.

Berardi, B. (2009) *The Soul at Work: From Alienation to Autonomy*, Semiotext(e), Los Angeles.

Binark, M., & Bayraktutan, G. (2008) *Dijital Oyun*, Kalkedon, İstanbul.

Bulut, E. (2015) "Glamor Above, Precarity Below: Immaterial Labour in the Video Game Industry", *Critical Studies in Media Communication*, 32 (3): 193-207.

Burston, J., Dyer-Witheford, N., & Hearn, A. der. (2010) Digital Labour: Workers, authors, citizens. *ephemera*, *10*(3/4), 214–537.

Cohen, N. (2008) "The Valorization of Surveillance: Towards a Political Economy of Facebook", *Democratic Communique*, *22*(1): 5–22.

Crawford, K. 2014 "The Anxieities of Big Data", *The New Inquiry*. 46. http://thenewinquiry.com/essays/the-anxieties-of-big-data/

Dean, J. (2013) "Whatever Blogging" Scholz, T (der.) *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory* içinde, Routledge, New York. 127-147.

Dyer-Witheford, N., & de Peuter, G. (2009) *Games of Empire: Global Capitalism and Video Games*, University of Minnesota Press, Minneapolis.

Dyer-Witheford, N. (2015) *Cyber-Proletariat: Global Labour in the Digital Vortex*, Pluto Press, Londra.

Federici, S. (2012) *Revolution at Point Zero: Housework, Reproduction, and Feminist Struggle*, PM Press/Common Notions/Autonomedia, ABD.

Florida, R. (2005) *Cities and the Creative Class*, Routledge, New York, London.

Galloway, A. (2006). *Gaming: Essays on Algorithmic Culture*, University of Minnesota Press, Minneapolis.

Hochschild, A. R. (1983) *The Managed Heart: The Commercialisation of Human Feeling*, University of California Press, Berkeley.

Lazzarato, M. (1996) "Immaterial Labor". Virno, P. ve Hardt, M. (der) *Radical Thought in Italy* içinde University of Minnesota Press, Minneapolis, 133–51.

Mosco, V. (2004) *The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace*, MIT Press, Massachusetts.

Mosco, V. (2014) *To the Cloud: Big Data in a Turbulent World*, Paradigm Publishers, Boulder.

Nakamura, L. (2009) "Don't Hate the Player, Hate the Game: The Racialization of Labor in World of Warcraft", *Critical Studies in Media Communication*, *26*(2): 128–144.

Noble, S. (2013) "Google Search: Hyper-Visibility as a Means of Rendering Black Women and Girls Invisible", *Invisible Culture*: 19.

Pasquale, F. (2015) *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*, Harvard University Press, Cambridge.

Scholz, T. der. (2013) *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*, Routledge, New York.

Schiller, D. (1999) *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*, MIT Press, Cambridge.

Terranova, T. (2004). *Network Culture: Politics for the Information Age*, Pluto Press, Londra.

İnsan sermayesinin kaynağı: Maddi olmayan emek

*Utku Özmakas**

Özet: Bu makale Michael Hardt ve Antonio Negri'nin İtalyan Otonomist hareketinden devraldıkları "maddi olmayan emek" kavramını incelemektedir. Öncelikle düşünürlerin disiplin toplumundan denetim toplumuna geçişin bir parçası olarak düşündükleri "ekonominin postmodernleşmesi" ve post-Fordist üretim süreci ele alınarak, iş ve işçi figürlerinin anlamının nasıl bir değişime maruz kaldığı incelenmektedir. Bu çerçevede maddi olmayan emeğin çeşitli boyutları betimlenerek, kavrama yönelik bazı eleştirilerden söz edilmektedir. Bunun ardından Michel Foucault'nun yönetimsellik ve neoliberalizm arasındaki kurduğu bağlantı değerlendirilecek ve bu bağlamda "rekabet" kavramının önemi vurgulanacaktır. Bu temelde Foucault'nun son dönem düşüncelerinin maddi olmayan emek kavramını yorumlamada nasıl yeni imkânlar açabileceği tartışılacaktır. Böylelikle Foucault'nun *The Birth of Biopolitics* başlıklı kitabında "genetik" örneğinde ortaya koyduğu "insan sermayesi" kavramının, Hardt ve Negri'nin "maddi olmayan emek" kavramına ilişkin tartışmasına eleştirel bir katkı olarak yorumlanabileceği ileri sürülmektedir.

Anahtar sözcükler: Maddi olmayan emek, Michael Hardt, Antonio Negri, Michel Foucault, insan sermayesi.

Giriş

İster aleni ister zımni olsun, bir kopuşu ima eden her düşünce iletişim ve anlama araçlarının değiştiğini işaret eder. Bu yeni yol levhası, yalnızca önce ile sonra, eski ile yeni arasında bir ayrımı göstermekle kalmaz; aynı zamanda daha önce söz konusu olmayan bir alana inşa edilebilecek bir zeminin keşfini, bir başlangıcı da işaret eder. Gelgelelim, insan bilimleri söz konusu olduğunda yeninin kök salmasını sağlayacak temel araçlar, çoğunlukla önceki düşüncelerin olanaklı kıldığı bir toprağı çapalarlar. Bundan ötürü de, öncekinden miras aldığını

(*) Hacettepe Üniversitesi, Felsefe Bölümü, Araştırma Görevlisi.

yeninin gramerine uygun bir biçimde dile getirmek, belli bir teorik keşfi gerektirir. Böylece kopuş, geride bıraktığının yükünü, yine geride bırakmanın enerjisiyle yeni olana taşıyabilecektir. Michael Hardt ve Antonio Negri, böylesi bir yeniyi işaret edebilmiş, özgün bir teorik keşif yapabilmiş iki düşünürdür. Ne var ki bu keşfi anlamlandırabilmek için önce eskiye uğramak ve başlangıcın izlerini bu topraklarda sürmek gerekir.

Gilles Deleuze "Düşünmek, her zaman deneylemektir, yorumlamak değil, deneylemek ve deneyim, her zaman aktüel olan, doğmakta olan, yeni olan, olmakta olandır" der (2006: 120). İşte, Hardt ve Negri'nin düşüncelerinin oluşumunda belirleyici olan da, 1960'lardan sonra ortaya çıkan deneyimler ve dönemin İtalyan düşünürlerinin bu deneyimi kavramakta kullandıkları teorik alet kutusudur. Mario Tronti, İkinci Dünya Savaşı sonrasında yaraların sarılmaya başladığı bu dönemi "İtalya'da gelişmiş kapitalizmin atağa kalktığı, zirai-endüstriyel toplumdan endüstriyel-zirai topluma bir geçişin gerçekleştiği, emek gücünün köylü Güney'den endüstriyel Kuzey'e doğru göç ederek yer değiştirdiği bir dönem" olarak tarif eder (2010: 186). Bu dönemde endüstriyel işin yapısı değişmeye başlamış; piyasa üzerine yapılan çalışmalar, üretim mekânında yapılabilecek değişiklikler vasıtasıyla verimliliğin arttırılmasından tüketimin nasıl arttırılabileceğine ve işin yaşamın başka alanlarına nasıl sirayet edebileceğine doğru kaymıştır. Geleneksel Marksizmin söz konusu yeni konjonktürdeki soruları yanıtlamakta yetersiz olduğunu ileri süren bir dizi düşünür, doğmakta olanın, yeninin sesine kulak vererek, *Potere Operaio* (*İşçilerin Gücü*) ya da daha genel adıyla *Operaismo* (*İşçicilik*) hareketinin fitilini ateşlemiştir. Büyük bir çoğunluğunu, yolu bir zamanlar İtalyan Komünist Partisi'ne düşmüş isimlerin oluşturduğu bu hareket, temel olarak iki dergi etrafında toplanmıştı: 1961 yılında yayıma başlayan *Quaderni Rossi* (*Kızıl Defterler*) ve 1964'te yayıma başlayan *Classe Operaia* (*İşçi Sınıfı*). Bu dergiler vasıtasıyla İtalyan entelektüel hayatında önemli bir yer edinen *Potere Operaio* hareketi 3 Haziran 1973 tarihinde çatışmalar ve ayrılıklar nedeniyle resmi olarak feshedildi. Ne var ki, bu sonuç *Operaismo* hareketinin doğuşunun yolunu açmıştı. İşçilerin eylemlerine sokaklardaki gençlerin ve bilhassa üniversite öğrencilerinin protestolarının da eklemlenmesiyle ortaya çıkan *Autonomia Operaia* (*Otonom İşçiler*) hareketi çok daha toplumsal bir boyut kazandı.

Olup bitenler, entelektüel açıdan yeni bir anlamlandırma çabasının gerekliliğini gösterdi. 1960'lardan itibaren toplumsal dokuda yaşanan değişim, Mario Tronti, Raniero Panzieri, Maurizio Lazzarato ve Antonio Negri gibi hareketin öncü isimlerini yepyeni sorularla karşı karşıya bıraktı. Elbette bu sorular en temelde üretim alanında ortaya çıkan teknolojik gelişmelerin bir sonucu olmakla birlikte bununla da sınırlı değildi. Otonomist hareketi şekillendiren düşünürler, söz konusu değişimlerin işin yapısını ve niteliklerini değiştirdiğini, iş ile yaşam arasındaki sınırların bulanıklaştığını ileri sürmüşlerdir. Doğal olarak bura-

da iki sonuç ortaya çıkıyordu: Birincisi, geleneksel Marksizm bu sorulara yanıt vermekte yetersiz kalıyordu; ikincisi, bu yeni durumdaki potansiyel direniş ve alternatif kurma imkânları yeterince değerlendirilmiyordu.

Otonomistlere göre en temel sorunlardan biri, genel olarak "kol emeği" şeklinde adlandırılan emeğin her geçen gün daha fazla "zihinsel" bir emeğe dönüşmesiydi. "Kol" ve "kafa" emeği arasındaki eski ayrım geçersizleşmeye başlamış, üretici etkinliğin örgütleniş formu yalnızca maddi bir boyut taşımanın ötesine geçmiştir. Dahası, teknolojik gelişmeler doğrudan doğruya üretim safhasında ve işçi cephesinde bazı değişikliklere yol açmıştı. Örneğin, Raniero Panzieri, 1963'te Kuzey İtalya'daki araba fabrikalarını incelemiş ve montaj bandında çalışan işçilerin gücünü azaltmak maksadıyla teknolojik gelişimlerin fabrikalara nasıl entegre edildiğini incelemişti (Dyer-Witheford, 2015: 9-10). Bir başka önemli isim olan Romano Alquati ise 1961 gibi erken bir tarihte Olivetti fabrikasında gerçekleştirdiği bir çalışmayla Marksizm ve enformasyon teknolojileri arasındaki uçurumu ele almıştı. Matteo Pasquinelli'nin ifadesiyle Alquati'nin "Olivetti Fabrikası'nda Sermayenin Organik Oluşumu" adını taşıyan bu "militan soruşturma"sı, *Quaderni Rossi*'nin ikinci (1962) ve üçüncü (1963) sayısında iki kısım halinde yayımlanmıştır. "Canlı emek kavramıyla sibernetik alanındaki enformasyonun tanımı arasında kavramsal bir köprü olarak *değer biçici enformasyon* kavramını" öneren bu çalışmanın ilginç yanı, Alquati'nin işçileri yalnızca üretim bandında emek sarf eden değil, aynı zamanda özelleşmiş bir tür bilgi üreten kişiler olarak da kavramasıdır. Alquati'ye göre bu işçilerin geleneksel işçi figüründen en büyük farklarından biri "enformasyon" üretmeleridir. Ayrıca bu erken ve özgün örneğin bir başka önemli özelliği de, *değer biçici enformasyon* kavramı üzerinden toplumla makine arasında kurulan analojik ilişkidir (Pasquinelli, 2015). Kısacası, Alquati'nin araştırmasının bir örnek teşkil ettiği İtalyan Otonomistleri, geleneksel iş ve işçi figürlerini sorgulamaya 1960'larda başlamışlardı.

Değişimlerin öteki cephesinde ise "enformasyon" kavramının üretim sahasında ciddi bir önem kazanması yer alır. Burada kavramsal bir ayrımı işaret etmek gerekir: "Bilgi"den farklı olarak "enformasyon" kavramına yapılan bu vurgu, aslına bakılırsa "postmodern durum"la birlikte bilginin statüsündeki bir değişimi işaret etmektedir. Jean-François Lyotard'a göre 1950'li yıllardan itibaren bilginin statüsü değişmiş ve bilgi süreci iki temel işlevi açısından bu değişimden etkilenmiştir. Bunlardan birincisi, bilginin aktarılması ve iletilmesi; ikincisi ise bilgiyi işlemekte kullanılan aletlerin yapısıdır. Bu değişimler ise temel olarak bilginin kendi başına bir "üretim gücü" haline gelmesine yol açmıştır (Lyotard, 2013: 11-18). Enformasyonun hem içeriği hem de biçimi açısından böylesi önemli bir pozisyona gelmesi, onu anlamak ve kullanmakta kullanılan formülleri yeniden düşünmeyi gerektirmişti. Alquati gibi, Hardt ve Negri de bu değişimlerin eski formülleri geçersiz kıldığını düşünüyordu. Bu nedenle doğmak-

ta olanı kavramak için kökleri geçmişte olmasına rağmen, uçları yeniye uzanan bir teorik sentezin peşine düşmüşlerdi. Bu yolda "Foucault ile Marx'ı bir araya getiren" (Negri, 2008: 13) ikili, Benedictus Spinoza'dan yola çıkarak, özellikle Tronti, Paolo Virno ve Maurizio Lazzarato'nun etkili olduğu İtalyan Otonomist geleneğini, Michel Foucault'nun biyopolitikaya ilişkin görüşlerini ve Gilles Deleuze'ün rizom ve yatay örgütlenmeye dair düşünceleriyle harmanlamışlardır.[1] Bu düşüncelerin bir araya getirilmesiyle oluşturdukları kavramsal ağın temel geçiş, kopuş ve başlangıç noktalarına odaklanılarak, maddi olmayan emek kavramının yapısı ortaya konabilir.

Disiplinden denetime: Makineler

> Her toplum tipine tekabül edecek bir makine tipi elbette ki bulunabilir: Hükümranlık toplumları için basit ya da dinamik makineler, disiplin toplumları için enerji makineleri, denetim toplumları için sibernetik makineler ve bilgisayarlar. Ama makineler hiçbir şeyi açıklamaz, makinelerin yalnızca bir kısmını oluşturduğu kolektif örgütlenmelerin çözümlenmesi gerekir.
>
> Gilles Deleuze

"Makine", kökleri 13. yüzyıla kadar uzanan; ancak bugünkü anlamını büyük oranda 17. yüzyılda kazanmış bir terimdir. 17. yüzyıldan itibaren ortaya çıkan makinelerse üretimin yapısını değiştirecek denli işlevsel niteliklere sahip olmalarıyla fiili etkilerini bambaşka bir boyuta taşımayı başarmıştır. El aletlerinden bilgisayara doğru gerçekleşen bu evrim, hem verimlilik kapasitesiyle hem de ekonomik işlevselliğiyle makinenin büyük bir önem kazanmasına yol açmıştır. Dahası, fiili etkisinin çağındaki diğer gereçlerle karşılaştırıldığındaki göreli önemi ve gelişme hızı, "makine"yi yalnızca teknik bir gereci adlandırmakta kullanılan bir terim olmanın ötesine geçirmiştir. Gerald Raunig'in işaret ettiği üzere makinenin "Terminolojik alanının daraltılmasına, teknik çağrışımının öteki bütün anlamlarını giderek marjinalleştirmesi ve metaforik hale getirme süreci eşlik etmiştir. Bu süreçte makine olarak insan, makine olarak devlet ve makine olarak dünya gibi metaforların çoğaltılması söz konusudur" (2010: 20). Böylelikle "makine" bir terimden bir metafora doğru genişleyerek, anlam ve çağrışım havuzunu genişletmiştir. Bu anlamsal kazanımın iki veçhesi vardır: Birincisi, "model" ile "metafor" arasındaki ilişkide yatar. Sigmund Freud'un işaret ettiği yoldan gidersek "model" yalnızca "metafor"un teknik açıdan daha detaylandırılmış, uygulanmaya daha müsait ve daha kolay anlaşılabilir bir biçimidir. Bu nedenle 17. yüzyıldan sonra metaforlaşma vasfını haiz olan makinenin artık aynı zamanda toplumsal bir "model" olarak düşünülebilmesi pek de zor değildir. Makinenin açıklayıcı bir model olması, yukarıdaki Deleuze alıntısında da ifade

1 Bu düşünsel hattın içeriğini ve tarihini kavramak için bkz. Wright 2002.

edildiği üzere tek başına yeterli değilse de bir başlangıç noktası olarak iş görecektir. Bu anlamsal kazanımın ikinci veçhesiyse makinenin kendinden önceki metaforu ya da daha onun bir üst basamağı olarak modeli değiştirme ve dönüştürme kapasitesidir.[2]

"Şimdinin politik kuruluşu"nu hem teorik hem de pratik açıdan betimlemek isteyen Hardt ve Negri, dünya tarihindeki ekonomik paradigmaları inceleyerek, çağımızın kolektif örgütlenmesinde başat rol oynayan makineyi, yani modeli ortaya koyar. Hardt ve Negri'ye göre başat sektörler bazında ekonomik açıdan üç temel dönemden söz edilebilir: Bunlardan birincisi tarıma ve hammadde çıkarılmasına; ikincisi endüstri ve dayanaklı malların üretimine ve üçüncüsü de hizmet ve enformasyon üretimine dayanır. Birinci aşamadan ikinci aşamaya yaşanan kopuş ekonomik modernleşmeyi, ikinci aşamadan üçüncüye doğru yaşanan geçiş ise ekonomik postmodernleşmeyi veyahut "enformatikleşme"yi ifade eder. Ekonomik postmodernleşmenin ortaya çıkmasını sağlayan temel etmenlerden biri, üretimde post-Fordist bir düzene geçilmiş olmasıdır. Hardt ve Negri'ye göre ekonomik düzenin değişip post-Fordist bir aşamaya geçilmesinde Vietnam Savaşı, 1968 olayları ve bir dizi anti-emperyalist mücadele rol oynamıştır. İkili post-Fordizmden şunu anlar: Enformasyona dayalı, üretimin merkezsizleştiği, büyük oranda –ileride ele alınacak olan– maddi olmayan emeğin belirleyici olduğu, modernden postmoderne geçişi işaret eden bir üretim rejimi. Burada etkin olan da *toplumsal işçi* figürüdür. Yani, artık montaj ya da üretim bandının yanı başında, mesai saatlerine riayet ederek, işi ile yaşamı arasındaki mesafeyi koruyarak çalışan bir işçi figürü yoktur. Dahası, bu sadece emekçi cephesinde yaşanan bir değişim değildir. Post-Fordist üretim süreçleriyle birlikte üretim mekânlarının yanı sıra emek denetim stratejileri de değişmiştir.

Hardt ve Negri için hem ekonomik hem de genel anlamda modernden postmoderne geçiş, aynı zamanda "disiplin toplumundan kontrol toplumuna geçişi" de gösterir (2002: 47). Bu nedenle önce bu geçişi ele almak gerekir. Michel Foucault *Discipline and Punish* adlı yapıtında bir *disiplin çağı*nda olduğumuzu ifade eder. Bu dönemin disiplin aygıtları ise Batı metafiziğinin yoğunlaştığının aksine ruhu değil, bedeni temele alır. Ne var ki, bu aygıtlar basit bir biçimde beden üzerinde tahakküm kurma amacıyla hareket etmezler; tahakküm burada kaçınılmaz bir ilişkiselliğin adından başka bir şey değildir. Burada asıl sorun, itaatkâr olduğu kadar yararlı da olan bir yönetim tekniğinin inşa edilebilmesidir: "Disiplinlerin tarihsel ânı, ne yalnızca insan bedeninin vasıflarının artmasını ne de bu bedenin boyunduruk altına alınmasının pekiştirilmesini hedef alan andır; aksine onu mekanizma içerisinde yararlı olduğu kadar itaatkâr, ita-

2 Bu başlı başına ayrı bir tartışma olduğu için burada ele alınmayacaktır; ancak yine de kast edilene bir örnek teşkil etmesi bakımından şu hususa değinebiliriz: "Makine" metaforundan önce tahtta oturan "organizma" metaforu/modeli ardılından ciddi bir biçimde etkilenmiştir. Platon'un organizma metaforu ile Donna Haraway'inki arasındaki karşılaştırma yapıldığında sonradan gelenin öncekini nasıl dönüştürdüğünün ilginç bir örneğiyle karşı karşıya kalınır.

atkâr olduğu kadar da yararlı hale getiren bir ilişkiyi oluşturan insan bedeni sanatının doğduğu andır" (Foucault, 1979: 137-8). Böylece ortaya çıkan "iktidar mekaniği" veyahut başka bir deyişle "politik anatomi", "yalnızca onlardan istenenleri yapmaları için değil, aynı zamanda canlarının istedikleri gibi davranabilecekleri, onların belirlediği hız ve etkinliğe göre belirlenen tekniklerle iş görebilmeleri için başkalarının bedenlerinin nasıl gasp edileceğini betimler. Böylelikle disiplin, tabi olmuş/özneleştirilmiş ve üzerinde çalışılmış bedenler, 'itaatkâr bedenler' üretir" (Foucault, 1979: 138). "İtaatkâr bedenler"in ortaya çıkmasında etkili olan disiplinler, 17. yüzyıldan bu yana sürekli olan alanını genişletme ve toplumsal bedeni tamamen ele geçirme eğilimdedir. Topluma her aşamasında müdahil olmak isteyen disiplinler, –yalnızca bunlarla sınırlı olmasa da– büyük oranda kapatma kurumları ve mekanizmaları vasıtasıyla işlemektedir. Sonuçta, disiplin mekanizmaları ister kapatma kurumları ister başka mekanizmalarla olsun, bunların dayandığı farklı teknikler vasıtasıyla iktidar mekaniğini istediği amaca ulaştıran bir *makine*yi oluştururlar.

Gilles Deleuze ise Foucault'nun bu belirleniminin "hapishane" metaforundan yola çıkılarak ulaşılmış, bu nedenle de ağırlıklı olarak fiziksel mekânın belirleyiciliğini üzerinde taşıyan bir saptama olduğunu dile getirir. Ne var ki, Deleuze'e göre artık disiplin toplumlarından söz edilemez; çünkü disiplinlerin dayandığı kapatma kurumları krizdedir. Foucault için birbirinin muadili olan hapishane, fabrika, okul gibi kapatma kurumları, çeşitli reformlarla kurtarılmaya çalışılsa da, aslında işlevlerini yitirmişlerdir. Bu nedenle "Disiplin toplumları, şimdiden artık olmadığımız, olmayı bıraktığımız şeydir" ve "Disiplin toplumlarının yerini alacak olan *denetim toplumlarıdır*" (Deleuze, 2006: 199). Denetim toplumlarındaki makine düzeneği, bilişim araçları ve bilgisayarlarla karakterize edilir. Bunun nedeni de, üretim ve mülkiyet zaviyesinden bakıldığında kapitalizmin geçirdiği dönüşümle ilgilidir. Buna paralel olarak Hardt ve Negri de "ekonominin postmodernleşmesi" diye adlandırdıkları süreci bilgisayar metaforuyla açıklarlar. Bu anlamda disiplin toplumundan denetim toplumuna geçiş, aynı anda hem iktidarın yapısına hem de yaşamla işin ilişkisine dair bir değişimi işaret eder.

Hardt ve Negri, yeni toprakların eski haritayla keşfedilemeyeceğini ileri sürer. Onlara göre "Marx, *Grundrisse*'ye 1857 tarihli girişindeki yöntemle ilgili kısa ve öz bölümde, anlama tarzımızın güncel toplumsal dünyaya uygun olması gerektiğini, dolayısıyla da tarih boyunca değişmesi gerektiğini açıklar: Yöntem ve töz, biçim ve içerik birbirine tekabül etmelidir. Ancak bu da, tarih ilerleyip toplumsal gerçeklik değişince eski teorilerin yetersiz kalacağı anlamına gelir. Yeni gerçeklik karşısında yeni teorilere ihtiyacımız olur" (2004: 156-7). Bu nedenle disiplin toplumundan denetim toplumuna geçiş, eski emek değer teorileriyle açıklanamaz.[3] İkili, enformatikleşmeyle birlikte endüstriyel üretimin öneminin azaldığını; ancak buna mukabil olarak tahakküm tekniklerinin sayısının ve

3 Bu konuda bir eleştiri için bkz. Camfield 2007.

yoğunluğunun arttığını ileri sürer. Bu tabloda endüstriyel üretim, yerini hizmet sektörüne bırakmaktadır. Ne var ki, bu endüstriyel üretimin ya da emeğin tamamen ortadan kalkması manasına gelmez; aksine "imalatın hizmetleşmesi" olarak formüle edilebilecek bir anlayışın baskınlık kazanması söz konusudur. Post-Fordizmi şekillendiren bu anlayış hem emeğin üretim biçiminde hem emekçi de hem de emeğin kendisinde çeşitli değişikliklere yol açacaktır. Örneğin, Fordist süreçlerde belli bir saat aralığında, belli bir mekânda çalışan işçi figürü ortadan kalkacaktır. Bunun yerine otonomistlerin "işle yaşamın birbirine karışması" dedikleri bir süreç gerçekleşecek ve esnekleşen emek biçimleri nedeniyle artık "mesai saati" mefhumu olmaksızın çalışan, işi ve karakterini özdeşleştiren ve her an artı-değer üreten bir işçi söz konusu olacaktır. Bu anlayışın bir başka sonucu da emeğin üretilmesi için kurulan "fabrika" gibi fiziksel mekânlara artık büyük oranda ihtiyaç duyulmayacak olmasıdır. Böylece emek üretimi fiziksel bir merkeze ihtiyaç duyulmayan, dağınık bir görünüm arz edecektir. Bunun yanı sıra fabrikanın yokluğu doğal olarak emeğin denetlenmesinde kullanılan stratejilerin de değişmesini getirecektir. Sonuçta, endüstriyel üretimin kendisine "enformasyon makinesi"ni model olarak almasıyla bir eşik atlanmış ve yeninin sularına yelken açılmıştır.

Maddi olmayan emek

Söz konusu enformatikleşme sürecinin kalbinde "maddi olmayan emek" kavramı yatar. Hardt ve Negri, "Hizmet üretimi sonuçta ortaya maddi ve kalıcı bir mal çıkarmadığından, bu üretimle ilgili emeği maddi olmayan emek olarak adlandırıyoruz; yani, bir hizmet, bir kültürel ürün, bilgi ya da iletişim gibi maddi olmayan mallar üreten emek" der (2002: 303). Hardt ve Negri, bu kavramı İtalyan Otonomistlerinin 1960'lı ve 1970'li yıllardaki tartışmalarından ödünç almışlardır; ancak biraz yakından bakıldığında kavramın köklerinin çok daha eskilere dayandığı kolaylıkla görülebilir.

Kavramı 19. yüzyılda ilk kez dile getiren kişi, Henry Storch'tur. Hatta Karl Marx, *Artı-Değer Teorileri*'nde doğrudan kavramı kullanmamış olsa da, bir noktada Storch'un tartışmasının bağlamına değinir (Haug, 2009). Ne var ki, bu kavram aslen İtalyan Otonomist hareketinin önde gelen isimlerinden olan Maurizio Lazzarato'nun katkısıyla bugünkü ününe kavuşmuştur. Lazzarato'ya göre,

> Maddi olmayan emek kavramı emeğin *iki farklı yönüne* işaret eder. Bir yandan, metanın 'enformasyonel içeriği' bakımından, maddi olmayan emek; dolaysız emek için gerekli olan becerilerin artan şekilde sibernetik ve bilgisayar hakimiyetine (ve yatay ve dikey iletişim) dair beceriler gerektirdiği endüstri sektörü ve üçüncü sektörlerdeki büyük şirketlerde çalışan işçilerin emek süreçlerinde gerçekleşen değişimlere doğrudan bir gönderme yapar. Öte yandan, maddi olmayan emek metanın 'kültürel içeriğini' üreten etkinlik bakımından, normalde 'iş' olarak kabul edilmeyen bir dizi etkin-

> liği içerir; diğer bir deyişle, kültürel ve sanatsal standartları, modayı, zevkleri, tüketici normlarını ve daha stratejik olarak kamuoyunu belirlemeye ve kurmaya yönelik etkinlikleri (Lazzarato, 2005: 227-228).

Bu anlamda maddi olmayan emek, yalnızca üretim ve emek cephesinde yeni bir veçheyi değil, aynı zamanda öznellik üretiminde de yeni bir boyutu ifade eder. Örneğin, Mark Coté ve Jennifer Pybus, Facebook ve benzeri sosyal ağları temele alarak, "maddi olmayan emek 2.0" kavramını ortaya koydukları makalelerinde, söz konusu ağların en başta profil oluşturulması marifetiyle kullanıcılarını "özne olmaya" davet ettiğini ifade etmektedir (2011: 170). Bu çağrı basit bir biçimde maddi dünyadaki öznelliğin sanal ortama tercüme edilmesi şeklinde gerçekleşmez. Bunun temel nedenlerinden birisi, Julian Raul Kücklich'in (2009) ifade ettiği üzere gerçek dünya ile sanal dünya arasında böylesi basit bir benzeşim ilişkisi olmamasıdır. Sosyal ağlar, böylesi bir benzeşimin ötesinde "toplumsal fabrikalar"dır ve bu fabrikalarda bir "dijital emek" üretilmektedir. Post-Fordist koşullar içerisinde üretilen bu emek, profilin takipçilerini potansiyel birer müşteriye, profil sahibini ise bir satıcıya dönüştürmektedir. Örneğin, yüksek takipçi sayısına ulaşmış ya da özelleşmiş takipçilerin izlediği sosyal medya hesaplarının; kozmetik ürünler, kitap önerileri, teknolojik araçlar vd. alanlarda uzmanlaşmış kimi bloggerların zaman içerisinde sosyal ağ hesaplarına reklam almaları bunun en bilinen örnekleri arasındadır.

Burada söz konusu olan yalnızca profillerin zamanla piyasanın sanal dünyadaki gereksinimlerine hizmet etmek için dönüşmesi değildir. Erving Goffman'ın işaret ettiği üzere burada –daha sonra ele alacağımız üzere– bir "performans" söz konusudur ve her performans belli bir vitrine yöneliktir. Sosyal ağlarda kullanıcıların kendi elleriyle ürettikleri profiller, Coté ve Pybus'a göre, "değiş tokuş ve artı değerin kârlı can damarıdır" (2011:183); çünkü söz konusu ağların piyasa değeri arttıkça kullanıcıların dijital emekleri vasıtasıyla ortaya çıkan artı değer de katlanmaktadır. Yani vitrin genişledikçe performansın donanımı ve repertuvarı genişler. Bu anlamda sanal dünyadaki öznellik üretimi hızla kâra dönüşmektedir. Coté ve Pybus'un adlandırmasıyla "benliğin dijital arşivleri", tekno-toplumsallığın bir parçası olarak söz konusu ağlarda üretilip sürekli olarak güncellenmektedir. "Toplumsal *ve* ekonomik ilişkilerin yeni biçimlerinin paradigması"nı (2011: 185) oluşturan bu arşivler, sürekli olarak artı değer üretme döngüsü içerisinde konumlanmakta; herhangi bir sabit üretim merkezi ya da zaman aralığı gerektirmeksizin enformasyon üretimine katkı sunmaktadır.

Hardt ve Negri'ye göre maddi olmayan emeğin enformatikleşme sürecinde bu kadar büyük bir öneme sahip olmasının nedeni, söz konusu emeğin nicel anlamda olmasa da, baskın hale gelmesidir. Maddi olmayan emek, "diğer tüm emek biçimlerine belirli bir eğilimi dayatmış ve kendi nitelikleri doğrultusun-

da onları dönüştürmeye başlamış ve bu anlamda da hegemonik bir konum elde etmiştir" (Hardt ve Negri, 2004: 157). Bu durum, yukarıda söz edilen "imalatın hizmetleşmesi" süreciyle paralel olarak düşünülmelidir. Endüstriyel emek, nicel anlamda halen belirleyicidir; ancak baskın olan anlayış maddi olmayan emeğin üretim biçiminde somutlaşmaktadır.

Hardt ve Negri, ortaya doğrudan kalıcı bir meta çıkarmayan bu emeğin "fikirler, semboller, kodlar, metinler, dilsel figürler, imajlar gibi ürünler" ürettiği ileri sürerler (2004: 122). İkili bu emek türünü bilgisayar modeliyle açıklarlar. Bunun nedeni, temel olarak söz konusu emeğin enformasyon ve iletişim teknolojileriyle kurduğu ilişkidir. Yine de bilgisayar modeli bu emeğin yalnızca bir boyutunu açıklayabilir; çünkü "Maddi olmayan emeğin öteki yüzü insani ilişki ve etkileşimdeki *duygulanımsal emek*tir" (Hardt ve Negri, 2002: 305).[4] Bu emek türü, duygulanımların yaratılması veyahut manipüle edilmesine dayanır. Bu nedenle de ortaya doğrudan bir meta çıkarmaksızın, birtakım duyguların üretilmesini içerir. İkiliye göre duygulanımsal emek, özellikle insani etkileşimin bel kemiğini oluşturduğu hizmet sektöründe baskın bir role sahiptir. Sağlık hizmetleri, eğlence sektörü ve enformasyona dayanan hizmetler bunun en büyük örnekleri arasında yer alır. Bu bağlamda ikili, maddi olmayan emeği üç temel boyut içerisinde ele anlamak gerektiğini işaret eder:

> Birincisi, enformatikleşmiş ve bizatihi üretim sürecini dönüştürecek bir şekilde iletişim teknolojilerini bünyesine katmış bir endüstriyel üretimle ilgilidir. İmalat bir hizmet sayılır; dayanıklı malların üretimindeki maddi emek, maddi-olmayan emekle karışır ve maddi-olmayan emek halini almaya başlar. İkincisi, bir yandan yaratıcı ve zekâ ürünü manipülasyon ve öte yandan da rutin simgesel manipülasyona ayrılmış analitik ve simgesel işlerdeki maddi-olmayan emektir. Son olarak, maddi-olmayan emeğin üçüncü türü duygulanımın üretimi ve manipülasyonuyla ilgilidir; (aktüel ya da virtüel) insani ilişki gerektirir, yani bedensel emek tarzıdır. Küresel ekonominin postmodernleşmesinde başı çeken bu üç tür emektir (Hardt ve Negri, 2002: 305-306).

Bu üç boyut çerçevesinde düşünüldüğünde birkaç önemli sonuçtan söz edilebilir. Bunlardan ilki, üretimin fiziksel mekâna bağımlılığının azalması ve buna bağlı olarak merkezsizleşmesidir. Endüstriyel üretimin aksine belli bir üretim mekânına duyulan ihtiyaç ortadan kalkmıştır. Böylesi bir mekânın olmayışı, işin parçalanmasını ve belli bir merkez olmaksızın da gerçekleştirilebilmesini sağlamıştır. Böylelikle Fordist sürecin bir simgesi olan "üretim bandı"nın yerini –maddi olmayan emeğin enformasyon teknolojilerine dayanarak örgütlenmesinden ötürü– "ağ" modeli almıştır. Bu model sayesinde işin enformasyon sü-

4 Burada asıl tema olmadığı için detaylı olarak ele alınamayacak olsa da, feminist düşünürler Hardt ve Negri'nin "duygulanımsal emek" kavramına yönelik esaslı eleştiriler getirmiştir. Bunlardan bazıları için bkz. Federici 2011; 2012 ve Jarett 2013.

reçlerine entegre edinilmesi de kaçınılmaz hale gelmiştir. Ne var ki tüm bu süreç, emek denetleme stratejilerinin de değişmesine yol açmıştır: "Üretimin merkezkaç kuvveti denetimin merkezileşme eğilimi tarafından dengelenir" (Hardt ve Negri, 2002: 309). Yani, üretim mekânı dünyanın dört bir yanına dağılırken, bu üretimi denetleyecek mekanizmaların tek bir merkezde toplanması mecburiyeti doğmuştur. Böylelikle disiplinin fiziksel mekânından çıkılarak denetimin "yok-yer"ine geçilmiş olur. Artık, belli bir mekânda işçilerin başında duran bir iş denetim stratejisinden söz edilemez. Aksine işin ve emeğin "esnekleşmesi", aynı oranda denetimin de hareket kabiliyetinin artmasına yol açar. Bu durum özellikle esnek emeğe dayanan hizmet sektöründe çok daha açık hale gelir. İşveren "freelance" çalışan kişilerin özlük haklarını karşılamak zorunda kalmadığı gibi, işin yapılması için belli bir fiziksel mekân satın almak ya da kiralamak zorunda da değildir. Dahası, çalışanlarını çeşitli iletişim teknolojileri vasıtasıyla sürekli olarak denetim altında tutabilir.

Maddi olmayan emeğin bir başka önemli boyutu ise yukarıda kısaca söz edildiği üzere *duygulanımsal emek*tir. "Duygulanımsal emek, rahatlık, esenlik, tatmin, heyecan ya da tutku gibi hisleri üreten ya da işleyen bir emektir" (Hardt ve Negri, 2004: 122). Bu anlamda duygulanımsal emek, işçinin işin tanımı içerisinde bulunmayan birtakım sosyal becerileri yerine getirmesini işaret eder. Bu anlamda hizmetin gerçekleştirilme biçimi, bir süre sonra hizmetin bir parçası haline gelir. Örneğin, sağlık hizmeti veren bir görevlinin hizmeti verme biçimi (ilgili veya nazik olup olmadığı) bir süre sonra hizmetin kendisi kadar önemli bir hale gelir. Öyle ki, iş bir anlamda içselleştirilmesi gereken bir "performans"a dönüşür. Erving Goffman'a göre performans "belli bir durumda belli bir katılımcının diğer katılımcılardan herhangi birini etkilemeye yönelik tüm etkinlikleri şeklinde tanımlanabilir" (2014: 28). Bu anlamda performans yalnızca hizmetin verildiği kişiye değil, aynı zamanda vitrini izleyen belli bir katılımcıya yönelik de olabilir. Örneğin, bir garson müşterisiyle şakalaşarak bir yakınlık gösterisi sergilediğinde yalnızca müşterisine değil, aynı zamanda onu denetleyen kişiyi de bir performans sergilemiş olabilir. Sonuç olarak işin dramatize edilmesi, en az işin kendisi kadar önemli bir hale; hatta işin bir parçası haline gelir. Lazzarato, bu süreci "insan kaynaklarının şirketin dış kısmına doğru" kayması olarak betimler (2005: 239).

Hardt ve Negri'ye göre maddi olmayan emek, işi de değer biçmenin de koşullarını değiştirmiştir. Üretimin merkezsizleşmesinin yanı sıra emeğin esnekleşmesi, emeğin ölçümüne ilişkin geleneksel değer teorilerinin devre dışı kalmasına neden olur. Negri'ye göre "Bir yandan *emek zamanı*, öte yandan bu zamanın *ölçülme kriteri*nin (ve bu nedenle değer yasasının) *üretimin merkezi niteleyici öğeleri* olarak gitgide önemsizleştiği bir durumda yaşıyoruz" (2008: 63). İşle yaşam arasındaki sınırların bulanıklaşması, ikili için geleneksel emek değer teorisinin yetersiz kaldığı bir noktayı işaret etmektedir.

> Ne var ki, İmparatorluğun biyo-politik bağlamında, sermayenin üretimi her zamankinden daha fazla bizatihi toplumsal hayatın üretimi ve yeniden üretimiyle birleşir; dolayısıyla üretici, yeniden üretici ve üretici olmayan emek arasındaki ayrımları savunmak her zamankinden daha zorlaşır. Emek, ister maddi ya da maddi olmayan emek, ister kafa ya da kol emeği olsun, toplumsal hayatı üretir ve yeniden üretir ve bu süreçte sermaye tarafından sömürülür. (...) Biyo-politik bağlamda üretimle yeniden üretim arasında zaman içinde ayrımın ortadan kalkması da bir kez daha zaman ve değerin ortak ölçülemezliğine ışık tutar (Hardt ve Negri, 2002: 403).

Hardt ve Negri, bu eleştiriyi yaparken hiç şüphe yok ki Foucault'nun düşüncelerini izlemektedir. Foucault, neo-liberal toplumda "rekabet" ve "insan sermayesi" kavramlarını ele alırken, "klasik ekonomi politik hiçbir zaman emeğin kendisini analiz etmemiştir" der (2008: 220). Ona göre Marx, emek değer teorisini Smith ve Ricardo gibi klasik isimleri izleyerek oluşturmuştur; ancak tıpkı onlar gibi emeği kapitalist üretim döngüsü içerisinde soyutlanan bir öğe olarak görür. Bundan ötürü de değer, ancak emek zamanı vasıtasıyla ölçülebilir. Oysaki hem Foucault'ya hem Hardt ve Negri'ye göre artık emek, kapitalist üretim döngüsünde belli bir mekân ve zaman aralığında üretilmemektedir; emek artık sürekli bir etkinlik olarak görülmelidir. Bu nedenle de emek değer teorilerinin nicel ölçütleri maddi olmayan emeği kavramakta yetersiz kalır.

Maddi olmayan emek söz konusu olduğunda dikkati çekmek gereken bir husus daha vardır. Adı her ne kadar "maddi olmayan" ifadesini taşısa da, burada –Hardt ve Negri'nin de sık sık ifade ettiği üzere– maddi boyut dışarıda bırakılamaz. Burada yalnızca emeğin ürünü maddi değildir; oysaki emeğin ortaya çıkma süreci tamamen maddidir. Bu açıdan terimin kısmen muğlak olduğunu kabul eden düşünürler, *Çokluk* kitabında bu emeğe "biyopolitik emek" (2004: 123) adını da koyarlar.[5] Burada biyopolitik ile "ekonomik, siyasal, toplumsal ve kültürel arasındaki ayrımların giderek bulanıklaştığı" kast edilmektedir (2004: 123). Ne var ki, burada başka bir sorun baş göstermektedir. Hardt ve Negri'nin biyopolitika kavramına yükledikleri anlamlar, *İmparatorluk*'tan *Ortak Zenginlik*'e doğru giderken adım adım değişmiştir. İlk kitapta Foucaultcu bir çizgiye yakın duran ikili, *Ortak Zenginlik*'te –Fransız düşünürün aksine– "biyopolitika" ile "biyoiktidar" arasında bir ayrım yapar:

> İki "yaşam gücü" arasındaki bu ayrımı belirginleştirmek için, biyo-iktidarla biyo-politik arasında –Foucault'nun yazılarının ima ettiği ancak kendisinin tutarlı bir biçimde kullanmadığı– terminolojik bir ayrıma gidiyoruz; buna göre, biyo-iktidar (oldukça

5 Bu hususta benzer bir itiraz Christian Marazzi'den gelir: "Ben, maddi olmayan emek ifadesinin kullanımıyla ilgili olarak bir özeleştiri yapmamız gerektiğine inanıyorum; bana göre bu ifade bir dizi kötü düşünceye yol açmıştır. Her şeyden önce 'maddi olmayan emek' ifadesi bir oksimorondur: emek her zaman, hatta bilişsel olduğu zaman bile maddidir; emek hem fiziksel enerji harcanması hem de zihinsel enerji harcanması olarak yorucudur, bu nedenle maddi olmayan emek kavramını terk etmemiz, hiç değilse bilişsel yönü üstünde ısrar etmemiz ve maddi olmamayı mal ve hizmetlere bırakmamız gerektiğine inanıyorum" (Marazzi 2013: 32-3).

> kabaca) yaşam üzerindeki iktidar, biyo-politika ise direnmek ve alternatif bir öznellik üretimi belirlemek için yaşam gücü olarak tanımlanabilir (Hardt ve Negri, 2011: 70).

Bu nedenle aslında kavramsal açıdan "biyopolitik emek" ifadesi de hayli sorunludur. Biyopolitika terimini üçüncü kitapla olumlu bir anlam yükleyen düşünürler, "biyopolitik emek" teriminin olumsuz yanlarını gözden kaçırarak yalnızca ortaklıkların kurulmasında ve alternatiflerin yaratılmasında bir zemin olma niteliğini *fazlaca* vurgulamış olurlar.

Tam da bu noktada iki eleştiriyi[6] anmak yerinde olacaktır: Jacques Rancière'e göre "Gayri-maddi iş ve yeni zihinsel emek veren (*coginatry/cognitaire*) özne söylemi de kapitalizmin kendi mezar kazıcılarını üreteceği eski Marksist şemaya bağlı kalmayı sürdürmeye çalışıyor. Bununla birlikte, bu söylem maddi, el işçiliğinin basitçe yok olacağına dair bir masal üretiyor" (Rancière, 2013: 74). Buna benzer bir eleştiri George Caffentzis'ten de gelmiştir. 1990'larda ortaya çıkan "işin sonu" söylemlerini analiz eden yazar, teknolojik araçların ve küreselleşmenin kapitalist rejimi yıkıma götüreceğini yönelik iddiaların altının boş olduğunu vurgular. Ona göre Stanley Aronowitz, Jeremy Rifkin ve Antonio Negri gibi isimlerin başını çektiği "işin sonu" söylemi, teknolojik dönüşümlerin maddi emeğin yapısını dönüştüreceği konusunda aşırı bir iyimserlik içerisindedir. Caffentzis, üretim alanında halen maddi emeğin baskın ve belirleyici olduğunu; bu nedenle de "işin sonu"ndan değil aksine "köleliğin rönesansı"ndan söz etmek gerektiğini ifade eder (Caffentzis, 1999).

Tüm bu eleştirilerin haklılık payı olsa da "maddi olmayan emek" kavramı özellikle "bilişsel kapitalizm" ve "dijital emek" tartışmaları bakımından hayli önemli bir zemini teşkil eder. Özellikle yeni iletişim teknolojileri ve bunlara bağlı olarak ortaya çıkan dijital ürünler göz önüne alındığında maddi olmayan emeğin duygulanımsal boyutu kapitalizmin geçirdiği evrimi anlamada başat bir aktör olmuştur. Kapitalizmin yaşadığı değişimler, doğal olarak emeğin yapısındaki bir dönüşümü de işaret eder. Bu bağlamda doğal hammadeden ziyade insan zihnine dayanan dijital emek, yalnızca işçi figürünün ya da "iş" kavramının değişimini değil, aynı zamanda "rıza" ve "sermaye" gibi kavramların değişimini de işaret eder. Dijital emek sahasındaki çalışmalar genellikle Hardt ve Negri'nin çalışmaları üzerinden bilişsel kapitalizme yönelmiş olsalar da, Foucault'nun Collège de France derslerinde ortaya koyduğu bir tartışma "dijital emeği" anlamada yeni bir niş açabilir: "İnsan sermayesi".

---

6 Burada "emek" kavramı üzerinden yapılan iki eleştiriye yer veriyoruz; ancak genel olarak Hardt ve Negri'nin düşüncelerine ilişkin hem makale hem kitap hem de derleme boyutunda pek çok eleştiri kaleme alınmıştır ve ikili de bunların bir kısmını makalelerinde ve *Ortak Zenginlik*'in bazı kısımlarında yanıtlamıştır. Bu kadar geniş bir literatürde seçme yapmak dahi kolay değildir. Bu nedenle özellikle *İmparatorluk*'u farklı bağlamlarda kuşatan eleştiriler için *Rethinking Marxism*'in 2001 yılındaki özel sayısına ve yine bu sayı içerisinde ikilinin verdiği yanıta bakılabilir. Bkz. Hardt ve Negri 2001.

Biyopolitika ve insan sermayesi

> Muhtemel avantajlara dikilmiş göz, bütün insani ilişkilerin ölümcül düşmanıdır.
> Theodor Adorno

Foucault, 1978-79 döneminde verdiği *Biyopolitiğin Doğuşu* başlıklı Collège de France dersinde "biyopolitika"nın ortaya çıkışını inceler. Fransız düşünür *Cinselliğin Tarihi*, *Güvenlik, Toprak, Nüfus*, *Toplumu Savunmak Gerekir* gibi kitaplarının yanı sıra bu kavramın ilk kez anıldığı "Toplumsal Tıbbın Doğuşu" başlıklı ders[7] de dahil olmak üzere pek çok farklı alanda bu kavramı farklı açılardan kuşatmaya çalışmıştır. Ne var ki, *Biyopolitiğin Doğuşu* bunlar arasında ayrıksı bir yere sahiptir. Bunun nedeni, bu kitapla birlikte Foucault'nun biyopolitikayı politik ekonomi perspektifinden incelemesi ve biyopolitika tartışmasının temel kavramlarından biri olan yönetimselliğin neo-liberalizmle ilişkisini faş etmesidir. Bu noktaya geçmeden önce Foucault'nun iktidara ilişkin meşhur şemasını bir kez daha anmakta yarar var:

> Somutta, yaşam üzerindeki bu iktidar, XVII. yüzyıldan itibaren belli başlı iki biçimde gelişti; bu biçimler birer karşı sav değildirler; daha çok bir ara bağıntı kümesinin birbirine bağladığı iki gelişim kutbu oluştururlar. Kutuplardan biri ve anlaşıldığına göre ilk oluşanı, bir makine olarak ele alınan bedeni merkeze almıştır: Bu bedenin terbiyesi, yeteneklerinin arttırılması, güçlerinin ortaya çıkarılması, yararlılığıyla itaatkârlığın koşut gelişmesi, etkili ve ekonomik denetim sistemleriyle bütünleşmesi, bütün bunlar *disiplinleri* şekillendiren iktidar yöntemleriyle sağlanmıştır: *insan bedeninin anatomo-politikası*. Biraz daha geç, yani XVIII. yüzyıl ortasında oluşan iki kutup, tür-bedeni, canlı varlığın mekaniğinin etkisinde olan ve biyolojik süreçlerin dayanağını oluşturan bedeni merkeze almıştır: Bollaşma, doğum ve ölüm oranları, sağlık düzeyi, yaşam süresi ve bunları etkileyebilecek tüm koşullar önem kazanmıştır; bunların sorumluluğunun yüklenilmesi bir dizi müdahale ve *düzenleyici denetim* yoluyla gerçekleşir: İşte bu da nüfusun *biyo-politikasıdır* (Foucault, 2007:102-3).

Bu iki iktidar modeli arasında hem dayanak yüzeyleri hem de işleme biçimleri bakımından farklar vardır. Disiplinci çağa ait olan insan bedeninin anatomopolitikası, hükümranlığa, dolayısıyla hukuka dayanan bir modelken, biyopolitika ise bunun yerine –ileride ele alınacak olan– rekabeti koyar. Hükümranlık modelinin dayanak yüzeyi aileyken, biyopolitikanınki nüfustur. Sonuç olarak tüm bu farklara karşın, iktidar ve ekonomi arasındaki ilişki pek de farklı değildir. Disiplin çağında itaatkâr bir özne üretme peşindeki iktidar, şimdi de ekonomik açıdan verimli, rekabetçi ve girişimci bir özne yaratma peşindedir.

Burada önemli bir ayrımı işaret etmek gerekir: Thomas Lemke'nin ifade ettiği üzere "Foucault'nun 'biyopolitika' terimini kullanışı tutarlı değildir ve metinle-

7 Bu ders, Collège de France'ta verilmemiştir. Foucault, Ekim 1974'te Rio de Janerio Devlet Üniversitesi'nde üç konuşma yapmıştır. "Toplumsal Tıbbın Doğuşu" bunların ikincisidir.

rinde anlamı sürekli olarak değişir" (2013: 54). En genel anlamıyla tarihsel bir dönemi işaret eder; ancak aynı zamanda farklı boyutları vardır. Bazen ırkçılıkla bazen güvenlik teknolojileriyle bazen de bireyin kendisiyle ilişkisini tanımlamada kullanılır. Dahası, "Foucault yalnızca 'biyopolitika' terimini kullanmaz; aynı zamanda iki kavram arasında düzgün bir ayrım yapmaksızın kimi zaman da 'biyoiktidar' kavramını kullanır" (Lemke, 2013: 55). Hardt ve Negri'yse bu konuda biraz daha farklı bir tutum izler. *İmparatorluk*'tan itibaren biyopolitikayla denetim toplumuna geçilmesini ve ulus devlet egemenliğinin yerini imparatorluk rejiminin aldığı bir tarihsel sahneyi ve kapitalizmin yeni bir safhasını ifade eden ikili, aynı zamanda *Ortak Zenginlik*'le birlikte iki kavram arasında bir ayrıma gider: "İki 'yaşam gücü' arasındaki bu ayrımı belirginleştirmek için, biyoiktidarla biyopolitik arasında –Foucault'nun yazılarının ima ettiği ancak kendisinin tutarlı bir biçimde kullanmadığı– terminolojik bir ayrıma gidiyoruz; buna göre, biyo-iktidar (oldukça kabaca) yaşam üzerindeki iktidar, biyo-politika ise direnmek ve alternatif bir öznellik üretimi belirlemek için yaşam gücü olarak tanımlanabilir" (2011: 70). Başka bir deyişle Foucault ile Hardt ve Negri arasındaki kavramsal fark, aslında *Biyopolitiğin Doğuşu*'ndaki politik ekonomi ve liberalizm analizi göz önünde bulundurulduğunda bir nebze olsun azalır.

Foucault'nun biyopolitika incelemesindeki politik ekonomi perspektifi, pek çok bakımdan kendinden önceki isimlerden ayrışır. Düşünür, politik ekonominin 18. yüzyılın ikinci yarısında nüfusa dayanan bir iktidar rejimi olarak biyopolitikanın doğuşuyla eşzamanlı olduğunu ileri sürer. Bu nedenle de söz konusu kavram doğrudan doğruya iktidarın "nasıl daha az yönetirim?" sorusuna aradığı yanıtla ilişkili olarak düşünülmelidir:

> "Politik ekonomi" teriminin taşıdığı muğlaklıklar ve şimdi sahip olduğu anlamlar, tüm bu meselede temel olarak tartışılanın ne olduğunu gösterir; çünkü 1750 ile 1910-1820 arasında "politik ekonomi" ifadesi iki anlamsal kutup arasında salınıp durmuştur. Bazen bu ifade, refahın üretimi ve dolaşımına ilişkin katı ve sınırlı bir analizi hedefine alır. Ne ki, daha geniş ve daha pratik anlamıyla, "politik ekonomi" ulusun refahını sağlayabilen her türden yönetime gönderme yapar. Ve son olarak da, –Rousseau'nun Ansiklopedi'deki meşhur makalesinde kullandığı terim olan– politik ekonomi, toplumdaki güçlerin sınırlandırılması, düzenlenmesi ve dağıtımı üzerine bir tür genel düşünmedir. Yönetimsel aklın kendi kendini sınırlandırılabilmesini teminat altına almasını olanaklı kılan ekonomi politiğin temel olarak bu olduğunu düşünüyorum (Foucault, 2008: 13).

Bu anlamda politik ekonomi, daha önceleri hukukun dışsal bir belirleyen olduğu hükümranlık sisteminin aksine, yönetimsel aklın içsel ölçütü olarak görülebilir. Bu nedenle Foucault, yönetimsel pratiklerin daima ekonomi alanı içerisinde düşünülmesi gerektiğini ileri sürecektir. Burada da yönetimsel eylemin ölçütü "meşruiyet ya da gayrimeşruluktan ziyade başarı ya da başarısızlık" (2008:

16) olacaktır. Bu anlamda düşünüre göre hükümranlıktan yönetimselliğe geçişte politik ve idari eylemin ölçütü hukuktan ekonomiye doğru kayar. Artık yönetimsel eylemin tek bir amacı vardır; o da başarıdır. Bu başarıysa yalnızca sistemin iç gereksinimlerini en az müdahaleyle karşılayabileceği bir rekabet ve dolaşım düzeni kurma kabiliyetiyle ölçülür. Bu nedenle Foucault'ya göre "Biyopolitikanın ne olduğunu ancak liberalizm dediğimiz bu yönetimsel rejimin ne olduğunu anladığımız zaman kavramaya başlayabiliriz" (2008: 22). Foucault, liberalizmden "serbestiyeti" değil, diğerleri arasından yalnızca bir yönetim rejimini anlar. Ona göre "liberalizm, devlet egemenliğinin eleştirisi olarak özerk piyasa fikrinden doğmuştur" (Nadesan, 2008: 51).

Özerk piyasa fikrinin en önemli sonuçlarından biri de "rekabet"in kendi başına bir değer haline getirilmesidir. Bunun nedeni ise "yeni rejimi içerisinde yönetim[in], artık basit bir biçimde özneler üzerinde ve bu özneler vasıtasıyla tabi kılınmış öteki şeyler üzerinde işleyeme"yecek olmasıdır (Foucault, 2008: 46). Aileye değil, nüfusa dayanan söz konusu yönetimsel akıl, kendisini ayakta tutup devamlılığını sağlayacak yeni mekanizmalar bulmak mecburiyetindedir. Bunun için de yeni bir insan tipolojisi yaratması gerekir. Pierre Dardot ve Christian Laval'a göre "Liberal politikanın ufku ve referansı, kendi çıkarının peşinde koşan, özsevgisini tatmin etmeye çalışan ve kendisini harekete geçiren tutkulu motivasyonlarla tanımlanan bir yeni insandır" (2012: 22). Bu yeni insanın en önemli toplumsal değeri de rekabet olacaktır. Foucault'ya göre neo-liberal sistemin temel sacayaklarından birini oluşturan rekabet, doğal değildir; bu nedenle de sanki doğal ve sisteme içkinmiş gibi gösterilmesi gerekir:

> Rekabet özdür. Rekabet *eidos*tur. Rekabet, şekillenme ilkesidir. Rekabetin kendi içsel mantığı vardır; kendi yapısı vardır. (...) Rekabet, yalnızca uzun çabaların bir sonucudur ve doğrusu, saf rekabete asla ulaşılamaz. Saf rekabet, yalnızca bir amaç olabilir ve olmuştur; süresiz olarak etkin bir politikanın varsayıldığı bir amaçtır bu. Bu anlamda rekabet, yönetimsel sanatın tarihsel bir amacıdır ve saygı duyulması gereken doğal, verili bir şey değildir (Foucault, 2008:120).

Sistemin kendi iç dengesini korumasını sağlayan bu rekabet sayesinde yönetimsel akıl, müdahalesini en az hale getirebilecek ve dahası, sisteme ait sorunları sanki bireylerin bir eksikliğiymiş gibi gösterebilecektir. Nadesan'ın ifade ettiği üzere "bu neoliberal çerçeve içerisinde riskin toplumsal ve ekonomik yükü işverenlerden ve devletten alıp –ussal bir risk yönetiminden sorumlu olması gerektiği varsayılan– bireylerin sırtına yüklenir" (2008: 33).

Foucault'ya göre artık söz konusu olan "bir süpermarket toplumu değil, bir rekabet toplumu"dur (2008: 147). Bu rekabet toplumunun ortaya çıkardığı da rekabetçi bir *homo oeconomicus*'tur. Eğitimden iş bulmaya kadar her alanda sınır tanımayan bir rekabeti örgütleyen bu neo-liberal sistem, aynı zamanda "girişimciliği" de mutlak olarak olumlu bir değer gibi sunar. Böylelikle rekabetin

yeni alanlara taşınmasını ve yeni biçimler almasını sağlayacak olan girişimcilik, en başta kişinin kendisiyle olan ilişkisini gözden geçirip düzenlemesine yol açacaktır.

> Girişimciliğin, yani ticari fırsat yakalamak için uyanıklığın saf boyutu, müdahale eleştirisinin dayandığı ilke olan *kendi kendiyle ilişkidir*. Biz hepimiz girişimciyiz, daha doğrusu hepimiz girişimci olmayı öğreniyoruz; yalnızca piyasa oyunu sayesinde, kendimizi girişimci gibi yönetmeyi öğreniyoruz. Bu demektir ki, eğer piyasaya girişimciler için serbest bir alan olarak bakılırsa, bütün insani ilişkiler, insanı oluşturan bu girişimcilik boyutundan etkilenebilir (Dardot ve Laval, 2012: 209).

Söz konusu "girişimcilik kültürü", kişinin gözünü en başta kendisiyle ilişkisi olmak üzere, bütün insani temaslarını –Adorno'nun tabiriyle– "muhtemel avantajlara" dikerek yaşamasına neden olacaktır. Neo-liberalizmin rekabet ve girişimciliği mabut hale getirmesi, bambaşka bir çerçevenin kapısını açar: İnsan sermayesi.

Foucault'ya göre "insan sermayesi", ekonomik olarak henüz yeterince keşfedilmemiş yeni bir "toprağı", bir "madeni" işaret eder. İnsan sermayesi temel olarak iki süreci içerir. Birincisi, "ekonomik analizin daha önce keşfedilmemiş bir alana doğru genişlemesi"; ikincisiyse "daha önce ekonomik olmadığı düşünülen bütün bir alanın katı bir ekonomik yoruma" tabi tutulmasıdır (2008: 219). Başka bir deyişle daha önce geleneksel değer teorilerinin görmezden geldiği bir alanın kâr ve art-değer döngüsüne dahil edilmesini işaret eder. Bu nedenle 18. yüzyılın ikinci yarısından sonra sermayenin yapısında da bir değişim, hatta bir genişleme olduğu söylenebilir. Öldürmeyi değil, yaşatmayı hedefleyen biyopolitikayla birlikte üretim güçleri yeniden şekillenmiş ve bunun bir sonucu olarak da "canlı bedene yatırım yapılması, onun değerlendirilmesi ve güçlerinin dağıtım amaçlı olarak işletilmesi" kaçınılmaz bir hale gelmiştir (Foucault, 2007: 104). Canlı beden artık hem biyolojik işlevleri hem de duygulanımsal üretimi itibariyle yeni bir sermaye alanı haline gelmiştir. Bu bağlamda dijital teknolojiler de büyük bir önem taşımaktadır. "Toplumsal fabrikalar" olarak iş görmeye başlayan sanal dünyalar, ulus devletin kısıtlamalarını büyük oranda bertaraf etmiş bir sanal nüfus doğurmaktadır. Üstelik de bu nüfuslar belli yönetimsellik tekniklerinin uygulanması için adeta biçilmiş birer kaftandır. Örneğin, web 2.0 üzerinden oynanabilen *Second Life* tarzı oyunlar "özelleşmiş nüfuslar" yaratmaya imkân sağlamaktadır. Bunlar, yalnızca sermaye için yeni ve hazır bir odak grubu oluşturmakla kalmaz; aynı zamanda modern egemenlik sisteminin toprağa dayanan hükümranlık modelini aşan bir yönetimselliği de devreye sokar. Bu "sanal nüfus" bilgisayar başında ürettiği dijital emek vasıtasıyla neo-liberal ideolojiye yeni birikim ve hareket alanları sağlar.

Sonuç

Hardt ve Negri'nin İtalyan Otonomist hareketin mirasını post-yapısalcı eleştirilerle birleştirme çabasından neşet eden düşünceleri, yalnızca egemenliğin yapısındaki değişimleri tespit etmekle kalmamış; aynı zamanda küresel piyasa ve üretim ağlarının çevrimindeki teknolojik gelişimlerin yol açtığı toplumsal dönüşümleri de gözler önüne sermiştir. Ayrıca ikilinin özgün düşünceleri "maddi olmayan emek" kavramının yeni bir boyutunun keşfedilmesini sağlamıştır. Elbette bu keşif, teorik açıdan onu kuşatan kopuşla birlikte yorumlandığında tam olarak kavranabilir. Disiplin toplumundan denetim toplumlarına geçişte ortaya çıkan yeni bir iktidar paradigması olarak biyoiktidar düşüncesi, söz konusu kopuşun en genel adını işaret eder. Her ne kadar Foucault, "biyopolitika" ile "biyoiktidar" kavramları arasında bir ayrıma gitmemiş olsa da, Hardt ve Negri böylesi bir ayrım yaparak daha çok biyopolitikanın üretici boyutuna vurgu yapar. Yine de her iki yaklaşım da kavramı, tarihsel olarak aynı dönemde konumlandırır.

Hardt ve Negri, biyopolitik düzenle birlikte artık iktidarın asli meselesinin hayatı kuşatmak ve onu yeniden üretmek olduğunu ileri sürer. Tabii, bunun gerçekleştirilmesi geleneksel iş ve işçi figürlerinin terk edilmesi gerekecektir; çünkü artık üretim, Fordist süreçlerde olduğu gibi bir üretim bandının etrafında mesai saatini dolduran kol emekçisinin çalışmasıyla gerçekleştirilmemektedir. Aksine üretim merkezsizleşmiş, iş ve yaşam arasındaki mesafe daralmıştır. İkili için bu süreçte anahtar kavram "biyopolitik üretim"dir. Bu üretim, iktidarın iletişim ağlarını, gözetleme sistemlerini, enformasyon yapılarını kullanarak gerçekleştirdiği bir üretimdir. Ne var ki ikili, biyopolitik üretimin daha çok olumlu boyutuna odaklanırlar. Bu nedenle de maddi olmayan emeğe ilişkin olarak yapılan analiz, bu emek türünün baskınlığının işyerindeki hiyerarşiyi ya da emek piyasasındaki kutuplaşmayı azaltmadığı vurgusuna karşın, son kertede "özel mülkiyet olarak kuşatılması güç olan *ortak* biçimlere bürünme eğilimi" (2011: 145) gösterdiği gibi fazlasıyla "iyi niyetli" bir sonuca varır. Bu anlamda ikili, biyopolitik üretimi biyoiktidara önce direnişin, sonra da bir alternatif yaratılmasının bir parçası olarak düşünür. Oysaki Foucaultcu bir yaklaşım burada farklı bir açıyı işaret edebilir.

Foucault, "insan sermayesi" kavramını her ne kadar "genetik" çerçevesinde tartışsa da, aslında bu sermaye duygulanımsal ve dijital emek kavramlarıyla ilişkili olarak düşünüldüğünde, burada Hardt ve Negri'nin maddi olmayan emek kavramına yönelik bir eleştiri yapma imkânı doğar. İkilinin biyopolitikayı kapitalizmin yeni bir safhasıyla ilişkili olarak düşünmesine benzer bir şekilde Foucault da *Biyopolitiğin Doğuşu* adlı kitabında yönetimselliği neo-liberalizmin doğuşuyla bağlantılı olarak ele alır. Bu bağlamda daha önce ekonomik bir yoruma tabi kılınamayan bazı alanların artık sermaye formunu almaya başladığı ileri sürülmüştür. Bu düşünsel çerçeve esas alındığında maddi olmayan emeğin formu

itibariyle özel mülkiyet düzenini sekteye uğratan "ortaklığın" inşasında bir rol oynayabileceği düşünülebilir. Ne var ki, enformasyona dayalı, iletişim teknolojilerini kullanan biyopolitik üretimlerin bu ortaklığı yaratırken, aynı zamanda tam da içinden çıkmaya çalıştığı neo-liberal düzenin üretim paradigmasına payanda sağladığı ileri sürülebilir. Burada canlı bir varlık olarak insanın biyolojik özelliklerinin, hatta duygulanımlarının sermaye haline getirildiği yeni bir alanın açıldığından söz edilebilir. Öte yandan Lazzarato'nun "insan kaynaklarının şirketin dış kısmına doğru" (2005: 239) kayması şeklinde betimlediği süreç, en başta kişinin kendisiyle olan ilişkisinin yapısını değiştirerek yeni bir yabancılaşma biçimine de cevaz vermektedir. "Bireyin artık kendini bir şirket olarak" (Dardot ve Laval, 2012: 1) tahayyül etmesine yol açan bu yaklaşım, rekabeti toplumsal bir norm haline getirirken, "kişisel gelişim" literatürü maskesi altında maddi olmayan emeği, maddi emeğe lehimlemektedir. Baskın neo-liberal ussallığın "başarı" kisvesi altında meşrulaştırmaya çabaladığı bu süreç, bireyin kişiliğini "girişimci", "rekabetçi" gibi betimlemeler eşliğinde bir *sermaye* haline getirmesine yol açmaktadır.

Dijital emeğe dayanan bu yeni sermaye biçimleri, dijitalleşen kültür açısından hayli önemli sonuçlara gebedir. Örneğin, bu perspektiften bakıldığında Facebook, Twitter ve Linkedln gibi ağların bir dizi "muhtemel avantaj" ile donandığı dile getirilebilir. Sosyal ağlardaki arkadaşlar bir süre sonra birbirinin "sermayesi" haline dönüşmekte ve bu nedenle de onlara "yatırım yapmak" olağan bir hale gelmektedir. Bu süreç kaçınılmaz olarak dijital kültürün gerektirdiği performanslar çerçevesinde öznenin kendisini bir tür *tabula rasa* olarak inşa etmesine yol açacaktır. "Muhtemel avantajlar"dan en fazla yararlanmak ve başarılı olmak isteyen girişimci birey, hem kendisini hem de çevresini olabildiğince "esnek" hale getirecektir. Bu da, en başta cep telefonları ve sosyal ağlar gibi tekno-kültürün taşıyıcılarını emeğin örgütlenmesi ve denetlenmesi bakımından çok daha önemli bir hale getirecektir. Söz konusu durumun bir başka önemli sonucu da, Alison Hearn'ün (2010) dikkati çektiği üzere "dijital ün"ün önem kazanması olacaktır. Sosyal ağlarda yapılan değerlendirmeler veyahut oluşturulan profiller, bir süre sonra toplumsal ve iktisadi davranış alışkanlıklarını değiştirmeye ve yeniden yapılandırmaya yarayacaktır. Sosyal medya üzerinden beyan edilen duygular ve kanaatler bir süre sonra sermayenin işlemlerinin merkezine bu dijital ünün geçmesine yol açacaktır. Dijital ünün belirleyici hale gelmesi, bireylerin dijital benlik arşivlerini inşa ederken, girişimci davranış kalıplarını öncelemesi ve kültürel üretimlerini bu ünü tahkim edecek alanlara dayandırmalarına yol açacaktır.

Sonuç olarak, dijital emeğe dayanan insan sermayesi zaman içerisinde yalnızca duygulanımları yönlendirmekle kalmayacak; aynı zamanda sanal vitrini canlı tutmak adına gerçekleştirilen performansların da yalnızca bu sermayeye katkı sunacak edimler olmasını gerektirecektir.

KAYNAKÇA

Caffentzis, G. (1999) "The End of Work or the Renaissance of Slavery? A Critique of Rifkin and Negri", *Common Sense*, 24: 20-38.

Camfield, D. (2007) "The Multitude and the Kangaroo: A Critique of Hardt and Negri's Theory of Immaterial Labour", *Historical Materialism*, 15(2), 21–52.

Coté, M., ve Pybus, J. (2011) "Learning to Immaterial Labour 2.0: Facebook and Social Networks", *Cognitive Capitalism, Education and Digital Labor* içinde, ed. Michael A. Peters ve Ergin Bulut, Peter Lang, New York.

Dardot, P. ve Laval, C. (2012) *Dünyanın Yeni Aklı: Neoliberal Toplum Üzerine Deneme*, çev. Işık Ergüden, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Deleuze, G. (2006) *Müzakareler*, çev. İnci Uysal, Norgunk Yayınları, İstanbul.

Dyer-Witheford, N. (2015) *Cyber-Proletariat, Global Labour in the Digital Vortex*, Pluto Press, Londra.

Federici, S. (2011) "On Affective Labour", *Cognitive Capitalism, Education and Digital Labor* içinde, ed. Michael A. Peters ve Ergin Bulut, Peter Lang, New York.

Federici, S. (2012) *Revolution at Point Zero: Housework, Reproduction, and Feminist Struggle*. PM Press/Common Notions/Autonomedia.

Foucault, M. (1979) *Discipline and Punish*, çev. Alan Sheridan, Vintage, New York.

Foucault, M. (2007) *Cinselliğin Tarihi*, çev. Hülya Uğur Tanrıöver, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Foucault, M. (2008) *The Birth of Biopolitics*, çev. Graham Burchell, Palgrave, New York.

Goffman, E. (2014) *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*, çev. Barış Cezar, Metis Yayınları, İstanbul.

Hardt, M. ve Negri, A. (2001), "Adventures of the Multitude", *Rethinking Marxism*, v. 13, sayı: 3/4: 236-243.

Hardt, M. ve Negri, A. (2002), *İmparatorluk*, çev. Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Hardt, M. ve Negri, A. (2004), *Çokluk*, çev. Barış Yıldırım, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Hardt, M. ve Negri, A. (2011), *Ortak Zenginlik*, çev. Eflâ-Barış Yıldırım, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Haug, W. F. (2009) "Immaterial Labour", çev. Joseph Fracchia, *Historical Materialism*, 17(1): 177-185.

Hearn, A. (2010) "Structring Feeling: Web 2.0, Online Ranking and Rating, and the Digital 'Reputation' Economy", *Ephemera*, 10(3/4): 421-438.

Jarrett, K. (2013). "The Relevance of 'Women's Work': Social Reproduction and Immaterial Labour in Digital Media", *Television and New Media*, XX(X), 1–16.

Kücklich, J. (2009). "Virtual Worlds and Their Discontents: Precarious Sovereignty, Governmentality, and the Ideology of Play", *Games and Culture*, 4(4), 340–352.

Lazzarato, M. (2005) "Maddi Olmayan Emek", çev. Selen Göbelez - Sinem Özer, *İtalya'da Radikal Düşünce ve Kurucu Politika* içinde, Otonom Yayıncılık, İstanbul.

Lemke, T. (2013) *Biyopolitika*, çev. Utku Özmakas, İletişim Yayınları, İstanbul.

Lyotard, J-F. (2013) *Postmodern Durum*, çev. İsmet Birkan, BilgeSu Yayınları, Ankara.

Marazzi, C. (2013) *Sermayenin Komünizmi*, çev. Durdu Kundakçı, Otonom Yayınları, İstanbul.

Nadesan, M. H. (2008) *Governmentality, Biopower, and Everyday Life*, Routledge, New York.

Negri, A. (2008) *Reflections on Empire*, çev. Ed Emery, Polity Press, Cambridge.

Pasquinelli, M. (2015) "Italian *Operaismo* and the Information Machine", *Theory, Culture & Society*, 32(3), 49-68.

Rancière, J. (2013) "Günümüzde Demokrasi, Anarşizm ve Radikal Politika: Jacques Rancière ile Bir Söyleşi", çev. Ziya Kaya, *Cogito*, s: 74, YKY, İstanbul.

Raunig, G. (2010) *A Thousand Machines*, çev. Aileen Derleg, Semiotext(e), Londra.

Tronti, M. (2010) "Workerism and Politics", *Historical Materialism,* 18(1): 186-189.

Wright, S. (2002) *Storming Heaven, Class Composition and Struggle in Italian Autonomist Marxism*, Pluto Press, Londra.

"Dijital kapitalizm"in iletişim alanındaki izleri: Üretim, dolaşım, emek ve tüketim süreçleri

*Zafer Kıyan**

Özet: Günümüzde üretim ve dolaşım giderek dijital bir görünüm kazanmakta ve ağın mantığına göre şekillenmekte, bu durum emeğin yeniden organizasyonunu gerekli kılmakta, emek ürünü metalar dijital içerikli hale gelmekte, şirketlerin iş yapma biçimleri farklılaşmakta ve en sonu tüketim süreçleri de dönüşmektedir. Bütün bu dönüşümler kapitalizmin dijital bir görünümüyle karşı karşıya olduğumuzu göstermektedir. Söz konusu süreçlere ilişkin değişimin izleri farklı sektörlere göre takip edilebilir. Bu çalışma bunu, iletişim alanı içinde kalarak yapmaya çalışacaktır. Çalışmanın birinci ve ikinci başlığı altında iletişime dayalı üretim, dolaşım ve tüketim süreçlerindeki dönüşümün tarihsel bir sunumu yapılmakta ve bunun sonuçları aktarılmaktadır. Üçüncü başlık altında iletişimsel etkinliklere ilişkin toplam harcama büyüklüğü ele alınmakta ve bu harcamaların yoğunlaştığı mecralar tartışılmaktadır. Dördüncü ve beşinci başlıklar, iletişim alanındaki hâkim aktörlere ve bunların iş yapma biçimlerine ayrılmaktadır. Sonraki gelen iki başlıkta üretim çıktıları olan metalar ve bunları üreten emek tartışması yapılmaktadır. Son bölümde ise, iletişime dayalı tüketim süreçleri üzerinde durulmaktadır. Makalenin temel varsayımı, kapitalizmdeki değişimin *özsel* değil, *biçimsel* olduğu şeklindedir.

Anahtar sözcükler: Dijital kapitalizm, üretim, dolaşım ve tüketim süreçleri, emek, meta.

Giriş yerine: Kapitalizm mi? Hangi kapitalizm?

Çoğu zaman teknolojik bir yenilik sonucu kapitalizm biçim değiştirir gibi olduğunda, kapitalizmin artık "eski" kapitalizm olmadığı ya da aşılmakta olduğu şeklindeki vurgularıyla geniş bir yelpaze çizen kuramsal açıklamalar hemen boy göstermeye başlamaktadır. Bu yalnızca düne ait bir olgu değil, bugünün de bir gerçeği olarak karşımıza çıkmaktadır.[1]

(*) Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Araştırma Görevlisi.

1 Kapitalizm, teknoloji ve değişimi mitler üzerinden tartışan açıklayıcı bir çalışma için bkz. (Mosco, 2004).

James Beniger (1986: 4, 5), kapitalizmdeki değişimin boyutlarını vurgulamak üzere 1950'den başlayıp 1980'lerin ortalarına kadar ortaya atılmış (aralarında "sanayi sonrası toplum", "bilgi ekonomisi", "teknoloji toplumu", "neo-kapitalizm", "enformasyon devrimi", "üçüncü endüstriyel devrim" gibi çeşitlemelerin olduğu) yetmişten fazla ad sıralamaktadır. Günümüzde daha çok "enformasyon toplumu kuramları" başlığı altında kümelenen bu çalışmalar, kuramsal açıklamalarını Frank Webster'ın (2006: 8 vd.) belirttiği şekliyle "teknolojik", "ekonomik", "mesleki", "uzamsal" ve "kültürel" olmak üzere beş ayrı eksendeki değişime dayandırarak küresel ölçekte "devrimsel" bir dönüşüme tanıklık ettiğimiz haberini vermektedirler. İkinci Dünya Savaşı sonrası bir ortamın ekonomik, siyasal ve kültürel koşullarında olgunlaşan bu çalışmalar, askeri-sanayi işbirliğiyle geliştirilen teknolojik yeniliklerden oldukça fazla etkilenmiş bir görünüm sergilerler (Kumar, 2004: 19-28). Öte yandan 1970'lerdeki kapitalizmin krizinden sonra yaygınlık kazanan enformasyon teknolojileri bu yönlü düşüncelerin güç kazanmasında etkili olurken, "yeni" bir oluşumla karşı karşıya olduğumuz fikri kendisine ülkelerin strateji belgelerinde veya uluslararası kuruluşların raporlarında yer bulmaya başlamıştır. 1990'ların sonundan itibaren ise internetin yaygınlaşması, bu kez, "ağ toplumu" (Castells, 2013: 621) söylemini gündeme getirmiştir.

Günümüzde gittikçe daha çok tartışılır hale gelen otonomcu Marksizm içinde de birden fazla ad üretilmiş durumdadır. Yann Moulier-Boutang (2011: 57), bilgi ve enformasyondan elde edilen kazancın birikim ve kârın temelini oluşturduğu varsayımıyla "bilişsel kapitalizm" tanımlamasını kullanırken, *İmparatorluk* ve *Çokluk* gibi ilgi çekici kitapların yazarları Michael Hardt ve Antonio Negri (2008: 296) enformasyon ve iletişimin üretim süreçlerinde asli bir rol oynadığından hareketle "ekonomik *postmodernleşme*" veya "*enformatikleşme* süreci" gibi tanımlamaları tercih etmektedirler.

Bugünden bakınca kapitalizmin dönüşüm geçirdiğine ilişkin çok sayıda işaret mevcuttur. Bu açıdan hiçbir şeyin değişmediğini ileri sürmek doğru olmayacağı gibi sermayeyi hafife almak, en azından onun esnek ve yenilikçi yapısını görmezden gelmek olacaktır. Ancak değişimin boyutlarını tartışırken, dikkatli olmamızı gerektiren birden fazla durum söz konusudur. Öncelikli olanı, yaşamımızın hemen her yerinde olan ve tam da bu yüzden fark edilmesi giderek daha da zorlaşan kapitalizmin (Ollman, 2011: 22) hâlâ varlığını devam ettirdiği gerçeği ve temel kurallarının, örneğin amansız kâr arayışına dayalı ya da krize meyilli yapısının değişmeden kaldığıdır. Nitekim 2000'lerde istihdamsız mali sermayenin bir türevi olarak ortaya çıkan *dot.com* dalgası beklenenden hızlı bir büyüme göstererek önce heyecana fakat sonrasında *Nasdaq*'taki görkemli çöküşle birlikte karamsarlığa yol açtığında kapitalizm kendisini bir kere daha hatırlatmıştır. David Harvey (2006: 143 vd.), henüz krizden önce postmodern tartışmaların yükselişe geçtiği bir sırada kaleme aldığı çalışmasında "fordizm"den "post-

fordizm"e geçişle simgelenen yeni durumda "esnek birikim" modelinin ortaya çıktığını savunurken asıl olarak kapitalist üretim tarzının temel ilkelerinin değişmeden kaldığına dikkat çekmekteydi.

Şu durumda bugünün kapitalizmi neye benzemektedir? Dan Schiller (2000: xıv) bilgisayar ağlarının kapitalist ekonominin sosyal ve kültürel doğasında önemli bir değişimi ortaya çıkardığı bir sırada yayınladığı erken tarihli çalışmasında ağın kendisinin iktisadi faaliyetin önemli bileşeni olarak kapitalizme "dijital" bir görünüm kazandırdığını, dolayısıyla da "dijital kapitalizm"le karşı karşıya olduğumuzu belirtmekteydi. Enformasyon ve iletişim teknolojilerindeki (EİT) hızlı gelişmeler günümüzde kapitalizmi Schiller'in belirttiği modele giderek daha da fazla yaklaştırmış görünmektedir. Üretim ve dolaşım giderek dijital bir görünüm kazanmakta ve ağın mantığına göre şekillenmekte, bu durum emeğin yeniden organizasyonunu gerekli kılmakta, emek ürünü metalar dijital içerikli hale gelmekte, şirketlerin iş yapma biçimleri farklılaşmakta ve en sonu tüketim süreçleri de dönüşmektedir. Söz konusu süreçlere ilişkin değişimin izleri farklı sektörlere göre takip edilebilir. Bu çalışma bunu, iletişim alanı içinde kalarak yapmaya çalışacaktır. Çalışmanın birinci ve ikinci başlığı altında iletişime dayalı üretim, dolaşım ve tüketim süreçlerindeki dönüşümün tarihsel bir sunumu yapılmakta ve bunun sonuçları aktarılmaktadır. Üçüncü başlık altında iletişimsel etkinliklere ilişkin toplam harcama büyüklüğü ele alınmakta ve bu harcamaların yoğunlaştığı mecralar tartışılmaktadır. Dördüncü ve beşinci başlıklar, iletişim alanındaki hâkim aktörlere ve bunların iş yapma biçimlerine ayrılmaktadır. Sonraki gelen iki başlıkta üretim çıktıları olan metalar ve bunları üreten emek tartışması yapılmaktadır. Son bölümde ise, iletişime dayalı tüketim süreçleri üzerinde durulmaktadır.

İletişime dayalı üretim, dolaşım ve tüketim süreçlerinde dönüşüm: Tarihsel bir sunum

EİT'deki gelişmelerle dijital bir görünüm kazanmış olan iletişime dayalı üretim, dolaşım ve tüketim süreçleri günümüz kapitalist iktisadi sisteme giderek daha fazla eklemlenmiş ve bu sistemin gereklerine uygun olarak biçimlenmiş bir yapı görünümündedir. Diğer her şey gibi bu da tarihsel bir gelişimin sonucudur.

Kitap ve resim gibi kültürel ürünler ya da tiyatro gibi bazı kültürel pratikler Avrupa'da feodal toplumun zayıflayıp mübadele değeri için üretimin geçerlilik kazanmaya başladığı 15. yüzyılla birlikte ticarete konu olur hale gelmişlerdir (Burke, 2014: 125 vd.; North, 2014: 119 vd.; Taub-Pervizpour, 2006: 181-188). Teknik icatların doğuşuna olanak tanıyan sanayileşmeyle birlikte, başta yine kitap olmak üzere, gazete, dergi, müzik ve film gibi türler 19. yüzyılın ortalarından itibaren yalnızca ticarete konu olmakla kalmayıp endüstriyel bir nitelik de kazanmışlardır (Louw, 2001: 37 vd.; Mattelart, 2013: 37-49). ABD bu anlamda

öncü durumdadır. Nazi Almanya'sından kaçarak ABD'ye sığınan *Frankfurt Okulu*'nun iki önemli temsilcisi, Max Horkheimer ve Theodor Adorno (2010: 162-222), buradaki gelişmelerden hareketle henüz 1947 gibi erken bir tarihte "kültür endüstrisi"nden söz etmeye başlamışlardır. Yine ABD özelinde, radyo ve televizyon gibi yayıncılık faaliyetleri 20. yüzyılın ortalarına doğru yapılan düzenlemelerle reklam destekli özel ticari faaliyetlere dönüşmeye başlamışlardır (Barbier ve Lavenir, 2001: 226 vd.).

Bununla birlikte gerek yayıncılık alanı, gerekse de telekomünikasyon hizmetleri diğer birçok yerde uzunca bir dönem kamusal iletişim sisteminin parçası olarak kalmaya devam etmiştir. Yayıncılık alanı kullanıldıkça tükenmeyen doğal bir kıt kaynak olan spektrum üzerine kurulu olması nedeniyle (Briggs ve Burke, 2011: 222, 254 vd.), telekomünikasyon alanı ise ilk yatırımdaki yüksek maliyet gerekçesiyle uzunca bir süre kamu tekelinde kalmış ve düzenlemeye tabi tutulmuştur. Nitekim telekomünikasyon hizmetleri ya ABD'de *AT&T*[2] örneğinde olduğu gibi devlet kontrolündeki tek bir özel firma ya da kıta Avrupa'sında yaygın olan biçimiyle doğrudan devlet tarafından yerine getirilmesi durumunu ortaya çıkarmıştır. Böylece bu hizmetler, tekelci bir yapılanma dolayımıyla "evrensel hizmet" ya da "kamu hizmeti" anlayışı doğrultusunda verilen hizmetler olmuşlardır.

Ancak, bir yandan kapitalizmin 1970'lerde içine düştüğü sancılı kriz ve bu krizden çıkışta sistemin yeniden yapılandırılmasına duyulan ihtiyaç,[3] diğer yandan 1980'lerden sonra önce ABD ve İngiltere ile başlayıp hızla sınır alanını genişleten neo-liberal politikaların temel alınması radikal dönüşümleri beraberinde getirmiştir. İnsan ihtiyaçlarının yalnızca serbest bir piyasa yoluyla en iyi şekilde sağlanacağı şeklindeki 19. yüzyıl liberal görüşün varsayımına dayalı bu politikalarla birlikte ülkelerin neredeyse tamamında kamu sektörünün küçül-

2 *American Telegraph and Telephone Company*. Söz konusu şirket, ABD'de 1885 yılında *American Bell Telephone Company*'nin bağlı kuruluşu olarak kurulmuş ve uzun bir süre boyunca piyasadaki tekel konumunu korumuştur. Şirket, diğer bir çok yerden farklı olarak mülkiyetinin doğrudan devlette olmadığı, tersine özel ancak devlet tarafından kontrol edilen bir yapı olarak varlığını sürdürmüştür.

3 Kapitalizmin krizleri ve yeniden yapılandırma arasında kurulan ilişki *Düzenleme Okulu* olarak bilinen gelenek tarafından yoğun olarak ele alınmaktadır. Başlıca temsilcileri arasında M. Aglietta, A. Lipietz ve R. Boyer gibi araştırmacıların olduğu bu geleneğinin başlıca amaçlarından birisi, tüm çelişkilerine rağmen kapitalist üretimin uzun dönemde nasıl görece istikrarlı bir şekilde gelişebildiğini açıklamaktır. Bu yaklaşıma göre "düzenleme tarzı", ekonomik birimlerin çoğu kez çelişen davranışlarını uyumlu hale getirir, mevcut birikim tarzını düzenler ve kontrol eder, temel toplumsal ilişkileri yeniden üretir. Örneğin fordist üretim tarzı tekelci düzenleme ve yoğun birikim rejiminin bir sonucu olarak varlığını uzun süre sürdürmüştür. Bu dönemde yeniden örgütlenen üretim tarzına (yoğun birikim), Refah devleti ve Keynesçi devlet anlayışları (tekelci düzenleme) eşlik etmiştir. Ancak bu üretim tarzı 1970'lerde krize girmiştir. Krizden çıkışta esnek üretim örgütlenmesi hayata geçirilmiştir. Bu, post-fordizm olarak tanımlanan yeni bir örgütlenme biçimidir. Düzenleme yaklaşımına göre sistemdeki buna benzer dönüşümler, üretimin yapısı, üretim ilişkileri, emeğin koşulları, rekabetin ve devletin müdahale biçimleri başta olmak üzere oldukça geniş bir alanı etkiler. Bu yaklaşımının genel bir değerlendirmesi için bkz. (Taymaz, 1993: 17-25).

tülmesi, özelleştirme, serbestleştirme ve dışa açılma gibi bir dizi eğilim ortaya çıkmıştır. Bu sürecin iletişim alanı açısından doğurduğu sonuç, kamusallık fikrinin altının oyulması ve böylece iletişimsel altyapılara ilişkin geleneksel düzenlemeci rejimin çözülmesi olmuştur (Richeri, 2004: 180, 181). Bu iki yönlü gelişme, yalnızca telekomünikasyon veya yayıncılık alanını değil, aynı zamanda ulusal devletlerin genel kamusal kültür politikalarını da değiştirip dönüşüme uğratmıştır. Graham Murdock'ın (2011: 34, 35) dikkat çektiği gibi, neo-liberal politikaların kamusal kültürel alan üzerindeki etkilerinden birisi de, kamu sübvansiyonunu kesmek ve kültürel kurumları ihtiyaç duydukları fonu ticari kaynaklardan karşılamaya cesaretlendirmek ve zorlamak olmuştur.

Kriz sonrası kapitalizmin yeniden yapılandırılması sürecinin dikkat çekici yönlerinden birisi, sermaye tarafından yeni bir birikim alanı olarak görülen hizmetler sektörünün küresel ticaret sistemine dâhil edilmesidir (Geray, 2005: 75-88). Günümüzde beş trilyon dolara ulaşmış olan hizmetler dış ticaret hacmi (WTO, 2014: 24, 25) birikimin yeni bir kaynağı olduğunu açıkça göstermektedir. Hizmetler sektörünün önemli bir sacayağı olarak kabul edilen iletişim alanı da bu sürecin parçası haline getirilmiş, böylece piyasada kendi dinamiklerine bırakılmaya başlanmıştır. EİT'deki bir dizi gelişme iletişim alanının sürece dâhil edilmesinin arkasındaki temel dinamiklerden birisidir. Diğer bir ifadeyle, bu türden teknolojik yeniliklerin artan yetenek ve kapasiteleri sermayenin üretim, dolaşım ve tüketimi daha esnek ve küresel ölçekte örgütleyerek genişleyebilmesi yönünde birtakım olanakları ortaya çıkarmıştır ki kapitalizme dijital niteliğini kazandıran esasen bu içselleştirme olmuştur. Bunların kapitalist şirketler yararına kullanılabilmesi ise serbestleştirmeyi gerekli kılmıştır.

Serbestleştirme sürecinin hukuki zemini uluslararası kuruluşlar eliyle oluşturulmuştur. Dünya mal ticareti uzunca bir süre 1948 yılında yürürlüğe giren *GATT*[4] eliyle gerçekleştirilmiştir. Çok taraflı ticaret anlaşmaları, mal ticaretinden hizmetler alanına, fikri ve sınai mülkiyet hakları alanına ve yatırımcı hakları alanına doğru genişlemeye başlayınca 1994 yılında *WTO*[5] kurulmuştur. Böylece dünya mal ticareti yine *GATT* eliyle, hizmetler ticareti *GATS*[6] aracılığıyla, fikri mülkiyet ticareti ise *TRIPS*[7] yoluyla gerçekleştirilmeye başlanmıştır.

Uluslararası ölçekte sınırları çizilen bu hukuki çerçeveyle birlikte iki önemli sonuca ulaşılmıştır. İlk olarak, iletişim altyapılarının ticari şirketler yararına olmak üzere serbestleştirilmesinin yolu açılmıştır. Nitekim *GATS*'la birlikte ulus devletler uygulamaya koydukları stratejilerle başlangıçta yalnızca sesin iletilebildiği ancak sonradan geliştirilerek her türden enformasyonun (metin, imge, görüntü vb.) aktarılabildiği bir yapıya kavuşturulan telekomünikasyon alt yapıları-

4 The General Agreement on Tariffs and Trade – Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Anlaşması

5 World Trade Organization – Dünya Ticaret Örgütü

6 The General Agreement for Trade in Services – Hizmet Ticareti Genel Anlaşması

7 Trade-Related Intellectual Property Rights – Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları

nı serbestleştirmeye başlamışlardır. Örneğin *GATS*'ın hayata geçirdiği en önemli değişiklik, yerli-yabancı özel şirketlerin kamusal harcamalarla oluşturulmuş ağa erişimlerinin yolunu açmış olmasıdır (Blouin, 2000). Bu süreçte radyo ve televizyon yayıncılığı başta olmak üzere geleneksel kamusal iletişim sistemleri de yapılan yasal düzenlemelerle özel faaliyetin konusu haline getirilmiştir. İkinci olarak, sıkı koruma tedbirleri getirilerek enformasyonel içeriklerin uluslararası düzeyde metalaştırılması ve bu formu uzun bir süre koruyabilmesinin önü açılmıştır. Nitekim ileride yeniden ele alınırken görüleceği üzere, fikri mülkiyet hakları *TRIPS* yoluyla küresel ölçekte düzenleme altına alınmıştır.

Dönüşümün sonuçları

Bu süreç, birbiriyle ilişkili bir dizi sonucu ortaya çıkarmıştır. David Hesmondhalgh (2011) ve Bernard Miège'in (2011) çalışmalarından da yararlanılarak bu sonuçlardan öne çıkan bazıları belli başlıklar altında toplanabilir:

İlk olarak, telekomünikasyonda piyasalaştırma süreçleri üretim, aktarım ve pazarlama faaliyetleri kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Mevcut alt yapıya erişimin sağlanmasıyla sermaye yatırımının genişlemesinin yolu açılmış ve alana uydu yayıncılığı, kablo ve mobil hizmetler gibi sektörlerde faaliyet gösteren yeni oyuncular dâhil olmuştur. Serbestleştirmenin yanı sıra, sürece özelleştirme uygulamaları da dâhil edilmiştir. Bu yolla telekomünikasyonun mülkiyet ve yönetimi kamudan özel sektöre devredilmeye başlanmış, böylece bu hizmetlerin bizatihi kendisi kapitalist üretim ilişkileri içine sokularak toplumun bu hizmetlerden meta biçimiyle yararlanmasına zemin hazırlanmıştır.

İkinci olarak, geleneksel kamusal yayıncılık alanında da yeni sermaye yatırımlarının önü açılmıştır. Bu yolla, mevcut endüstrisi içinde mülkiyet biçimleri ve iş görme yöntemleri dönüşüm geçirmiştir. Bunun sonucu olarak, şirketler tek bir üretim kolunda (örneğin gazete, televizyon, müzik, film vb.) faaliyet göstermek yerine, birden fazla faaliyet alanında iş görmeye başlayarak üretim ve dağıtım süreçlerini genişletip çeşitlendirmişlerdir. Bu olgu, hızla ortaya çıkan teknolojik yeniliklerle önceleri medyanın birbirlerinden ayrı olan farklı öğelerinin giderek birbirleriyle ilişkili hale gelmesiyle yakından bağlantılıdır. Özellikle bilgisayarın ortaya çıkması ve bununla başlayıp devam eden dijitalleşme geleneksel iletişim araçlarıyla yeni medya arasındaki yakınsamayı ortaya çıkarmıştır. Nitekim günümüzde içeriğin büyük bir kısmı aynı alt yapı üzerinden akmakta ve böylece bu alt yapıya bağlı farklı türdeki iletişim araçları yoluyla dağıtılıp tüketilebilmektedir. "Yöndeşme" olarak da tanımlanan bu olgunun en açık göründüğü yerlerden birisi, farklı türdeki birçok içeriğin aynı anda bir araya getirilebilmesine olanak tanıyan internettir. Amelia Arsenault ve Manuel Castells'in (2008: 713 vd.) çalışmasının da gösterdiği gibi, gerek geleneksel medya şirketleri, gerekse de internet alanında faaliyet gösteren şirketler üre-

tim ve dağıtım kanalları yoluyla birbirleri arasında stratejik ortaklıklar ya da işbirliği kurabilmektedirler.

Üçüncü olarak, serbestleştirmeyle birlikte yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, örneğin fiber optik kablolar, uydu teknolojileri, dijitalleşme ve internetin gelişimi üretim ve dolaşım süreçlerini büyük oranda değişikliğe uğratmıştır. Üretim ve dolaşım süreçleri sermaye yararına hızlanmış, esnek bir yapıya kavuşmuş ve giderek daha fazla küresel ölçeğe doğru genişlemiştir. Robert McChesney (1999: 78 vd.), medya sistemlerinin 1990'ların sonuna kadar ulusal karaktere sahip olduklarını, 21. yüzyılın başlarında küresel ticari medya piyasasının ortaya çıktığını belirtmektedir. Alanda faaliyet gösteren büyük aktörlerin çok uluslu küresel şirket görünümünde olmaları bunun bir göstergesidir. Diğer taraftan, üretim ve dolaşım süreçleri giderek daha fazla oranda dijital bir görünüm almaya başlamıştır. Üretimin dijitalleşmesi, yalnızca sanat örneğinde olduğu gibi tekil alanlarda değil, kitlesel nitelikli ürünlerde de yansımasını bulabilmektedir. Bu durum bir film yapım sürecinde üretimin kendisinin değil ama üretim sonrası (post-production) aşamanın giderek ağırlık kazanmasında kendisini gösterebilmektedir. Örneğin 2013 yapımlı *Gravity* adlı filmde üretimin neredeyse yüzde 80'i dijital bir ortamda gerçekleştirilmiştir.[8] Dijitalleşen içerik, dağıtım sürecinde de dijital araçlar üzerinden dolaşıma sokulmaktadır. Sonuç olarak, üretim ve dolaşım süreçlerindeki bu dönüşüm, günümüz kültür endüstrilerine daha dijital bir boyut kazandırmaya başlamıştır.[9]

Dördüncü olarak, tüketim süreçleri de dönüşüm geçirmeye başlamıştır. Bunun başlıca nedenlerinden birisi internetin ortaya çıkışıdır. 21. yüzyılın ortalarından sonra askeri bir projenin ürünü olarak ortaya çıkan internet, 1990'lardan sonra geliştirilerek ticari kullanıma da açılmıştır. Günümüzde ise gelişmiş bir erişim ağının ortaya çıktığından söz edilebilir. Bu süreç, özellikle kullanıcı sayısındaki artışa bağlı olarak üretimin çıktılarının geniş bir tüketici ağına ulaştırılması ama daha da önemlisi ağa bağlı taşınabilir araçlar (örneğin akıllı telefonlar) yoluyla tüketimin neredeyse tüm zamana yayılması olmuştur. İleride yeniden ele alınırken görüleceği üzere, bu durum, *Facebook*, *Twitter* ya da *Instagram*, gibi büyük ölçekli internet şirketleriyle birleştiğinde kullanıcı faaliyetleri açısından yeni olanaklar doğurmuştur.

Toplam büyüklük ve değişen tüketim alışkanlıkları

Tüm bu değişimlerle birlikte iletişim alanı iktisadi etkinliğin merkezine giderek daha fazla yaklaşmış ve onun önemli bir koluna dönüşmüş durumdadır. Alanın

8 Ayrıntı için bkz. http://www.thewrap.com/how-gravity-revolutionize-visual-effects-and-sent-sandra-bullock-into-space/ (Erişim Tarihi: 13.10.2015).

9 Günümüz kültür endüstrilerinin görünümünü ele alan derleme bir çalışma için bkz. (Oakley ve O'Connor, 2015).

çap ve ölçek olarak büyümüş olduğunu gösteren bir rapor *McKinsey & Company* (2014: 8) tarafından yayınlanmıştır. 45 farklı ülke ve önde gelen 12 ayrı sektörden[10] elde edilen verilerin kullanıldığı raporda toplam harcamaların 2014 yılında 1,65 trilyon dolar olduğu belirtilmektedir.

Rapordaki dikkat çekici değerlendirmelerden birisi ağırlık merkezinin dijital mecralara doğru kayacağı yönündedir. Rapora (2014: 10) göre geçtiğimiz son beş yılda dijital mecralara ilişkin tüketici harcamaları yüzde 15 bir büyüme hızı gösterirken, geleneksel mecralarda bu oran 0,8 olarak gerçekleşmiştir. Rapor, bu büyüme hızının devam edeceğini, içinde bulunduğumuz 2015 yılında dijital mecralardaki tüketici harcamalarının geleneksel olanı yakalayacağını ve 2018'e gelindiğinde yüzde 26'lık bir farkla öne geçeceğini öngörmektedir. Böylece toplam harcamalarda dijital olanın payının olmayanı geride bırakacağı tahmin edilmektedir (2014: 17). Öte yandan raporda (2014: 20), tüketici eğilimlerinin satın almak yerine içeriğe erişim yönünde bir değişiklik göstermeye başladığı ileri sürülmektedir. Buna göre tüketiciler, fiziksel olarak kayıtlı ürünleri (CD, DVD, basılı gazete, dergi, kitap vb.) satın almak yerine bunlara çevrimiçi olarak erişimi tercih etme yönünde bir eğilim göstermektedirler. Rapora göre bu değişim, beraberinde reklam harcamalarının da dijital mecralara kaymasını getirecektir. Toplam harcamalardaki büyüklüğün 2014 yılı sonunda yaklaşık 1,9 trilyon olduğunu öngören PwC'nin (2014) hazırladığı diğer bir raporda da kullanıcı eğilimlerinin giderek daha fazla dijital mecralara doğru yöneldiği ve dolayısıyla reklam harcamalarının bu mecralara kayacağı öngörülmektedir.

Kim üretiyor, kim dolaşıma sokuyor?

Küresel ölçekte ele alındığında iletişime dayalı üretim ve dolaşım süreçlerine birkaç büyük şirketin yön verdiği söylenebilir. Bunun başlıca nedeni, şirketlerin piyasayı olabildiğince genişletmek, kontrol etmek ve üretim ve dolaşım zincirinin tüm halkalarını denetim altına almak amacıyla *yatay*, *dikey*, *çapraz* ve *ultra çapraz* bütünleşmelerle tekelleşme eğilimi gösterip küresel ölçekli yapılar (ya da *conglomerate*) haline gelmeleriyle doğrudan ilişkilidir (Adaklı, 2014; McChesney, 1999: 15 vd.; 78 vd.). Nicholas Garnham (2000: 52), farklı türdeki bu yoğunlaşmaların şirketler açısından piyasada "hayatta kalmanın temeli" olduğunu vurgulamaktadır. Dwayne Winseck (2011: 13 vd.), 1990'ların ortasından sonra küreselleşme ve neo-liberalizm yanında ulusal ve küresel kümelenmelerden de bahsetmenin daha kolay hale geldiğini belirtmektedir.

Medya içerik ve dolaşım süreçlerinde *Time Warner*, *Walt Disney*, *News Corporation*, *Viacom*, *Bertelsmann*, *Comcast*, *Sony* ve *Vivendi* gibi şirketler yer al-

10 Rapora konu olan sektörler şunlardır: Dijital Reklamcılık, Genişbant, TV Reklamcılığı, Ev-İçi Video, Audio, Sinema, Dış-Mekân Reklamcılık, Dergi, Gazete, Kitap, Eğitim Yayıncılığı, Video Oyunları.

maktadır. 2015 yılı verilerine göre yıllık toplam gelirleri 300 milyar dolara yaklaşan[11] bu şirketler, film, müzik, gazete, televizyon gibi alanlarda hâkim konumdadırlar. Bunlar, McChesney'in (1999: 34 vd.) "hiperticarileşme" (hypercommercialism) olarak nitelendirdiği yolla devasa büyüklükte bir kültür endüstrisi yaratarak uzun bir meta zinciri kuracak güç ve kapasitededirler. Öte yandan, bu şirketlerin faaliyette oldukları piyasalar az sayıdaki oyuncunun kontrolündeki oligopol piyasalara örnek oluşturmaktadır (Doyle, 2002: 9, 17 vd.). Gerek şirketlerin büyük çaplı kümelenmelerle güç odakları haline gelmeleri, gerekse de piyasanın oligopol niteliği, diğerlerinin alana girişi önünde önemli bir engel oluşturabilmektedir. Öte yandan oligopol piyasa, firmalara riskleri azaltma, maliyetleri düşürme, kârları artırma, yeni kâr fırsatlarının önünü açma, rekabet etme, fiyatlar üzerinde kontrol sağlama, neyin üretileceğine ya da neyin tanıtılıp satılacağına karar verme, tedarikçiler ve işçilerle pazarlıkta güç elde etme gibi birden fazla avantaja sahip olmayı olanaklı kılmaktadır (McChesney, 2006: 225, 226).

Bugünün dijital iletişim ortamında farklı platformlar arasında kurulan yakınsallık, üretim, dolaşım ve tüketim kanallarının sağlıklı işleyebilmesi için farklı türde hizmet veren şirketlerin varlığını gerekli kılmaktadır. Yanı sıra, iletişimsel içeriklerin kendilerine özgü nitelikleri de dağıtım süreçlerinde farklı türden altyapı ve ekipmanları ve tüketim sürecinde birbirlerini tamamlayan ürünleri zorunlu kılmaktadır (Başaran, 2005: 238). Bu durumun bir sonucu olarak, alanda internet, telekomünikasyon ve bilgi ve iletişim teknolojileri sektörlerinde faaliyet gösteren şirketler de bulunmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojileri sektöründe *Apple*, *IBM*, *Microsoft*, *Samsung*, *Oracle*, *Cisco*, *Intel* gibi önde gelen şirketler söz konusuyken, telekomünikasyon alanında *NTT*, *AT&T*, *Verizon*, *Telefónica*, *China Mobile*, *Deutsche Telecom*, *Vodafone* gibi şirketler bulunmakta, internet alanında ise *Google*, *Yahoo*, *AOL* ve ayrıca sosyal paylaşım siteleri olan *Facebook*, *Twitter* ve *Instagram* gibi şirketler yer almaktadır. Bu şirketler de tıpkı diğerleri gibi donanım, içerik ve hizmet alanlarında üretim gerçekleştirerek farklı metalaştırma süreçlerini başlatabilmektedirler, ayrıca alt yapı yatırımlarıyla dolaşım ağının da önemli aktörleri durumundadırlar. Söz konusu şirketler yıllık kâr oranları, toplam mal varlıkları ve piyasa değerleri açısından dünyanın en büyük kapitalist şirketleri arasında gösterilmektedir. *IDATE* tarafından hazırlanan *Digiworld* (2014: 52) başlıklı çalışmada, telekomünikasyon hizmetleri ve ekipmanları, yazılım ve bilgisayar hizmetleri, bilgisayar donanımları, TV hizmetleri, tüketici elektroniği ve internet hizmetleri alanlarındaki toplam büyüklüğün 2014 yılında 3,5 trilyon euroyu geçmiş olduğu belirtilmektedir.

11 Söz konusu veriler için adı geçen şirketlerin kendi internet sayfalarındaki finansal bilgilerine bakılabilir.

Şirketler ve iş yapma biçimleri: Gayri-maddi üretim mi?

Günümüz kapitalizminin bir özelliği olarak, şirketlerin iş yapma biçimlerinin radikal bir biçimde değiştiği yönünde güçlü ön kabuller vardır. Örneğin Andre Gorz (2011: 37 vd.), günümüzde sermayenin maddi olmayan bir forma doğru evirildiğini öne sürerken tam da bu dönüşüme dikkat çekmektedir. Tek bir şirket açısından ele alındığında, bu, maddi nitelikte üretim araçlarına ve emeğe sahip olmamak anlamına gelmektedir. Bu iddia bir kez ileri sürülünce, bunu üretim süreçlerindeki maddiliğin de önemini kaybettiği savı izlemektedir. Maurizio Lazzarato (2005: 237 vd.), gayri-maddilik tartışmasında temel bir argüman olarak, günümüz üretim biçimini karakterize eden üretim döngüsünün Marx'ın (2012: 35 vd.) detaylandırdığı sermaye üretim ve dolaşım formülasyonunu alt üst ettiğini öne sürmektedir çünkü Lazzarato'ya göre bu formülasyon maddi üretimin bir açıklamasından başka bir şey değildir.

Metaların kapitalist üretim ve mübadelesini içeren sermaye dolaşımı ya da P – M...Ü...M' – P' formülasyonu, özetle paranın (P), emek gücü de dâhil olmak üzere, üretim araçlarına (M); bunların üretimle (Ü) birlikte farklı meta çıktılarına (M') ve en sonu tümünün belli bir büyüklükte para-sermayeye (P') dönüşüm sürecini anlatmaktadır. Simon Mohun'un (2003: 51) işaret ettiği gibi, Marx'ın "sermaye dolaşım" formülasyonu "artık değerin nasıl üretildiğini ve gerçekleştirildiğini anlatan tam bir açıklama olmaktan çok, mecazi bir düzlem olarak anlaşılmalıdır." Bu açıdan, döngüdeki uğrakların niteliklerinin ne olduğu önemsizdir, önemli olan değerin hâlâ bu uğraklardan geçerek oluşmaya devam etmesidir.

Marx'ın sermaye formülasyonu iktisadi değer üretiminin mantıki bir açıklaması olarak ele alındığında iletişime dayalı faaliyetlerde şirketlerin üretim ve dolaşımı neden hâlâ bu çizgide devam ettirdiklerini anlamak kolaylaşmaktadır. Şirketler herhangi iletişimsel bir içeriğin kendine özgü olan üretim ve dolaşım süreçleriyle başa çıkabilmek üzere gerekli üretim araçlarına ve emek gücüne yatırım yapmakta, üretimi gerçekleştirmek üzere farklı stratejiler uygulamakta ve üretim çıktılarını mübadele sürecine sokmak üzere dolaşım alanını kontrol etmektedirler. Bu şirketlere yakından bakıldığında, Gorz'un belirttiği gibi faaliyet alanlarını çekirdek bir kadroyla yalnızca tasarlama ve tasarımla sınırlamadıkları, her yönüyle maddi olan üretim araçlarına ve emeğe yatırım yaptıkları görülebilir. Örneğin *Sony*, *Time Warner* ya da *Walt Disney* gibi şirketler içerik üretiminin yapıldığı son teknolojik donanımlara sahip stüdyolara ve buna uygun emek yapısına (örneğin yalnızca bu üç şirketin toplam çalışan sayısı 350 bine yaklaşmaktadır)[12] sahiplerdir.

12 Söz konusu veri için bkz. http://www.forbes.com/companies/time-warner/; http://www.forbes.com/companies/sony/; http://www.forbes.com/companies/walt-disney/ (Erişim Tarihleri: 21.10.2015).

Fakat eğer gayri-maddilik daha fazla görünür durumdaysa bu tam da Gorz'un belirttiği gibi bu şirketlerin artık üretim araçlarına sahip olmaktan çok bunları kiralama yoluna gitmeleri ya da üretimi alt sözleşmeler yoluyla farklı taşeron şirketlere devrederek kendilerinden uzaklaştırmalarıyla doğrudan ilişkilidir (Bulut, 2014: 237). Gorz'un da kabul ettiği gibi, belli başlı büyük şirketler, üretim, dolaşım, pazarlama ve reklam işlerini taşeron firmalara devretmektedirler. O halde denebilir ki, sermayenin maddi olan formu tümden yok olmamakta, yalnızca bir yerde kaybolurken, başka bir yerde ortaya çıkmaktadır. Nitekim iletişime dayalı üretim ve dolaşım bölgesel, ulusal ya da küçük yerel şirketlerin faaliyetleriyle ayakta duran bir yapı görünümündedir (Schiller, 1991: 42). John Thompson'ın (2008: 124) belirttiği gibi, "...büyük şirketlerin birçok medya endüstrisi alanındaki egemenlikleri pek çoğu alt sözleşmeler ve taşeron düzenlemeler sayesinde birbirlerine bağlanan farklı bir dizi küçük üretim ve hizmet örgütleriyle bir arada bulunur." 2000'lerin başında yapılmış bir çalışmada Hollywood film endüstrisinin yüzde 80'inin küçük ölçekli taşeron şirketlerden oluştuğu sonucuna varılmıştır (Magder ve Burston'dan aktaran Hesmondhalgh, 2011: 174). Bu türden şirketler, çoğu zaman büyük şirketlerin bıraktıkları boşlukları doldurmakta, kimi zaman da büyüklerin üzerlerinden atmak istedikleri, "riskli ya da kârsız bulduğu işleri" yapmaktadırlar (McChesney, 2006: 238).

Üretim çıktıları: Dijital metalar

Üretim ve dolaşımdaki dijitalleşmeye doğru evirilen gelişme, üretim çıktılarına, yani metalara yansımamazlık edemez. Marx (2011: 49), ilk kez 1867'de yayımlanan *Kapital C. I*'in açılış cümlesinde, kapitalist toplumların zenginliğinin "muazzam bir meta yığını" olarak göründüğü haberini vermekteydi. Bugün bizler, gündelik yaşamın olağan akışı içinde metaların "muazzam" çeşitliliğini artık daha yoğun bir şekilde deneyimleyebilir durumdayız. Günümüzde her şey ya da neredeyse her şey, meta biçimiyle karşımıza çıkmaktadır (Alfredo Saad-Filho, 2003: 27). Guy Debord'un (1996: 25) doğru bir biçimde tarif ettiği gibi; "dünya (...), yaşanmış her şey üzerinde hâkim olan meta dünyasıdır [artık]." "Sembolik ürün ve hizmetler" (Schiller, 1991: 30) biçimindeki metalar da bu dünyanın parçasıdırlar ancak diğer olağan metalar gibi herhangi bir genelleştirmenin içine sokulamayacak kadar farklı tür özellikler gösterirler ve bunlar şirketler açısından metalaştırma süreçlerinde bazı yararlı olanaklar ortaya çıkardığı gibi bu sürece sınırlar koyan bazı sorunları da beraberlerinde getirirler.

Günümüzde bu türden metalardaki en belirleyici özellik, bunlardaki saklı enformasyonel içeriktir. Bu metalar, enformasyonun bizatihi kendisinden kaynaklanan bir özellik olarak (Babe, 1995: 15, 16) farklı tür özellikler gösterirler. Diğer bir ifadeyle; gayri-maddidirler, tükenmezler, bozulmaya uğramazlar, aşın-

mazlar; yanı sıra, depolanabilirler, işlenebilirler ve sürekli yeniden üretilebilirler. Bu belirleyici özelliğin ortaya çıkardığı bazı sonuçlar vardır.

İlk olarak bunlar diğer ürün ya da hizmetler gibi sürekli satın alınabilir şeyler değillerdir (Straw, 2000: 155). Örneğin bir kitap ya da bir bilgisayar oyunu bir kere satın alınır ya da bir filme ikinci kez gidilmez vs. Bunlardaki kullanım değerleri bu nedenle sürekli "yenilik" ya da "farklılık" üzerine kuruludur (Garnham, 1990: 160; 2000: 55). Bu açıdan, söz konusu metalar sürekli içerik ve biçim değiştirerek yeniden ve yeniden metalaştırılır (katmerli metalaştırma). Bu eğilim şirketleri bir yandan yüksek maliyet sorunuyla başa çıkmaya zorlarken, diğer yandan da şirketlere düşük maliyet olanağını sunar. Bu durum, enformasyonel içeriğin üretimi ve yeniden üretimi arasındaki bariz farktan kaynaklanmaktadır. İlk kopya üretimi genellikle yüksek maliyetlidir, ancak ilk birim bir kez üretildikten sonra diğerlerinin marjinal maliyeti "ölçek ekonomisi" gereği giderek azalır, deyim yerindeyse sıfıra yaklaşır (Doyle, 2002: 13; Garnham, 2000: 55; 2011: 49).

Diğer taraftan, bu metalarda mülkiyet "hayali" olarak el değiştirir. Bu şu demektir: sembolik nitelikte herhangi bir meta piyasada işlem gördüğünde olağan bir meta mübadelesinde olduğu gibi kullanım ve mübadele değerleri zıt yönlerde hareket etmez. Örneğin bir filme gidildiğinde, satın alınan şey filmin kendisi değil belli bir izleme zamanıdır, mülkiyet asıl olarak yine üreticinin elinde kalmaktadır. Bu açıdan bu tür metalar (içerik olarak) yeniden üretilmeye gerek olmaksızın değerlenme sürecine tabi tutulurlar. Benzer şekilde, bu metalar asıl kullanım değerleri yanında sahip oldukları ikincil bir kullanım değerlerini de, yani, dünyayı anlamamız ve anlamlandırmamız üzerinde etkisi olduğu varsayılan ideolojik karakterlerini de mübadeleyle birlikte üzerlerinden atmazlar. Dolayısıyla, dolaşımda oldukları sürece ideolojik bir işlevi sürekli yerine getirmiş olurlar.

Bir başka özellik olarak, söz konusu metalara olan talep önceden kestirilemez, bu açıdan risk mümkün olduğunca dağıtılır (Garnham, 1990: 161; 2000: 56; Miege, 1989: 26; Ryan, 1992: 58, 59). Albümde bir değil de 10 şarkının olması ya da bir şirketin yılda birden fazla filmi gösterime sokmasının nedenlerinden birisi de budur. Bu aynı zamanda şirket içinde farklı türde ürünlerin üretilmesinin ya da ürün çeşitliliği oluşturulmasının gerisinde yatan nedenlerden birisini oluşturmaktadır ki, bunları "kapsam ekonomisi" içine yerleştiren ve böylece yoğunlaşma durumunu ortaya çıkaran özelliklerden birisi de budur (Doyle, 2002: 14, 15). Diğer yandan, bu metalar asimetrik bilgi içerirler. Alıcılar bir müzik CD'si ya da bir program satın aldıklarında aslında içeriği hakkında tam bir enformasyona sahip olmadıkları şeye ödeme yapmış olurlar. Şirketler açısından asıl sorun, saklı kalmak zorunda olan içeriği, pazarlama yöntemlerini kullanarak, sınırlı zaman içinde, izleyici ya da kullanıcıları en çoklaştıracak şekilde mübadele değerine dönüştürmektir. Bunun yol açtığı yük tanıtım maliyetidir.

Armand Mattelart'ın (1995: 124) film örneği yoluyla bir iletişim profesöründen yaptığı alıntıda aktardığı gibi; "...bir filmin sıcağı sıcağına tüketilmesi gerekir. Fakat bir filmin izleyicilerin önüne yakıcı bir sıcaklıkta gelmesi için, dağıtım kanalları milyonlarca dolar harcamak durumunda kalır."

Öte yandan sembolik metalar tüketim sürecinde yok olmazlar. Bu özellikleriyle tüketimde diğerleri açısından bir azalma yaratmamanın yanı sıra kullanımda da dışlayıcı bir özellik sergilemeyerek "kamusallık" vasfı kazanabilmektedirler (Ryan, 1992: 75 vd.). Söz konusu metalar, sergiledikleri bu davranışla sermaye devresinde, özellikle de üretilmiş bir içeriğin paraya dönüştüğü dolaşım aşamasında kısa devre yaratırlar. Günümüzde dijitalleştirilmiş içeriklerin internet ortamındaki durumu buna uygunluk göstermektedir. Nitekim Murdock (2011: 27, 28), bu türden içerikleri "dijital armağanlar" (*digital gifts*) olarak nitelendirmektedir.

Aslında *Napster*, 1990'ların sonunda geliştirdiği dosya paylaşım sistemi (P2P) yoluyla çok sayıda mp3 formatındaki müzik dosyasını paylaşıma sunduğunda, şirketler piyasada karşılaştıkları ve başa çıkmaları gereken başlıca sorunlardan birisinin bu olduğunu çabucak kavramaya başladılar. Fakat bu türden metalar, internetten önce de kolayca ücrete tabi tutulamayacak bir niteliğe sahip olmuşlardır. Buna karşı geliştirilen çözümlerden birisi reklamcılık olmuştur. Reklamcılık, bu yolla içeriklerin dolaylı yoldan metalaştırılması (indirect commodification) yolunu açmıştır (Winseck, 2011: 30). Bugünün kapitalizmi açısından ele alındığında geliştirilen yenilik ise, içeriği korunaklı hale getiren fikri mülkiyet haklarıdır (telif hakkı, patent vb.). Fikri mülkiyet hakları, enformasyon toplumu kuramları içerisinde dile getirilen "bolluk ekonomisi" türünden iyimser yaklaşımlara neden temkinli yaklaşılması gerektiğini açıklar. Ancak bu türden iyimser yaklaşımlar Forbes gibi iş dünyasının nabzını tutan yayınlarda hâlâ yer bulabilmektedir. John Mariotti (2010) yakın zamanda yazdığı bir yazıda şöyle demektedir:

> Eski ekonomik yasalar, zenginliği toprak, emek ve sermaye üzerinden tanımladılar. (...) 21. yüzyılda bu yasalar değişti. Artık yeni zenginlik yaratan faktörler – enformasyon ve bilgi-vardır ve bunlar sinerjik özelliktedirler. Şu metaforu bir düşünün: Şayet size bir dolar verirsem ve siz de bana bir dolar verirseniz ikimizde de hâlâ bir dolar olur. Ama size bir fikir verirsem ve siz de bana bir fikir verirseniz her birimiz iki fikre sahip oluruz.

Mariotti'nin sözünü ettiği şey, her ne kadar enformasyon ya da bilginin paylaşıldıkça çoğalan niteliğini göstermesi açısından doğruysa da, bu türden bir karşılıklılık anlayışının kâr elde etme üzerine kurulu bir iktisadi sistemde kendisine yer bulması oldukça güçtür. Nitekim fikri mülkiyet haklarıyla ilgili çözümün gerisinde yatan temel saik, tam da serbestçe dolaşımın etrafına devlet ya da hukuk eliyle bir ücret sınırı çekerek içeriğin serbestçe yayılmasını önlemek,

dağılımı sınırlandırmak ve buna olan erişimi denetlemek ya da belli kurallara bağlamaktır. Mülkiyet hakkının tekel oluşturmak amacıyla güvence altına alınmasına dönük bu tür düzenlemeler, metanın birincil üreticileri ve onun piyasaya çıkmasında rol alan ara katmanları kapsayacak biçimde geniş sınırlar çizer (Landes, 2011: 100). Konuyu internet özelinde ele alan Murdock (2011: 28-30), mevcut uygulamalarla 16. yüzyıl İngiltere'sindeki çit çevirme hareketleri arasından benzerlikler kurarak bunları "dijital çitlemeler" (digital enclosures) şeklinde tanımlarken, Lewis Hyde (2008: 125), bu uygulamaları, "fikirlere kilit vurmak" olarak tanımlamaktadır. Böylece hukuk, denetimi sağlamanın başlıca araçlarından birisi haline gelmiştir. Nitekim *Napster*, telif haklarını ihlal ettiği gerekçesiyle *RIAA*[13] tarafından mahkemeye verildiğinde, davayı kaybetmiş lisans ücreti ödemek zorunda kalmıştır (Wayne, 2010: 148 vd.).

Bununla birlikte günümüzde dijital içeriklerin başlıca dolaşım mecralarından birisi olan internet, dinamik doğası gereği kontrol edilmesi her zaman için zor bir alandır. İnternetle ilgili denetim sorununa neden olan şey, mevcut çatlağın neresi olduğunun tespit edilmesine ve sızıntıya karşı yama oluşturulmasına kadar bir mücadelenin ayrılmaz parçası olarak başka yeni çatlakların ortaya çıkmasıdır. Uygulamaya sokulan sayısız stratejiye karşın her an yeni menfezlerle karşılaşılması bunun göstergesidir. Kitap, albüm ya da film piyasaya çıktıktan hemen sonra (ya da bazı durumlarda henüz piyasa çıkmadan) ücretsiz dolaşıma sokulabilmektedir. Nitekim 2014 yılının Kasım ayında *Sony Pictures*'ın bilgisayar sistemi, kendilerini *Guardians of Peace* (*Barışın Bekçileri*) olarak tanıtan *hacker* grubu tarafından ele geçirilmiş ve gösterime bile girmeyen filmler dolaşıma sokulmuştur.

İsteğe bağlı video hizmeti sunan *Netflix* (2015: 5), hissedarlarına gönderdiği bir mektupta baş etmeleri gereken en büyük rakiplerinin (kendileri gibi hizmet sunan *Hulu* ya da *HBO* olmadığını) hâlâ "korsanlık" olduğu bilgisini paylaşmaktadır. Müzik endüstrisinde de şarkıların karşılığı ödenmeden dinlenmesi, indirilmesi ya da paylaşılması hâlâ baş edilmesi gereken en önemli sorun olarak görülmektedir. *Napster* davasından yalnızca birkaç yıl sonra *IFPI*[14] tarafından hazırlanan *Digital Music Report*'ta (2009: 22) yüzde 95 oranında müziğin herhangi bir ödeme yapılmadan indirildiği belirtilmekteydi. 2012 tarihinde yayınlanan aynı başlıklı raporda kullanıcıların yüzde 28'inin (16), 2013 tarihli raporda yüzde 32'sinin (10), 2014 tarihli raporda ise yüzde 26'sının (40) hâlâ lisanslı olmayan sitelere eriştiği bilgisi paylaşılmaktadır. Bu durum üretim süreci yanında dolaşım sürecinin de denetim altında tutulmasının gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Garnham'ın (1990: 161, 162) çok önceden belirttiği gibi, kazanç elde etmenin ana noktası bazı durumlarda üretim değil dolaşımdır.

13 The Recording Industry Association of America - Amerikan Plak Sanayi Birliği.

14 International Federation of the Phonographic Industry - Uluslararası Fonogram Endüstrisi Federasyonu

Ve en sonu, sembolik metalardaki bir diğer özellik, ölçülebilirlik ve fiyatlandırma sorunudur. Esasen enformasyon, içerdiği anlamdan bağımsız olarak, 1940'larda iletişimi matematiksel formüllerle ifade eden Claude Shannon'un *Matematiksel İletişim Kuramı*'yla birlikte ölçülebilir bir nesne halini almıştır.[15] Enformasyon, nesnel ya da taşıdığı anlamdan bağımsız olarak ele alındığında, tıpkı diğer metalarda olduğu gibi kullanım değeri açısından karşılık geldiği miktar (örneğin şu kadar *kilobyte*, *megabyte* ya da *gigabyte* şeklinde) belirlenebilmektedir. Bir hizmet biçimi olarak internet, tam da bu örneğe uygun olarak, son kullanıcılara, en küçük biriminin dahi hesaplanabildiği bir ölçülebilirlik üzerinden ulaştırılabilmektedir. Fakat günümüzde sembolik metalar açısından başlıca sorunlardan birisi üretilmiş son birim çıktının ölçülebilirliği ve bu ölçülebilirlik üzerinden yapılacak olan fiyatlandırmadır. Robert Babe (1995: 3, 16), enformasyonun piyasada meta olarak işlem görebilmesi için birim başına fiyat ya da maliyet üzerinden değerlendirilebilmesine olanak tanıyacak şekilde ölçülebilmesinin zorunlu olduğuna vurgu yapmaktadır. Fakat Babe'e göre, "sembol ya da işaretleri muhafaza eden ortamın kapasitesiyle depolanan ya da iletilen enformasyon miktarı arasında bire bir mütekabiliyet bulunmamaktadır". Bu noktada Babe (1995: 31, 32), enformasyonun muhafaza edildiği maddi ya da fiziksel araçlar üzerinden bir ölçümlemeye gidildiğini belirtmektedir. Şirketler, tam da Babe'in dikkat çektiği gibi, metaya değerini katan içeriği göz ardı ederek onu muhafaza eden ya da ona ortam oluşturan donanıma ve bunların nicel özelliklerine (örneğin "sayfa sayısı, kelime sayısı, bitler, yayınlanan televizyon program saatleri, film boyutları vb.") odaklanarak buradan fiyatlandırma yoluna gitmektedirler. Babe'in de alıntı yaptığı Vincent Mosco (1988: 4, 5), eski tarihli bir çalışmasında bilgi ve iletişim araçları dolayımıyla tüketicilere ulaştırılan içeriğin giderek yaygınlaştığı günümüz toplumlarını "ödemeli toplum"lar (pay-per society) olarak tanımlamaktaydı. Bugünün dünyası, Mosco'nun çizdiğe modele çok daha yakındır çünkü günümüzde telefonda arama başına, televizyonda izleme başına, enformasyonel alanlarda bit başına ödemeler çok daha genelleşmiş durumdadır.

Emek: Dijital emek, gayri-maddi emek ve ötesi...

Diğer tüm metalar gibi sembolik metalar da "kullanım değeri" ve "değer" olarak ortaya çıkar. Kullanım değeri olmaları, mideden değil hayalden kaynaklanan ihtiyaçları karşılamalarından ileri gelmektedir (Lovell, 2006: 509). Değer olma özellikleri ise, emeğin bizatihi kendisinden kaynaklanmaktadır. Fakat tıpkı sembolik metalar gibi bunları üreten emek de farklı tür özelliklere sahiptir.

Garnham (1990: 33), birkaç on yıl öncesinde kaleme aldığı çalışmasında sınıf analizinin iletişim alanında önemli ama göz ardı edilen bir konu olduğuna dik-

15 Açıklayıcı bir çalışma için bkz. (Çalışkan, 2009: 28-36).

kat çekmekteydi. Mosco (2011: 230; 2008: 149), günümüzde emeğin iletişim çalışmalarının "kör nokta"sı olarak kalmaya devam ettiğini belirtmektedir.[16] Genel düzeyde ele alındığında, Schiller'in (2015: 8 vd.) belirttiği gibi ağ tabanlı üretim araçları yaygınlaştıkça Marx'ın çözümlemesini yaptığı emek süreçlerinde bir değişimi ortaya çıkarmış, en azından emeğin yeniden organizasyonu gerçekleşmiş ve işbölümü yeni biçimler almıştır. Örneğin üretim ve dolaşım süreçleri dijitalleştikçe emek de giderek bu forma doğru evirilmeye başlamıştır, yani gittikçe daha fazla enformasyon işleme, depolama ve iletimi süreçlerinde iş görür hale gelmiştir. Diğer birçok adlandırma yanında "dijital emek" söylemi de bu emek türünü tanımlamada kullanılmaktadır. Bu tanımlama, üretim, üretim araçları ve üretim çıktılarının değişen niteliğinin emeğe yansıması olarak doğru olsa da burada önemli olan nokta birtakım genellemelerden kaçınmaktır.

Emek tartışmalarında iki tür genellemeden söz edilebilir. İlki, örneğin somut bir araştırma alanının, diyelim ki çağrı merkezlerine ilişkin bir saha araştırmasının sonuçlarından yola çıkarak tüm emek biçimlerinin proleterleştiği şeklindeki genellemedir. En soyut düzlemde ele alındığında, Marksist bakış açısıyla toplumun iki karşıt sınıftan, yani kapitalistler ve işçilerden oluştuğu söylenebilir. Ancak kapitalizm, her ne kadar diğer tüm emek türleri gibi iletişimsel emeği de boyunduruk altına alıp proleterleştirme yönünde genel bir eğilime sahipse de, bunun kusursuzca işleyen bir eğilim olduğu söylenemez. Yalnızca farklı sektörler arasında değil, aynı sektör ya da yapı içinde dahi emeğin niteliğine ilişkin farklılıklar söz konusudur. Bu açıdan, sadece bir alana bakıp buradaki sonuçları diğer tümüne yayarak iletişimsel emeğin tümüyle proleterleştiği gibi bir sonucuna varmak birçok yönden kusurludur. Bunun yerine, karşıt eğilimlerin bir arada olabileceği, örneğin boyunduruk altına almayla özerkliğin bu türden emeği tanımlayan iki özellik olabileceği göz önünde tutulmalıdır.

İkincisi ise, yine somut bir alana ilişkin gözlemlerden yola çıkarak tüm emek biçimlerinin aynı niteliği kazandığı şeklindeki genellemedir. İlk durumdaki genelleştirme nasıl ki farklılıkların üzerini örtme riskini taşıyorsa, bu ikincisi de belli bir alana ilişkin farklılığı evrensel bir eğilimmiş gibi gösterme tehlikesini barındırmaktadır. Mikro ölçekteki bu genelleştirmelerden birisi Christian Fuchs'un (2014) çalışmasında göze çarpmaktadır. Fuchs (2014: 22), dijital emeğin kapsamını tanımlarken, cep telefonu ya da bilgisayarlarda kullanılan malzemeyi madenlerden çıkaran "köle" statüsündeki emekle, Silikon Vadisi'ndeki yazılım geliştiricilerini ya da sosyal medya kullanıcılarını hep birlikte dijital emek

16 Sınıf tartışmaları her ne kadar iletişim alanı için görece ele alınmayan konulardan biri olarak kalsa da, alan araştırmasına dayalı çalışmaların olduğundan da söz edilebilir. Bu tür çalışmalardan birisi, Gamze Yücesan-Özdemir (2014) tarafından kaleme alınmıştır. Yücesan-Özdemir (2014: 38, 39), Türkiye bağlamında çağrı merkezi çalışanlarını konu ettiği çalışmasında bu tür çalışma biçimini günümüz "neoliberal emek rejimi" altında "yıkıcı emek rejimi" olarak tanımlamakta ve bunu farklı kentlerde yapılan saha araştırmasının sonuçlarıyla birlikte tartışmaktadır.

olarak tanımlamaktadır. Çünkü ona göre "bunlar dijital medyanın varlığı, kullanımı ve uygulaması için gereken kolektif emek gücünün parçasıdır."

Esasen günümüzde sembolik metaların tümü oluşumuna katkıda bulunan kolektif emeğin ürünleridir. Örneğin herhangi bir film yapım sürecine senarist, yönetmen, kalabalık bir oyuncu grubu, sanat ekibi, kameramanlar, ışıkçılar, sesçiler ve diğerleri karmaşık bir işbölümüyle dâhil olmaktadır. Fakat bunların her biri farklı nitelikler gösteren emek türleridir. Kolektifliği daha geniş bağlamında aldığımızda ilginç sonuçlara ulaşırız. Örneğin *Pink Floyd*'un kurucusu Roger Waters 2013 yılında İstanbul'a konser vermek için geldiğinde, sahnenin kurulumu için gerekli 140 tonluk prodüksiyon malzemesi İstanbul'a 75 tırla taşınmıştı. Sahneyi hazırlayanlar arasında mühendisten teknisyenine kadar 2200 kişi görev almıştı. Bunların yaptıkları iş olmasa, muhtemel ki konser de gerçekleşmeyecekti. Bu durumda bu emek türlerinin hepsinin, tır şoförleri de dâhil, aynı kategori içine sokulamayacağı açıktır. Aslında kolektif çalışma, Howard Becker'ın (1974; 2013: 35-76) çalışmalarının da gösterdiği gibi çok daha geniş içerimlere sahiptir. Herhangi bir yazarın, herhangi türde bir eserini yazabilmesi için kâğıdın ya da kalemin bulunmuş olması veya baskı tekniğinin geliştirilmiş olmasının gerekmesi; benzer şekilde, ressamın kullandığı boya, fırça ve tualin üretilmiş olması; heykeltıraşın biçim vereceği malzemenin ve bu biçimi vermesini sağlayacak araç-gereçlerin önceden tasarlanmış, üretilmiş ve kullanıma sokulmuş olmasının gerekli olması kültürel üretiminin kolektif karakterinin daha geniş yönlerine işaret etmektedir. Şu durumda, yazar, ressam ya da heykeltıraşla onlara malzemelerini sağlayan emeğin aynı kategori içine sokulması önünde büyük zorluklar vardır.

Daha makro düzlemdeki bir genelleştirme örneği Hardt ve Negri'inin (2008) çalışmasında yer almaktadır. Yazarlara göre (2008: 304), "enformasyon ekonomisine geçiş zorunlu olarak emeğin niteliği ve doğasındaki bir değişimi içerir." Bu değişim, emeğin "gayri-maddi" bir form kazanmış olmasıdır. Hardt ve Negri'ye (2008: 304 vd.) göre üretimin enformatikleşmeye başladığı günümüz sektörlerinde gerçekleştirilen üretim ortaya maddi ve kalıcı bir ürün çıkarmadığından bu üretimle ilişkili emek de gayri-maddi, "yani bir hizmet, bir kültürel ürün, bilgi ya da iletişim gibi maddi-olmayan mallar üreten emek"tir. Üretimin enformatikleşmesi, yazarlara göre gayri-maddi emeğin iletişimsel yönünü karakterize etmektedir. Bu emeği tanımlayan bir diğer özelliği ise, "duygulanımsal emek" oluşudur. Duygulanımsal emek de harcadığı emek gücüyle ortaya maddi anlamda bir ürün ortaya çıkarmaz. Duygulanımsal emek, emeğin üretim sürecinde duygulanım yaratması ve bunun manipülasyonu üzerine kuruludur. Lazzarato (2005: 227) ise gayri-maddi emeği "metanın enformasyonel ve kültürel içeriğini üreten emek" olarak tanımlamaktadır.

Farklı alanlardaki üretim ve emek süreçleri bir kenara bırakıldığında ve yalnızca iletişime dayalı üretim süreçleri dikkate alındığında bile emeğin gayri-

maddiliğiyle maddi olan yönünün çoğu durumda birbirlerini tamamladıkları söylenebilir. Örneğin sembolik bir metanın enformasyonel içeriği, gerçekten de maddi olmayan bir niteliğe sahiptir. Fakat bu türden metalar gayri-maddi nitelikteki bu formlarıyla bir boşlukta yüzergezer bir özelliğe sahip değillerdir. Onlara meta niteliği kazandıran özellikleri, tam da maddi bir nitelikteki araca sabitlenmelerinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla içerik olarak metalar her ne kadar gayri-maddiyse de, bu içeriklerin sabitlendiği araçlar (örneğin CD ya da DVD) veya dolaşıma sokulduğu mecralar (örneğin ağa bağlı bilgisayarlar) o oranda maddidir. Dijital bir içeriğin araç olmadan üretilemeyeceği ve daha da önemlisi dolaşıma sokulamayacağı ve tüketilemeyeceği düşünüldüğünde maddi olanla gayri-maddi olanın içiçeliği daha anlaşılır olmaktadır. Bu açıdan maddesiz emeğin maddi olana göre hegemonik biçim yakaladığını ileri sürmek yerine, bu iki tür emeğin çoğu durumda birbirlerine karıştıklarını söylemek daha doğru görünmektedir.

Ancak tek sorun bu değildir. Hardt ve Negri, emeğin gayri-maddiliği tartışmasında bir adım daha ileri giderek, bu emek türünün ölçülebilir olmadığını ileri sürmektedirler. Gerçekte burada söylenen şey, "emek-değer kuramı"nın geçerliliğini yitirdiğidir. Marx'ın Ricardo'dan devralarak geliştirdiği bu kuramın geçerli olmadığını kanıtlamak üzere bugüne kadar epey zaman harcanmıştır. Hardt ve Negri (2004: 160-169; 2005: 89 vd.) de konuyla ilgili epey gürültü koparan bir kampanya yürütüyor görünmektedirler.[17] Buradaki sav, dayanağını emeğin artık ne tam olarak sermaye içinde ne de dışında olmasında bulmaktadır: Değer, tabanda ve toplumun genelinde üretilmektedir. Dolayısıyla onu düzenlemek ve bir değer teorisine dönüştürmek olanaklı değildir. Hard ve Negri üretimin her yerdeliği tartışmasında, oldukça kullanışlı kavramlar ("biyo-politik üretim", "toplumsal fabrika" vb.) ortaya atmaktadırlar ki bunların bir kısmı aşağıda "kullanıcı emeği" tartışması yapılırken ele alınacaktır. Burada değer kuramına ilişkin tartışmayla sınırlı kalınarak söylenecek olursa, kuramının neyi ifade ettiğinin algılanışı noktasında ciddi sorunlar vardır ya da David Camfield'ın (2014: 113) belirttiği gibi "baştan aşağı kafa karışıklıklarıyla doludur".

Marx'ın bütün *Kapital* boyunca üzerinde durduğu en önemli şey, değerin "soyut emek" tarafından üretildiğidir. Soyut emeğin zaman cinsinden ifadesi ise, anlamını, kapitalist tarafından sanki elinde bir kronometre varmış gibi ölçülebileceğinde değil, "toplumsal olarak gerekli emek-zaman"da bulmaktadır. Bu-

17 Nitekim Hardt ve Negri'nin bu savı başka araştırmacılar tarafından da kabul görmektedir. Örneğin Adam Arvidsson ve Elanor Colleoni (2012: 139 vd.), birlikte kaleme aldıkları çalışmalarında genel olarak "enformasyonel kapitalizm"de, özel de ise internette değerin kaynağının ne olduğu sorusuna yanıt ararken, tartışmaya Marx'ın emek-değer kuramının artık geçerliliğini kaybettiğini öne sürerek başlamaktadırlar. Çünkü yazarlara göre emek günümüzde ölçülebilirliğini yitirmiştir. Yazarlar buradan hareketle değer tartışmasında emeğin duygulanımsal yönüyle ilişki kurmakta, dahası değerin kaynağını şirketlerin marka değerine ya da piyasadaki finansal hareketlerine bağlayarak onu bir anlamda üretim sürecinden çıkararak dolaşım alanına taşımaktadırlar.

nun son derece geniş içerimleri vardır ancak burada şu kadarı söylenecek olursa, metaların değer büyüklüğü, onları üretmek için toplumsal olarak gerekli emek-zamanla belirlenmektedir. Bugünün küresel dünyasında değerin üretimi, üretim esnek bir forma kavuştukça, çok daha geniş alana doğru yayılmaktadır. Harvey'in (2012a: 33) belirttiği gibi, değer, günümüz dünyasında "küresel bir ilişkiler kümesidir." Örneğin birçok sembolik metanın üretim öncesi hazırlıkları farklı bir yerde, üretimi farklı bir yerde ve üretim sonrası (post-production) işlemleri de yine farklı bir yerde gerçekleştirilmektedir. Her bir aşamada işe birden fazla şirket ve çok sayıda somut emek dâhil olmaktadır. Bu farklı türdeki somut emek biçimleri, iş ya da iş dışı zamanda emek harcayarak, ürüne farklı türdeki becerilerini aktarmaktadırlar. Fakat piyasa, doğası gereği, karmaşık ya da nitelikli de olsa söz konusu emek yığınındaki farklılıkları ortadan kaldırma eğilimindedir. Sembolik bir metanın bile somut emeklerin saflaşmış bir formu ya da soyut emeğin ürünü şeklinde belirmesi bu eğilimin bir neticesidir. Eşdeğer görevi gören paranın varlığı ise, soyut nitelikteki bu metanın mübadelesini mümkün kılmaktadır. Ve bunların tümü, o andaki verili toplumsal koşullar içerisinde gerçekleşmektedir.

Sembolik metalardaki ölçülebilirlik ve fiyatlandırmayla ilgili soruna ve bu sorunun şirketler tarafından nasıl aşıldığına daha önce değinildi. Genel anlamda söylenecek olursa, metalarda cisimleşmiş soyut emek miktarının ölçümüyle ilgili bir zorluk varsa, bu, Hardt ve Negri'nin açıkladığı nedenler yüzünden değil, tam da değerin soyutluğundan ileri gelmektedir. Harvey'in (2012a: 51) işaret ettiği gibi, soyut olan bir şeyin doğrudan ölçülmesi imkânsızdır. Peki bu durumda ne olmaktadır? Aslında olan şey, meta mübadele edilmek üzere piyasaya çıktığında başına gelecek olan şey neyse odur. Marx'ın (2011: 84) da vurguladığı gibi, "değerin ne olduğu alnına yazılmış değildir". Değer, metalar piyasada mübadele sürecine girip de eşdeğer görevi gören parayla karşılaştıkları anda kendini gerçekleştirir. Mübadelenin metadaki soyut emek miktarına karşılık gelecek şekilde mi yoksa bundan sapma gösteren başka bir oranda mı gerçekleşeceği o andaki piyasa koşulları tarafından belirlenir. Bu durum, değerin Hardt ve Negri'nin yaklaşımına sinmiş biçimiyle yalnızca üretimde değil mübadele süreciyle olan bütünlüğü içinde anlaşılabileceğini göstermektedir.

Esasen değeri yalnızca bir hesaplama aracına ya da ampirik açıdan gözlemlenebilir bir ölçüte indirgeyen Hardt ve Negri'nin yaklaşımı, kuramı son derece dar bir alana hapsetmektedir. Ondan çabucak vazgeçmeleri bu açıdan şaşırtıcı değildir. Hâlbuki değer kuramı, daha geniş bir çerçeve içinde ele alındığında, "üretimin nasıl örgütlenip piyasaya bağlandığı, toplumsal emek ürünlerinin nasıl mülk edinilip toplum içerisinde dağıtıldığı gibi konularda kapitalizm dönemindeki maddi hayatın özsel yönlerini tahlili olarak yakala[maya]" olanak sağlamaktadır (Fine ve Saad-Filho, 2008: 36). Değer kuramı, bu açıdan, bir hesap birimi şeklinde tek tek emek ya da metalar incelenerek doğrulanabilir ya da yan-

lışlanabilir araç olarak değil de, üretim ve mübadelenin bütünlüğü içinde yer bulan toplumsal emeğe dair bir özellik olarak ele alındığında, emeğin nasıl ve neden şimdiki formu aldığı, neden tahakküm altında olduğu, kısaca kapitalist sınıf ilişkileri, sömürü ve bunun iktisadi mübadele ilişkileri üzerindeki etkisi de dâhil olmak üzere karmaşık dinamiklerin anlaşılmasını kolaylaştıran bir özelliğe sahiptir (Desai, 2009: 3; Fine ve Haris, 1979: 34 vd.; Harvey, 2012b: 98, 99). Bu açıdan değer kuramının geçerli olduğunu düşünmek için hâlâ birden fazla neden var gibi görünmektedir.

Tüketim: "İzleyici metası"ndan içerik üreticisi kullanıcılara

İletişime dayalı tüketim süreçleri, izleyici ya da kullanıcılar açısından zengin bir tartışmanın konusu ola gelmiştir. Dallas Smythe, henüz 1977'de yayınladığı çalışmasında kitle iletişim sistemlerinin "kapitalist üretim ilişkilerinin yeniden üretimindeki rollerini" açığa çıkarmak üzere "sermaye açısından hangi işlevi yerine getirdiklerini" ortaya koymayı amaçlarken, "[r]eklam destekli iletişimin kitlesel olarak üretilen meta biçimi nedir?" sorusuna da yanıt aramaktaydı. Smythe'nin sonradan birçok tartışmayı beraberinde getirecek iddiası şuydu: Kite iletişim sistemleri, mevcut tekelci kapitalist koşullarda, kapitalist üretim ilişkilerinin yeniden üretilmesinde oldukça önemli bir rol oynamaktadır; bunu ise, izleyicileri meta olarak üretip reklam verenlere satarak gerçekleştirmektedir.

Smythe'nin bu sonucuna varmasında daha önce de belirtildiği gibi Kuzey Amerika'daki, özellikle de uzun yıllar yaşadığı ABD'deki gelişmelerin önemli ölçüde etkisi olmuştur, zira kitle iletişim sistemlerinin ticarileşip reklam gelirine bağımlı hale gelmeleri burada diğer birçok yerden önce gerçekleşmiştir.[18] Ancak izleyicilerin metaya nasıl dönüştükleri sorusuna Smythe'nin verdiği yanıt, varsayımlara dayalıdır ve bazı ön kabuller içermektedir. En başta, zaman (ve hatta uzam), Smythe'nin bakış açısıyla, hayali bir çizgiyle ikiye ayrılmış gibidir. Üretimin gerçekleştirildiği uzam ve zamanda metalar üretilmekte, ötekisinde ise ilkinde harcanıp tükenme aşamasına gelen "emek gücü metası" üretilmektedir. Smythe'nin (1977: 6) iddiasına göre, izleyiciler emek güçlerini üretme sürecinde kitle iletişim araçlarını kullanırken reklam verenler açısından iki önemli görevi yerine getirirler: (i) reklamı yapılan belirli markalara sahip tüketim ürünlerini satın almayı öğrenmek ve (ii) gelirlerini bu doğrultuda harcamak. Smythe'ye göre (1977: 4, 6), dikkatlerini belirli zamanlarda belirli iletişim araçlarına veren, kestirilebilir özellikleriyle birlikte, kestirilebilir sayıdaki izleyiciler, izleme edimi gibi birtakım hizmetleri üstlenirken söz konusu iki işlevi yerine getirdikleri için reklam verenlere satılırlar. İzleyiciler, bu yolla, bir yandan "üret-

18 ABD medyasındaki ticarileşme ve reklamcılığın tarihsel gelişimi için bkz. (McChesney, 2006: 173-269).

ken emek" sarf edip sermayenin yeniden üretimi için çalışırlarken bir yandan da meta olarak piyasada üreticiler ve alıcılar arasında işlem görürler.

Smythe'nin bu savı, kitle iletişim sistemleri, izleyici ve reklam verenler arasındaki karşılıklı ilişkiyi oldukça güçlü bir biçimde açıklamaktadır (Mosco, 2009: 136, 137). Nitekim çözümlemedeki etki, kendisini "izleyici metası" ekseninde yoğunlaşan çalışmaların nicel çokluğunda açıkça göstermektedir. Önce Smythe'nin çalışmasının yayınladığı dergide başlayan tartışma, örneğin Murdock (1978), Bill Livant (1979; 1982) ve Sut Jhally'nin (1982) eleştiri ve destek mahiyetindeki yazıları, sonradan iletişim metasının gerçekte ne olduğu üzerine yapılan analizler, örneğin metalaşan şeyin gerçekte "reyting" (Meehan, 1984), "izleme zamanı" (Jhally ve Livant, 1986), "dikkat" (Napoli, 2003) ya da "kelimeler" (Bermejo, 2009: 149, 150; Lee, 2011: 439-445) olduğunu öne süren çalışmalar diğerleriyle birlikte zengin bir literatür oluşturacak düzeye ulaşmış durumdadır.

Ancak Smythe'nin tezi, ikna edici olduğu kadar, menfezler ya da boşluklara da sahiptir. En başta Smythe, aşağıda yeniden ele alınırken daha açık olarak görüleceği üzere, Garnham'ın (1990: 29) da işaret ettiği gibi, "Marksist iktisat kuramı içerisinde bir soyutlama olarak meta biçiminin işlevini yanlış anlamakta ve bu nedenle özgül meta biçimleri, buradaki haliyle izleyici ve genel olarak meta, arasındaki ilişkiyi göz ardı etmektedir. Michael Lebowitz (1986: 165, 170), bu tür bir çözümlemenin olsa olsa Marksiyan bir tınıya sahip olabileceğini, çünkü ne öne sürülen argüman açısından ne de ortaya konulan sonuçlar açısından Marksist bir perspektif geliştirilmediğini belirtmektedir. Brett Caraway (2011: 696 vd.) ise, ortada herhangi bir somut ücret ilişkisi olmadığı için, izleyici kendi metasının mübadelesinde taraf olmadığı için ve en önemlisi de bu edim kapitalistin denetimde değer yüklü metaları üretmek üzere harcanmadığı için kuramın kendisinin birçok yönden problemli olduğuna dikkat çekmektedir.

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi kullanıcıların konumuna ilişkin tartışmalara yeni boyutlar kazandırmıştır. Günümüzde bu tez, sosyal paylaşım ağlarını odağa yerleştiren güncel çalışmalarla doğrulanmaya çalışılmaktadır. Fakat Philip Napoli'nin (2010: 511 vd.) de belirttiği gibi yeni medya ortamında farklı bir durum söz konusudur. Her ne kadar kullanıcılar reklam dolayımıyla yine metalaşsalar da artık yeni bir görünüm arz etmektedirler çünkü kullanıcılar üretim araçları olarak da iş gördükleri kabul edilen (Hebblewhite, 2014: 209-212) Web 2.0 temelli çevrimiçi araçlarını kullanarak içerik üreticisi olmaya başlamışlardır[19] (Fuchs, 2010: 191, 192). İletişim alanı açısından ele alındığında, bu sav, gündelik yaşamın olağan bir pratiği haline gelen *facebook* ya da *twitter* ben-

19 İngilizce'de, kullanıcıların aynı zamanda üretici de olduğunu anlatmak üzere üretici anlamındaki "producer" ile kullanıcı anlamındaki "user" sözcükleri birleştirilerek oluşturulan "produser" sözcüğü kullanılmaktadır. Kullanıcıların hem üretici hem de tüketici olduklarını anlatmak için ise, yine üretici anlamına gelen "producer" ile tüketici anlamına gelen "consumer" sözcüklerinin birleştirilmesiyle oluşturulan "prosumer" sözcüğü kullanılmaktadır.

zeri sosyal paylaşım uygulamalarındaki kullanıcı faaliyetlerine dayandırılmaktadır. Kullanıcıların sosyal paylaşım platformlarında gerçekleştirdiği üretim, bu ortamda gezinirken yaptıkları her şeydir: resim yükleme, albüm oluşturma, video oluşturup yükleme, yorum yapma, beğenme (*like*) vb. Kullanıcılar için sıkça kullanılan "dijital emek" söylemi dayanağını asıl olarak burada bulmaktadır. Bunun neden olduğu bazı önemli sonuçlar vardır.

En iddialı olanı, Hardt ve Negri'nin (2008: 259, 260) ileri sürdükleri "toplumsal fabrika" kavramından hareketle, üretimin fabrika ve imalathane gibi geleneksel mekânların ötesine taştığı, dolayısıyla da sermaye için değer üretiminin toplumun geneline yayıldığı (Prodnik, 2014: 333 vd.) şeklindeki savdır. Buna göre, kullanıcılar evlerinde, ofislerinde ya da yolda yürürken belli platformlar için içerik oluşturmakta ve böylece sermaye birikimini olanaklı kılacak değeri ve hatta artık değeri üretmektedirler (Fuchs, 2014: 147-184). Mark Coté ve Jennifer Pybus (2014: 242, 259 vd.), sosyal ağları, özellikle de *Facebook*'u konu ettikleri çalışmalarında ağ kullanıcılarını "maddi-olmayan" ya da "gayri-maddi" emeğin gelişmekte olan özel bir formu olarak tanımlarlarken, vardıkları sonuçlardan birisi, kültürel, iletişimsel ve enformasyonel olan üretim sürecinde kullanıcıların bir yandan öznelliklerini yeniden üretirlerken, bir yandan da sermaye ilişkilerinin gitgide daha fazla tamamlayıcısı olan emeğe dönüştükleri şeklindedir. Bu da, kullanıcıların duygulanıma dayalı kendi benlik ve hisleriyle *facebook* gibi bir ortamda üretip depoladıkları içeriklerin sermaye açısından "kârın dijital arşivi"ni oluşturmalarıyla mümkün olabilmektedir.

Yazarların bu iddiası, sosyal paylaşım ağlarının genişlemeye dayalı özellikleriyle doğrudan ilişkilidir. Toplumu oluşturan her bireyin katılımıyla yaygınlaşan bu ağlar, tam da Gorz'un (2011: 41) belirttiği gibi maddesiz sermayelerini maddi olandan ayırıp borsa bünyesindeki türev piyasalarda iktisadi değerin parçası haline gelebilmektedirler. Böylece bu şirketler, tekil durumda, hatırı sayılır bir piyasa hacmine ulaşırken sahipleri de dünyanın en zenginleri sıralamasında yerlerini alabilmektedirler. Fakat diğer taraftan, bu şirketler açısından kazancın, mahremiyetin ihlali pahasına, kullanıcılara ilişkin kişisel verilerin ve çevrimiçi faaliyetlerin izlenmesi, toplanması, depolanması ve işlenerek reklam verenlere satılması yoluyla gerçekleştiği yönünde genel bir kabul vardır. Bunu olanaklı kılan şey, yeni iletişim teknolojilerinin yeni denetim mekanizmalarına sahip oluşları –ki Philip Napoli'nin (aktaran Prodnik, 2014: 340) de belirttiği gibi, günümüzde medya şirketlerinin veri toplamak için kullanmakta olduğu geniş bir seçenekler dizisi interneti her yönüyle ölçülebilir kılmaktadır– ve boş zamanı çok daha fazla denetim altına alabilme potansiyelleridir.

Güncel tartışmalarla ilişkili olarak çizilen bu çerçeve birden fazla soruyu gündeme getirmektedir. İlk soru: üretim gerçekten de toplumun geneline yayılmış durumda mıdır? İçerik üretiminin ne tür bir üretim edimi olduğu tartışması bir yana bırakılacak olursa, 2015 verileri, toplam sosyal ağ kullanıcı sayısının he-

nüz iki milyara ulaşmadığını göstermektedir. Bu, hiç de önemsenmeyecek bir sayıdır ama toplumun tamamı da değildir. Yine de tartışmalardaki gene hava, herkesin sermaye için üretim yaptığı ve bunun kapitalizmi ayakta tutan temel sacayaklarından birisi olduğu şeklinde gibidir. *IDATE* tarafından yapılan bir hesaplamada, sosyal paylaşım sitelerinin 2014 yılı için toplam geliri 20 milyar eurodan biraz daha fazla olarak gösterilmektedir, ki bu oran, toplam dijital gelirlerin (3,5 trilyon euro) yüzde 0,5'inden biraz daha fazlaya denk düşmektedir. Söz konusu gelirdeki reklam payının dokuz milyar euro civarında olduğu düşünüldüğünde (geri kalan, doğrudan ödeme payıdır) bu oran çok daha aşağılara inmektedir.

Fakat burada daha önemli bir soru yanıt beklemektedir: Mevcut kullanıcılar gerçekten de sermaye için değer üretmekte ve sömürülmekte midirler? Sosyal paylaşım ağları, yukarıda da belirtildiği gibi kullanıcı tarafından üretilen içeriklerle ayakta duran bir yapı görünümündedir. Fakat bu, zorunlu olarak kullanıcıların değer ve dahası artık değer ürettikleri, böylece emeklerinin karşılıklarını alamadıkları için sömürüldükleri iddiasına (Ekman, 2014: 108-113; Fisher, 2014: 135 vd.; Fuchs, 2014: 139, 160 vd.; Prey, 2014: 287) geçerli bir neden oluşturmayabilir. Örneğin Arvidsson (2011: 265-267), kullanıcıların herhangi bir ücret ilişkisine bağlı olmadıkları için ne değerin kaynağı olduklarını ne de sömürüye maruz kaldıklarını öne sürmektedir.

Diğer taraftan Hesmondhalgh (2010: 273-276), sömürü kavramını *Kapital*'deki biçimiyle, yani "yabancılaşma"yla olan bağıyla ele alarak sosyal ağlardaki kullanıcı emeğinin sömürülmediğini öne sürmektedir. Hesmondhalgh bu savını, sömürü kavramının Marksist yaklaşımdaki yüklü olan anlamına dayandırmaktadır.[20] Mark Andrejevic (2009: 414 vd.) ise, *youtube* örneği üzerinden hareketle kavramı yabancılaşmadan soyutlayarak –çünkü ona göre dijital emek ürettiği ürün üzerinde kontrol sahibidir– bu emeğin bedava (free) ya da ücretsiz (unpaid) emek kategorisinde olduğu için sömürüldüğü sonucuna varmaktadır. Andrejevic'in bu savı, Eran Fisher (2014) tarafından da savunulmaktadır. Fisher çalışmasında bu düzlemde açığa çıkan sömürü olgusunu, yabancılaşma kavramıyla birlikte ele alarak kitle iletişim araçlarıyla yeni iletişim araçları arasındaki farklılıkla ilişkilendirmektedir. Buna göre, kitle iletişim araçlarında izleyicinin pasifliği ve yabancılaşması birbirleriyle orantılı olarak fazladır, buna karşın sömürü oranı oldukça düşüktür. Yeni iletişim teknolojilerinde ise kullanıcıların etkinliği ile sömürü oranı orantılı olarak fazladır, yabancılaşma oranı ise oldukça düşüktür.

Esasen burada önemli olan şey, genellik düzeyinin nasıl kurulacağı noktasında düğümlenmektedir. Bu düzeyin sınırlarını kapitalizmi içerecek şekilde çizen

20 Hesmondhalgh (2015), başka bir yerde dijital ve kültürel çalışma bağlamında medya emeği ve sömürü arasındaki ilişkiyi "haksız kazanç" (unjust advantage) ve "cefa" (suffering) terimleri üzerinden tartışmaktadır.

Marx'tan[21] hareketle açıklanacak olursa, üretiminin özgül bir biçimi olan kapitalist üretim tarzında başlıca amaç, kâr hedefiyle "kullanım değerleri"nin ücret ilişkisine bağlı ve sömürüye dayalı soyut bir çalışma sonucunda "değer"e ya da soyut veya somut metalara dönüştürülmesidir. Bu açıdan değer, ne bir boşluktan doğmakta, ne de kendi başına bir forma sahip olabilmektedir. Tersine, değer, belirli özgül koşullarda üretilmekte ve şu ya da bu formdaki bir metada cisimleşmektedir.

Şu durumda, değer derken aynı anda metayı kastediyorsak, kullanıcılar tarafından üretilen içeriği doğrudan doğruya meta olarak tanımlayabilir miyiz? Meta, tam da içinde üretildiği toplumsal koşullar gereği, kapitalizmde son derece özgül bir forma sahiptir ya da Marx'ın deyişiyle (2011: 18), "iktisadi bütünün hücre biçimidir". Bundan dolayıdır ki, Marx, *Kapital*'de kapitalizme ilişkin diğer her şeyi geçici olarak paranteze alıp ilişkisel formu içinde metanın çözümlemesine giriştiği andan itibaren kapitalist üretim ilişkilerini açığa çıkaran ve tümü birbiriyle içsel olarak ilişkili olan kapitalizmin içkin mantığının parçalarını ("değer", "mübadele değeri", "artı-değer", "kâr", "soyut emek", "sömürü ilişkileri" "fetişizm" vb.) açığa çıkarmakla kalmamış, aynı zamanda kapitalizmin çelişkilerini de ortaya koyabilmiştir. Meta çözümlemesi, şayet, Marx'a adım adım kapitalizmin bütününe yönelik eleştirel bir perspektif sunabilmişse, bunun anlattığı şey, metanın kapitalizmi "kendinde" temsil ettiği gerçeğidir (Mandel, 2008: 13). Öyleyse, iletişime dair olsun ya da olmasın, herhangi bir şeyin meta karakterinden söz edildiğinde, bu metanın da kapitalizmin içsel bütünlüğünü kendinde temsil ediyor olması gerekir.

Smythe'nin "izleyici metası" tezi bağlamında dile getirilen itirazlar kullanıcı emeği için de geçerli görünmektedir. Peki ya kullanıcıların ürettikleri içerikler? Kullanıcılar tarafından üretilen içerikleri meta olarak kabul etmenin zorluğu, tam da kapitalizme ilişkin bütünlüğün parçalarını yansıtmıyor oluşuyla doğrudan ilişkilidir. Bunu biraz daha detaylandırmak için burada bir kere daha sosyal paylaşım şirketlerine ilişkin kazancın bir kısmının reklam gelirleri olduğunu hatırlamamız gerekiyor. Genel anlamda ele alındığında, reklamcılık, medya şirketlerini ayakta tutan temellerden birisinin yaratılan toplam toplumsal artık değer olduğunu göstermesi açısından önem arz etmektedir. Diğer bir ifadeyle, endüstri içerisinde reklam verenlerin büyük bir kısmı kapitalist şirketlerdir ve bu şirketler işçilerden çekip aldıkları artık değerin ya da kârın bir kısmını reklam harcaması olarak kullanmaktadır. Genel kabul gördüğü şekliyle, *facebook* gibi şirketler, bu bölüşümden paylarını alabilmek adına reklam veren şirketlere kullanıcı enformasyonunu sunmakta ve böylece reklamları kendi platformlarına taşımayı amaçlamaktadır. Böyleyse şayet, denebilir ki, şirketlerin reklam verenlere sattığı varsayılan veri yığını, daha önce de belirtildiği gibi, kullanıcılar tarafından doğrudan üretilen içerik değil, bu içeriklerin analiz edilerek oluştu-

21 Marx'ın izlediği bu yönteme ilişkin açıklayıcı bir çalışma için bkz. (Ollman, 2006).

rulduğu anlamlı enformasyon toplamıdır. Dolayısıyla, üretilen değer yüklü bir meta varsa, bu, kullanıcı tarafından üretilen ham içerik değil, elde edilen bu saf enformasyonun kendisidir, çünkü kapitalizmin gereklerine uygun olarak hareket eden sermaye yoğun şirket içindeki ücretli emek tarafından mübadele edilmek üzere üretilmiştir.

Şu durumda, kullanıcı sermaye için iktisadi bir değer üretiyor şeklindeki yaklaşım daha en başından anlamlı bir çerçeve kazanmamaktadır. Değerin üretilmediği durumda, Marx'ın meta çözümlemesinde kullandığı diğer tüm kavramlar da anlamını yitirmektedir. Örneğin üretici oldukları halde kullanıcıların herhangi bir ücret ilişkisine tabi olmadıkları için sömürüldükleri şeklindeki sav, birçok yönden sorunludur. En başta, sömürülmenin ücret yokluğuyla ilişkilendirilmesi hatalı görünmektedir, çünkü kapitalizmde emek "ücretli emek" olduğu halde sömürünün parçasıdır. Esasen en geniş biçimiyle ele alındığında sömürü, bir bireyin diğeri üzerindeki farklı tahakküm biçimleriyle bile tezahür edebilmektedir. Fakat bunun kapitalizmdeki iktisadi mantığı, emeğin, ücretine karşılık gelen değerden daha fazlasını ürettiği halde bunun karşılığını alamadığı durumda ortaya çıkabilmektedir ve bu yönüyle gizemli bir yöne sahiptir. Bu açıdan kullanıcı emeği ve sömürü arasında kurulan ilişki genel düzeyde doğruyken, daha özel koşullarda doğruluğunu yitirmektedir.

Bu noktada önem arz eden noktalardan birisi, kapitalist toplumlarda dahi üretilen ya da piyasada mübadele edilen her şeyin meta olamayacağı gerçeğidir. Costas Lapavitsas'ın (2004: 9-30) çalışmasının da gösterdiği gibi, herhangi bir nesneye meta formunu kazandıran onun kapitalist üretim ilişkileri içerisinde ücretli emek tarafından mübadele edilmek üzere üretilmesidir. Kapitalist üretim koşullarında ve bir ücret ilişkisi dâhilinde iş görmeyen kullanıcılarca üretilmiş içeriğin baştan meta olarak kabul edilerek yapılan bir çözümlemede kullanılan Marksist kavramlar ya taşıdıkları anlamları kaybetmekte ya da özgül ağırlıklarını yitirmektedirler.

Sonuç yerine: Kapitalizm ve ötesi

Her şey sürekli değişirken, kapitalizm de değişmekte ve kendisini birden fazla görüntü halinde sunmaktadır. Günümüzde bu farklı görüntülerden birisinin aldığı biçim dijital niteliğinde açığa çıkmaktadır. Bu çalışma, bu biçimin farklı görünümlerini iletişim alanı içerisinde ele almaya çalıştı. Kuşkusuz dijital kapitalizmin iletişim alanındaki görünümleri bu çalışmada ele alınanlardan ibaret değildir. Bir çalışmanın sınırları içerisinde kalınarak önemli görünen noktalar açıklanmaya ve bazı sorulara yanıt verilmeye çalışıldı. Muhtemel ki, yanıt verilenden daha fazla soru ya hiç yanıt bulamadı ya da yanıtı eksik kaldı.

Çalışmada, ilk olarak, iletişime dayalı üretim ve dolaşım süreçlerindeki değişim üzerinde duruldu. Burada, EİT'deki gelişmelerin iletişime dayalı üretim ve

dolaşım süreçlerine giderek dijital bir nitelik kazandırmış olduğu üzerinde duruldu. Bununla birlikte, dönüşümün gerek kapitalizmin 1970'lerde içine düştüğü krizden çıkma arayışı, gerekse de ona eşlik eden neo-liberal politikalarla doğrudan ilişkili olduğu ileri sürüldü. Her iki gelişmenin doğurduğu sonuç iletişim alanının kapitalizme eklemlenerek doğrudan piyasalaştırılması olmuştur. Öte yandan çalışmada, iletişim alanında toplam harcama büyüklüğü ve bunun yoğunlaştığı mecraların neler olduğu tartışıldı. Şu andaki görünüm, bunun dijital mecralar olduğu yönündedir.

Çalışma, ayrıca, üretim ve dolaşım süreçlerindeki hâkim aktörleri ele alarak bunların etkin oldukları piyasa yapısı ve iş görme biçimleri üzerinde durdu. Burada elde edilen sonuç, piyasaya yalnızca birkaç büyük şirketin hâkim olduğu ve bunların üretim ve dolaşımı kontrol etmek üzere farklı stratejiler uyguladığı şeklindedir. Burada ayrıca gayri-maddi üretimin egemen üretim biçimi olmadığı ve bunun taşeronlaşmaya olan bağının güçlü olduğu açıklanmaya çalışıldı. Çalışmada dijital metaların ele alındığı bölümde, bunların kendilerine özgü formaları açıklanmaya çalışıldı ve metalaştırma süreçleri açısından yol açtığı sorunlar ve sağladıkları olanaklar irdelendi. Diğer taraftan iletişimsel emek tartışmasında dijital emek ve gayri-maddi emek gibi tanımlamalar yoluyla yapılan genellemelerden kaçınılması gerekliliği vurgulandı, ayıca Marx'ın emek-değer kuramının geniş içerimleri gösterilmeye çalışıldı. Son bölümde ise, iletişime dayalı tüketim süreçleri ele alınırken gerek izleyici metası tartışmalarında, gerekse de güncel kullanıcı tartışmalarında Marksist kavramların esnetilerek kullanılmasının yol açtığı sorunlar üzerinde duruldu.

Tüm bu tartışmaların da bize gösterdiği gibi kapitalizm derken aslında varlığın ve düşüncenin ötesinde bir *şey*den bahsetmiyoruz. Öyle olsaydı, şekilsiz, kavranamayan bir şey olurdu. Hâlbuki kapitalizm, her seferinde, özellikle de sancılı krizler sonrasında, yeni bir biçimle karşımıza çıkmakta ve Philip Roscoe'nun (2015) çalışmasının da gösterdiği gibi iktisadi mantığını yaşamımızın her alanına dâhil ederek varlığını oldukça güçlü bir biçimde hissettirmektedir. Kapitalizm kendisini sürekli farklı bir biçimde sunarken üretimden tüketime kadar olan süreçlerde farklılıklara yol açmaktadır. Bu çalışma iletişim alanı içerisinde kalarak tam da bu nokta üzerinde dururken, aslında kapitalizmin *öz* olarak değil ama *biçim* olarak değiştiği üzerinde durmaya çalıştı. Nitekim şirketlerin iş yapma biçimleri ya da piyasanın yapısı değişirken, kâr arayışı değişmeden kalmaktadır; üretilen metalar biçim olarak değişmekte ancak soyut emeğin ürünleri olarak piyasada kalmaya devam etmektedirler; farklı emek biçimleri ortaya çıksa da sömürü mekanizması devrede kalmaktadır.

Muhtemel ki, birkaç on yıl sonra kapitalizmin başka bir formundan söz etmeye başlayacağız ve yine önümüzde yanıt arayacak sorular olacak. Sorular sordukça ve bunlara yanıtlar aramaya çalıştıkça kapitalizmi yeniden ama daha ya-

kından tanır hale geliyoruz. Bunun önemi, bizi alternatiflerin neler olabileceği ya da David McNally'nin (2013) çalışmasında tartışıldığı şekliyle "başka bir dünya"nın mümkün olup olmadığı üzerinde düşünmeye zorlamasıdır.

KAYNAKÇA

Adaklı, G. (2014) "Türkiye'de Sermaye ve Sermayedarlar: Medya sermayesi ve Ultra-Çapraz Bütünleşmeler", *Perspectives*, 8: 18-23.

Andrejevic, M. (2009) "Exploiting YouTube: Contradictions of User-Generated Labor", Snickars, P. Ve Vondreau, P. (der.) *The Youtube Reader*, National Library of Sweden, Stockholm, 406-423.

Arsenault, H. A. ve Castells, M. (2008), "The Structure and Dynamics of Global Multi-Media Business Networks", *International Journal of Communication*, 1: 707-748.

Arvidsson, A. (2011) "Ethics and value in customer co-production", *Marketing Theory*, 11(3): 261–278.

Arvidsson, A. ve Colleoni, E. (2012) "Value in Informational Capitalism and on the Internet", *The Information Society*, 28: 135–150.

Babe, R. (1995) *Communication and the Transformation of Economics: Essays in Information, Public Policiy and Political Economy*, Westview Press, Oxford.

Barbier, F. ve Lavenir, C. B. (2001) *Diderot'dan İnternete Medya Tarihi*, Okuyan Us Yayınları, İstanbul.

Başaran, F. (2005b) "Ağ Ekonomisi ve İnternet", Başaran, F. ve Geray H. (der.) *İletişim Ağlarının Ekonomisi: Telekomünikasyon, Kitle İletişimi, Yazılım ve İnternet* içinde, Siyasal Kitapevi, Ankara, 237-257.

Becker, H. S. (1974) "Art As Collective Action", *American Sociological Review*, 39(6): 767-776.

Becker, H. S. (2013) *Sanat Dünyaları*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Beniger, J. (1986) *The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Infomation Society*, Harvard University Press, Cambridge.

Bermejo, F. (2009) "Audience manufacture in historical perspective: from broad-casting to Google", *New Media & Society*, 11(1-2): 133-154.

Blouin, C. (2000) "The WTO Agreement on Basic Telecommunications: A reevaluation", *Telecommunications Policy*, 24(2): 135-142.

Briggs, A. ve Burke, P. (2011) *Medyanın Toplumsal Tarihi: Gutenberg'den İnternete...*, Kırmızı Yayınları, İstanbul.

Bulut, E. (2014) "Yaratıcı Ekonomiyi Tanımlamak: Toplumsal İşbirliğinin Tohumları veya Genel Zeka ve İmgelem İçin Kapitalist Av?", Peters, M. A. ve Bulut, E. (der.) *Bilişsel Kapitalizm: Eğitim ve Dijital Emek* içinde, NotaBene Yayınları, Ankara, 221-240.

Burke, P. (2014) *The Italian Renaissance: Culture and Society in Italy*, Blackwell Publishing, Cambridge.

Camfield, D. (2014) "Çokluk ve Kanguru: Hardt ve Negri'nin Maddi Olmayan Emek Kuramının Eleştirisi", Savran, S., Tanyılmaz, K. ve Tonak, A. E. (der.) *Marksizm ve Sınıflar: Dünyada ve Türkiye'de Sınıflar ve Mücadeleleri* içinde, Yordam Kitap, İstanbul, 91-119.

Caraway, B. (2011) "Audience Labor in the New Media Environment: A Marxian Revisiting of the Audience Commodity", *Media, Culture & Society*, 33(5): 693-708.

Castells, M. (2013) *Ağ Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Çağı. Ekonomi, Toplum ve Kültür*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Coté, M. ve Pybus, J. (2014) "Maddi Olmayan Emek 2.0'I Öğrenme: Facebook ve Sosyal Ağlar", Peters, M. A. ve Bulut, E. (der.) *Bilişsel Kapitalizm: Eğitim ve Dijital Emek* içinde, NotaBene Yayınları, Ankara, 241-270.

Çalışkan, B. (2009) "Enformasyonun Metalaşması Üzerine", *Marmara İletişim Dergisi*, 15: 23-46.

Debord, G. (1996) *Gösteri Toplumu*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Desai, M. (2009) *Marksist İktisat Teorisi*, Eflatun Yayınevi, Ankara.

Doyle, G. (2002) *Understanding Media Economics*, SAGE Publications, London.

Ekman, M. (2014) "Birikimi Anlamak: Marx'ın İlkel Birikim Kuramı'nın Medya ve İletişim Çalışmaları Açısından Önemi", Mosco, V. ve Fuchs, C. (der.) *Marx Geri Döndü: Medya, Meta ve Sermaye* içinde, NotaBene Yayınları, Ankara, 83-118.

Fine, B. ve Harris, L. (1979) *Re-reading Capital*, Colombia University Press, New York.

Fine, B. ve Saad-Filho, A. (2008), *Marx'ın Kapital'i*, Yordam Kitap, İstanbul.

Fisher, E. (2014) "Daha Az Yabancılaşma Nasıl Daha Fazla Sömürü Yaratır? Sosyal Paylaşım Sitelerinde İzleyici Emeği", Mosco,V. ve Fuchs, C. (der.) *Marx Geri Döndü: Medya, Meta ve Sermaye* içinde, NotaBene Yayınları, Ankara, 119-150.

Fuchs, C. (2010) "Labor in Informational Capitalism and on the Internet", *The Information Society*, 26(3): 179-196.

Fuchs, C. (2014) *Digital Emek ve Karl Marx*, NotaBene Yayınları, Ankara.

Garnham, N. (1990) *Capitalism and Communication*, SAGE Publications, London.

Garnham, N. (2000) *Emancipation, the Media and Modernity: Arguments about the Media and Social Theory*, Oxford University Press, Oxford.

Geray, H. (2005) "Telekomünikasyonun Ekonomisi" Başaran, F. ve Geray, H. (der.) *İletişim Ağlarının Ekonomisi: Telekomünikasyon, Kitle İletişimi, Yazılım ve İnternet* içinde, Siyasal Kitabevi, Ankara, 75-106.

Gorz, A. (2011) *Maddesiz: Bilgi, Değer ve Sermaye*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Hardt, M. ve Negri A. (2008) *Çokluk*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Hardt, M. ve Negri A. (2008) *İmparatorluk*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Harvey, D. (2006) *Postmodernliğin Durumu*, Metis Yayınları, İstanbul.

Harvey, D. (2012a) *Marx'ın Kapital'i İçin Klavuz*, Metis Yayınları, İstanbul.

Harvey, D. (2012b) *Sermayenin Sınırları*, Tan Kitabevi Yayınları, Ankara.

Hebblewhite, H. J. W. (2014) "Üretim Araçları Olarak İletişim Araçları", Mosco, V. ve Fuchs, C. (der.) *Marx Geri Döndü: Medya, Meta ve Sermaye* içinde, NotaBene Yayınları, Ankara, 193-216.

Hesmondhalgh, D. (2010) "User-generated content, free labour and the cultural industries", *Ephemera: Theory & Politics in Organization*, 10(3/4): 267–84.

Hesmondhalgh, D. (2011) *The Cultural Industries*, Sage, London.

Hesmondhalgh, D. (2015) "Exploitation and Media Labour", Maxwell, R. (der.) *The Routledge Companion to Labor and Media* içinde, Routledge, New York, 30-39.

Horkheimer, M. ve Adorno, W. T. (2010) *Aydınlanmanın Diyalektiği*, Kabalcı Yayınevi, İstanbul.

Hyde, L. (2008) *Armağan: Sanatsal Yaratıcılık Dünyayı Nasıl Değiştirir?*, Metis Yayınları, İstanbul.

IDATE (2013) *DigiWolrd Yearbook 2013: The Challenges of the Digital World*, IDATE, Montpellier. <http://www.idate.org/en/Digiworld-store/DigiWorld-Yearbook-2013_762.html> (Erişim tarihi: 01.04.2015).

IFPI (2009) *Digital Music Report 2009: New Business Models for a Changing Environment*, United Kingdom, London. <http://www.ifpi.org/content/library/DMR2009.pdf> (Erişim tarihi: 02.12.2014).

IFPI (2012) *Digital Music Report 2012: Expanding Choice. Going Global*, United Kingdom, London. <http://www.ifpi.org/content/library/DMR2012.pdf> (Erişim tarihi: 02.12.2014).

IFPI (2013) *Digital Music Report 2013: Engine of a digital world*, United Kingdom, London. <http://www.ifpi.org/downloads/dmr2013-full-report_english.pdf> (Erişim tarihi: 02.12.2014).

IFPI (2014) *Digital Music Report 2014: Lighting up New markets*, United Kingdom, London. <http://www.ifpi.org/downloads/Digital-Music-Report-2014.pdf> (Erişim ta-rihi: 02.12.2014).

Jhally, S. (1982) "Probing The Blindspot: The Audience Commodity", *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 6(1-2): 204-210.

Jhally, S. ve Livant, B. (1986) "Watching as Working: The Valorization of Audience Consciousness", *Journal of Communication*, 36(3): 124-143.

Kumar, K. (2004) *Sanayi Sonrası Toplumdan Post-Modern Topluma, Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları*, Dost Kitabevi, Ankara.

Landes, M. W. (2011) "Copyright", Towse, R. (der.) *A Handbook of Cultural Economics* içinde, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, 100-112.

Lapavitsas, C. (2004) *Social Foundations of Markets, Money and Credit*, Routledge, London.

Lazzarato, M. (2005) "Maddi Olmayan Emek", Göbelez, S. ve Özer, S. (der.) *İtalya'da Radikal Düşünce ve Kurucu Politika* içinde, Otonom Yayıncılık, İstanbul, 226-246.

Lebowitz, M. A. (1986), "Too Many Blindspots on the Media", *Studies in Political Economy*, 21: 165-173.

Lee, M. (2011) "Google Ads and the Blindspot Debate", *Media, Culture and Society*, 33(3): 433-447.

Livant, B. (1979) "The Audience Commodity: On The 'Blindspot' Debate", *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 3(1): 91-106.

Livant, B. (1982) "Working At Watching: A Reply To Sut Jhally", *Canadian Jo-urnal of Political and Social Theory*, 6(1-2): 211-215.

Louw, E. (2001) *The Media and Cultural Production*, SAGE Publication, London.

Lovell, T. (2006) "Cultural Production", Storey, J. (der.) *Cultural Theory and Popular Culture: A Reader* içinde, Pearson, London, 509-515.

Mandel, E. (2008) *Marx'ın Kapitali*, Yazın Yayıncılık, İstanbul.

Mariotti, J. (2010) "The Wealth Of Information Based Knowledge", *Forbes*, http://www.forbes.com/sites/prospernow/2010/11/20/the-wealth-of-information-based-knowledge/

Marx, K. (2011) *Kapital: Ekonomi Politiğin Eleştirisi*, C. I., Yordam Kitap, İstanbul.

Marx, K. (2012) *Kapital: Ekonomi Politiğin Eleştirisi, C. II.*, Yordam Kitap, İstanbul.

Mattelart, A. (1995) *Beyin İğfal Şebekesi: Uluslararası Reklamcılık*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Mattelart, A. (2013) *İletişimin Dünyasallaşması*, İletişim Yayınları, İstanbul.

McChesney, R. W. (1999) *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Time*, University of Illinois Press, Urbana.

McChesney, R. W. (2006) *Medyanın Sorunu: 21. Yüzyılda İletişim Politikaları*, Kalkedon Yayıncılık, İstanbul.

McKinsey & Company (2014) *Global Media Report 2014: Global Industry Overview*, McKinsey & Company, New York. <http://www.mckinsey.com/client_service/media_and_entertainment> (Erişim tarihi: 15.11.2012).

McNally, D. (2013) *Başka Bir Dünya Mümkün: Küreselleşme ve Antikapitalizm*, Yordam Kitap, İstanbul.

Meehan, E. R. (1984) "Ratings and the institutional approach: A third answer to the Commodity Question", *Critical Studies in Mass Communication*, 1(2): 216-225.

Miège, B. (1989) *The Capitalization of Cultural Production*, International General, New York.

Miège, B. (2011) "Principal Ongoing Mutations of Cultural and Informational Industries", Dwayne Winseck, D. ve Jin, D. Y. (der.) *The Political Economies of Media: The Transformation of the Global Media Industries* içinde, Bloomsbury Academic, London, 51-65.

Mohun, S. (2003) "Does All Labour Create Value?", Saad-Filho, A. (der.) *Anti-Capitalism: A Marxist Introduction* içinde, Pluto Press, London, 42-58.

Mosco, V. (1988) "Introduction: Information in the Pay-per Society", Mosco, V. ve Wasko, J. (der.) *Political Economy of Information* içinde, The University of Wisconsin Press, Madison, 3-26.

Mosco, V. (2004) *The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace*, The MIT Press, Cambridge.

Mosco, V. (2009) *The Political Economy of Communication*, Sage, Los Angeles.

Mosco, V. (2011) "Communication and Cultural Labor", Smith, P. (der.) *The Renewal of Cultural Studies* içinde, Temple University Pres, Philadelphia, 230-237.

Moulier-Boutang, Y. (2011) *Cognitive Capitalism*, Polity Press, Cambridge.

Murdock, G. (1978) "Blindspot About Western Marxism: A Reply To Dallas Smythe", *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 2(2): 109-119.

Murdock, G. (2011) "Political Economies as Moral Economies: Commodities, Gifts and Public Goods", Wasko, J., Murdock, G. ve Sousa H. (der.) *The Handbook of Political Economy of Communications* içinde, Blackwell Publishing, Oxford, 13-40.

Napoli, P. (2010) "Revisiting 'mass communication' and the 'work' of the audience in the new media environment", *Media, Culture & Society*, 32(3): 505–516.

Napoli, P. M. (2003) *Audience Economics and the Audience Marketplace*, Columbia University Press, New York.

Negri, A. (2005) "Değer ve Duygulanım", *Conatus*, 2 (4): 89-101.

Netlifx (2015) *Q4 14 Letter to shareholders*, Netflix, California. <http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/3900662715x0x804108/043A3015-36EC-49B9-907C-27960F1A7E57/Q4_14_Letter_to_shareholders.pdf> (Erişim Tarihi: 22.01.2015)

North, M. (2014) *Hollanda Altın Çağı'nda Sanat ve Ticaret*, İletişim Yayınları, İstanbul.

Oakley, K. Ve O'Connor, J. der. (2015) *The Routledge Companion to the Cultural Industries*, Routledge, New York.

Ollman, B. (2006) *Diyalektiğin Dansı: Marx'ın Yönteminde Adımlar*, Yordam Kitap, İstanbul.

Ollman, B. (2011) *Diyalektik Soruşturmalar*, Yordam Kitap, İstanbul.

Prey, R. (2014) "Ağın Kör Noktası: Dışlama, Sömürü ve Marx'ın Süreç-İlişkisel Ontolojisi", Mosco,V. ve Fuchs, C. (der.) *Marx Geri Döndü: Medya, Meta ve Sermaye* içinde, NotaBene Yayınları, Ankara, 255-300.

Prodnik, J. (2014) "Sürüp Giden Metalaştırma Süreçleri Üzerine Bir Not: İzleyici Metasından Toplumsal Fabrikaya", Mosco, V. ve Fuchs, C. (der.) *Marx Geri Döndü: Medya, Meta ve Sermaye* içinde, NotaBene Yayınları, Ankara, 301-366.

PwC (2014) *Global Entertainment and Media Outlook 2014-2018*, <http://www.pwc.com/gx/en/global-entertainment-media-outlook/index.jhtml> (Erişim tarihi: 20.10.2014).

Richeri, G. (2004), "Broadcasting and the Market: The Case of Public Television", Calabrese, A. ve Sparks, C. (der.) *Toward a Political Economy of Culture: Capitalism and Communication in the Twenty-First Century* içinde, Rowman & Littlefield Publisher, Toronto, 178-193.

Roscoe, P. (2015) *Harcıyorum Öyleyse Varım: Ekonominin Gerçek Maliyeti*, Ayrıntı, İstanbul.

Ryan, B. (1992) *Making Capital from Culture: The Corporate Form of Capitalist Production*, Walter de Gruyter, New York.

Saad-Filho, A. (2003) "Value, Capital and Exploitation", Saad-Filho, A. (der.) *Anti-Capitalism: A Marxist Introduction* içinde, Pluto Press, London, 27-41.

Schiller, D. (2000) *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*, The MIT Press Cambridge.

Schiller, D. (2015) "Labor and Digital Capitalism", Maxwell, R. (der.) *The Rutledge Companion to Labor and Media* içinde, Routledge, New York, 3-17.

Schiller, H. I. (1991) *The Culture, Inc.: The Corporate Takeover of Public Expression*, Oxford University Press, New York.

Smythe, D. W. (1977) "Communications: Blindspot Of Western Marxism" *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1(3): 1-28.

Straw, W. (2000) "Music as Commodity and Material Culture", *Repercussions*, 7-8: 147-171.

Taub-Pervizpour, L. (2006) "Toward a Political Economy of Culture: Capitalism and Communication in the Sixteenth Century", Artz, L., Macek, S. ve Cloud, L. D. (der.) *Marxism and Communication Studies: The Point Is to Change It* içinde, Peter Lang, New York, 173-190.

Taymaz, E. (1993) "Teknoloji ve Kriz", *Toplum ve Bilim*, 56-61: 5-41.

Thompson, J. B. (2008) *Medya ve Modernite*, Kırmızı Yayınları, İstanbul.

Wayne, M. (2010) "Mode of production: new media technology and the Napster file", *Rethinking Marxism: A Journal of Economics, Culture & Society*, 16(2): 137-154.

Webster, F. (2006) *Theories of the Information Society*, Routledge, London.

Winseck, D. (2011, "The Political Economies of Media: The Transformation of the Global Media Industries", Winseck, D. ve Jin, D. Y. (der.) *The Po-litical Economies of Media: The Transformation of the Global Media Industries* içinde, Bloomsbury Academic, London, 3-48.

WTO (2014) *World Trade Report 2014, Trade and development: Recent Trends and the Role of the WTO*, WTO, Geneva. <http://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/world_trade_report14_e.pdf> (Erişim tarihi: 02.11.2014).

Yücesan-Özdemir, G. (2014) *İnatçı Köstebek: Çağrı Merkezlerinde Gençlik, Sınıf ve Direniş*, Yordam Kitap: Ankara.

Dijitalleşen emek süreçlerinde mühendislik pratiğinin dönüşümü

*Ezgi Pehlivanlı Kadayıfçı**

Özet: Bu çalışma, yakın zaman Türkiye'sinde dijitalleşen üretim süreçlerine bağlı olarak mühendislik mesleğine dair üretim araçlarının ve mühendisliğe ait toplumsal imajın dönüşümünü ele almaktadır. Fordizm sonrası üretim tarzıyla kullanımı artan dijital üretim araçları, büyük sermaye tarafından yürütülen üretim alanlarında, mühendislik pratiğinin dönüşmesine yol açmıştır. Söz konusu çalışmayı oluşturan bulgular, 2012-2015 yıllarında yürüttüğüm doktora tezimin veri setinden elde edilmistir.

Anahtar sözcükler: Mühendislik, dijitalleşen üretim süreçleri, Türkiye, Post-Fordizm, dönüşüm.

Giriş

Bu yazıda sunulacak bulgular, mühendislik kültürünün toplumsal cinsiyet temelli yapısı ve Türkiye'deki dönüşümüyle ilgili başka bir çalışmadan türemiştir. Söz konusu çalışma, yakın zaman Türkiye'sinde "toplumsal cinsiyet temelli mühendislik kültürü" kavramsal aracını kullanarak, tam zamanlı çalışan kadın ve erkek mühendislerin mesleki deneyimlerini karşılaştırmayı ve bu yolla bahsi geçen kültürün toplumsal inşasını ve dönüşümünü anlamayı amaçlamaktaydı. Ancak, bu çalışma sonunda elde ettiğim veriler, değişen üretim süreçleriyle birlikte mühendislik pratiğinin dönüşümüyle ilgili farklı bilgiler de sunuyordu. Öyle ki, Türkiye'de mühendislik mesleği Post-Fordist üretim biçimlerine bağlı olarak değişmişti. Dijitalleşen üretim süreçleri, mühendislik işinin tabiatını etkilemiş, önceden birincil üretici olan mühendisler, artık süreç kontrolü işini sürdürmekteydi. Bu durum, aynı zamanda hem mühendislerin kendileri hakkındaki algılarını, hem de toplum nezdinde mesleğin imajını etkilemişti.

(*) Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Araştırma Görevlisi, Dr.

Ayrıca, üretim sürecinin artan bir şekilde dijitalleşmesi ve çok parçalı üretim biçimi üzerinde özelleşmesi, esnek çalışma koşulları ve iş gücüne daha çok sayıda kadının katılımı, sözü edilen sosyal dönüşüm üzerinde etkili olmuştu.

Bu yazıda sunulacak verilerin kaynağı olan çalışma, mühendisliğin toplumsal cinsiyet temelli bir kültürü olduğunu, bu kültürün ideolojik prensiplere dayandığını ve mühendislerin mesleki algılarını besleyen bir yapısı olduğunu savunmaktaydı (Pehlivanlı-Kadayıfçı, 2015). Veriler öncelikli olarak, 28 kadın ve 18 erkek toplam 43 mühendisle derinlemesine mülakatlardan elde edilmiştir. İki ana yaş grubundan oluşan katılımcılardan, 10'u kadın, 7'si erkek olmak üzere, 17'si 40 yaş ve üstü, 15'i kadın, 11'i erkek olup 26'sı da 40 yaş altı grubu oluşturmaktaydı. Mesleki değişimi anlamayı amaçlayan bu ayrım kapsamında, katılımcılara mühendislik mesleğini seçme süreçleri, üniversite deneyimleri, iş arama/bulma ve iş yaşamları hakkında sorular yöneltildi. Görüşmelere ek olarak, Ankara'da savunma sektöründe faaliyet gösteren bir fabrikada, İvedik'te ve Ostim'de iki ayrı atölyede katılımcı gözlem çalışmaları yürütüldü. Bunun yanı sıra, mühendislikle ilgili toplumsal algının sistematikleştirilmesi amacıyla mühendislik mesleği ile ilgili reklamlar, sosyal medya paylaşımları incelendi, meslek örgütleri ile gayrı resmi görüşmeler gerçekleştirildi.

Bu verilerden hareketle, Türkiye'de mühendislik mesleğine dair toplumsal imajın mühendislerin kendilerine dair algılarıyla etkileşimli olarak üretildiği ve yeniden üretildiği sonucuna varılmıştır. Bu çift yönlü inşa, mühendislik mesleğinin iş tabiatına ve mühendisin nasıl biri olması gerektiğine dair kodları da tanımlamaktadır. Bu söylemsel kurguda mühendis, matematik yetisine sahip, problem çözme konusunda becerikli, aynı zamanda elini pis ve ağır işlere bulaştırmaktan çekinmeyen biridir. Kuşkusuz ki söz konusu imaj bir erkeğe aittir. Bu resimde ideal mühendislik işinin tabiatı ise rasyonel düşünce gerektiren, ölçme ve titiz hesaplama içeren, ağır iş koşulları ve el becerisiyle somut bir nesne yaratmakla tanımlanmaktadır (Pehlivanlı-Kadayıfçı, 2015).

Bu çalışmada, mühendislik pratiğinin dönüşmesi hakkında görüş bildirenler; üretim departmanlarında mavi yakalı işçiyle birebir çalışan ve işveren erkek katılımcılar olmuştur. Konuyla ilgili çalışmalar gösteriyor ki, üretim ile ilgili bölümlerde erkekler kadınlardan daha çok istihdam edilmektedir. Kadınlar için sanayi işvereni olma şansı erkeklere nazaran çok düşüktür. Özellikle sanayi işlerinin gerektirdiği beceriye kadınların sahip olmadığı fikri toplumsal ve ideolojik olsa da mühendislik ve teknikle ilgili sektörlerde çok yaygındır (Wacjman 1991, Cockburn, 1985; 1987;1993).

Bu açıdan bakıldığında, becerinin nasıl algılandığı, kime atfedildiği, işe alım, işte yükselme gibi meselelerde hangi ölçütlerin temel alındığı toplumsal cinsiyet bakımından önemlidir. Kadınların teknik beceriden yoksun olduğuna dair önyargılar, toplumsal göndermeler, reklamlar, kadınların tarih boyunca üretimini üstlendiği pek çok iş kolunu görmezden gelmektedir. Türkiye'de de kadın

mühendisler çoğunlukla, mühendislik işinin özü kabul edilen üretim biriminde yer almaktan ziyade; organizasyon ve ofis temelli görevlerde, kalite, sözleşme ve ar-ge birimlerinde çalıştırılmaktadır (Pehlivanlı-Kadayıfçı, 2015). Bu bağlamda, görüştüğüm kadın mühendislerin bu yazının konusuyla ilgili fikir beyan etmemiş olması, dijitalleşen emek süreçlerinden etkilenmedikleri anlamına gelmemektedir. İşgücünün yapısı ve ataerkil ilişkiler gereği üretimin içine yeterince dahil olamadıkları ve bu sebeple bahsedilecek olan dönüşümden dolaylı olarak etkilendiklerinin altını çizmek istiyorum.

Bunları esas alarak, kadın ve erkek mühendislerin anlatılarından, fabrika ve atölyelerde yapılan gözlem çalışmalarından yola çıkarak, dijitalleşen üretim süreçleri ekseninde mühendislik pratiğinin Türkiye'deki dönüşümü ve toplumsal imajı üzerinde duracağım. Bunun için ilk olarak, Türkiye'de mühendisliğin kökeninden ve ekonomik değişimlere bağlı olarak mühendislik mesleğinin üretim alanındaki değişimini ele alıp, ardından mesleğin icrasına yönelik dönüşümünü tartışacağım.

Türkiye'de mühendislik ve neoliberal ekonomik yapılanma

Mühendislik, profesyonel anlamda, 19. yüzyılda Osmanlı devletinin askeri ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla bulunduğumuz coğrafyaya taşındı (Göle, 2008). Batı tekniğini örnek alan yeni bir ordu (Nizam-ı Cedid) yapılanması için bu tekniğin öğretildiği ve üretildiği Mühendis mektepleri kuruldu (Mühendishane-i Berri Hümayun ve Bahri Hümayun) (Zürcher, 1997). Sivil halka da fayda sağlaması düşünülen ilk mühendis okulu 1883'te Hendese-i Mülkiye adıyla kuruldu. Öncelikle inşaat mühendisleri barındıran okulun köprüler, tren yolları ve binalar inşa etmesi amaçlandı (Çeçen, 2013). Osmanlı modernleşmesinin önemli figürleri olması tasarlanan mühendisler, 1908 yılında Osmanlı Mühendis ve Mimarlar grubunu oluşturarak önceliklerini meslektaşlarının haklarını korumak olarak belirlediler (Günergün, 2004'ten aktaran Günal, 2013). Türkiye devletinin kurulmasıyla birlikte bu profesyonel grup yeni devletin teknik elitleri olarak öne çıktı.

Türkiye 1923'ten 1930'a kadar devletçilik yoluyla ulusal ekonomisini kurmaya yönelik politiklara odaklandı. İlk ulusal programa göre yerel sanayinin korunması koşuluyla yabancı sermayenin yatırımına yapısal olarak uygun koşulların yaratılması kararlaştırıldı (Zürcher, 1993: 203). Bu yolla, devletin ana yatırımlardan sorumlu olacağı karma bir ekonomik program izlendi. 1923-1929 yıllarında sanayi üretiminin geliştirilmesi amacıyla seçilmiş olan bazı öğrenciler mühendislik öğrenimi için yurt dışına gönerilmeye başlandı (Boratav, 2011). Ek olarak, yurt dışından Türkiye'deki mühendisleri eğitmek için mühendisler getirildi. Batıya dönük modernleşmenin öncüsü olacağı düşünülen mühendislik, Türkiye'de Cumhuriyet reformları esnasında profesyonelleşti. 1950'lere kadar

sanayi işçilerinin sayısal azlığı ve sektörün gelişmemiş yapısı savaş ekonomisine giren Türkiye sanayini devlet sermayesine ek olarak özel sermayenin desteğine muhtaç bıraktı (Zürcher, 1993; Boratav, 2011). Ayrıca, "özel sermaye, sanayi temelli tarım ve tren yolları yerine otoyolların yapımı desteklendi" (Zürcher, 1993:217). Boratav'a (2011) göre bu dönemin ekonomisine, devlet ve özel sektörün kapitalist çıkarlar doğrultusunda eklemlenen politika ve eylemleri hâkim olmuştur.

Söz konusu politikaların etkisiyle, Türkiye'de kalkınma, sanayi temelli kalkınma ile özdeşleştirilmiştir. İlerleyen yıllarda devletçi anlayışın ortadan kalkmasına yönelik uyum politikalarıyla Türkiye'de serbest piyasa anlayışı iyice hâkimiyet kurmuştur. Kalkınmacı devletin liberallesmeşi mühendisleri devlet ve özel sermaye arasındaki orta sınıf profesyoneller olarak konumladı. (Günal,2013). Özel sektör mühendislere diğer meslek dallarına kıyasla daha iyi finansal gelir alternatifleri sundukça, mühendislik ilgi görmeye devam etti (Akkaya, 1996). Kalkınmacı devlet liberalleştikçe mühendisler burjuvazi ile ortaklıklar kurdu. 1950'lerin mühendisleri ilkin modernleşme amacıyla aldıkları çıktıkları yolda liberal iktisadi politikaların üretim ilişkilerini dönüştürmesiyle kendilerini teknik bilgi sahibi idareciler olarak konumladılar. (Şükrü Er 1957-1958 dönemi, Köse ve Öncü, içinde 2000:107-108).

1960'lara kadar, mühendisler bir mesleki grup olarak varlıklarını devlete borçlu hissetmişlerdir. Ülkenin uygarlık düzeyini şekillendirecek olma misyonu, mühendisleri aynı zamanda varlıklarından gurur duyulan bir topluluk haline getirmiştir (Göle, 2008:117; Pehlivanlı-Kadayıfçı, 2015). 1965 ve sonrasında Türkiye, mühendislerin politikada yükselişine tanıklık etti (Göle, 2007: 8). 1960'ların sonlarında Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği (TMMOB) sol kökenli politikalara yöneldi. TMMOB çatısı altında örgütlü mühendisler, kapitalist siyasal iktisadı ve kapitalist üretim ilişkileri içinde mesleki konumlarını da eleştirmiştirlerdir (Köse ve Öncü, 2000).

1960 yıllarda sol ideolojileri benimseyen mühendisler homojen bir grup oluşturmamaktadır. 1965'ten 2000'lere kadar siyasi dünyanın yönlendiricileri olan mühendis kökenli erkek politikacılar liberal ve hatta İslamcı ideolojilerin destekleyicilerydiler. Turgut Özal, Necmettin Erbakan ve Süleyman Demirel gibi göz önündeki siyaset adamlarının yanı sıra, aktif olarak örgütlü sol siyasette yer alan mühendisler, Türkiye'de toplumsal değişimin mimarı olmaya da talip oldular (Göle, 2008). Dönemin siyasi söylemine uygun olarak siyasetlerini kalkınma üzerine kuran bu figürler, toplum tarafından tanınıp benimsendikçe, mühendislik özellikle erkekler için saygın bir meslek olarak kabul edilir olmuştur.

Türkiye'de neoliberal yapılanmanın mimarı, darbe sonrası döneminin başbakanı Turgut Özal'dır. Bir makine mühendisi olan Özal, IMF'den esinlenerek oluşturduğu reform paketini, istikrar programı adı altında hayata geçirmişti (Zürcher, 1993). Turgut Özal, bağlı olduğu siyasi partinin seçimleri kazandı-

ğı 1983 yılından, 1993 yılındaki vefatına dek başbakan olarak Türkiye siyasetinde rol oynadı. Askeri darbenin sağladığı kullanılabilir koşulların da yardımıyla, yapısal uyum politikaları Özal döneminde hayata geçirildi. Uyum politikaları, azalan devlet müdahalesine ve ihracat temelli serbest piyasa ekonomisine dayalıydı (Boratav, 1990). Bu süreçte, ihracata yönelimi gerçekleştirmek adına sarf edilen emeklerin yanı sıra, sermaye-emek ilişkilerini gözönünde bulundurarak kurumsal ve yasal alanlarda yeni düzenlemelere girildi. Devlet müdahalesi sistemli şekilde azaltıldı. Yabancı yatırımın önündeki yasal ve kurumsal engellerin kaldırılmasıyla, mali liberalleşme de hayata geçirildi. Ayrıca, sermaye sahipleri ücretlerin bastırılmasından yarar sağladı. Üretim işinin bilimsel yönetim ilkeleriyle mümkün olduğunca ayrıntılı bir iş bölümüyle niteliksizleştirerek denetlenmesine dayalı olan eski üretim tarzı kısmen dönüştü. Taleplerin şekil değiştirmesi işyerinde artan emek yoğun süreçlerin denetimi ve kalite kontrolü için belli standardları içeren dijital teknolojilere gereksinim doğurdu.

Bu durum mühendislik mesleğinin kendisinde de bir takım değişikliklere yol açtı. Mühendislik mesleği belli uzmanlık alanlarına yoğunlaştı ve mühendisler, yaptıkları işi teknolojik süreçlerle tanımlamaya ve kendilerini, daha tekdüze ve teknik bilgiden uzak işlerde çalışan mavi yakalı işçilerden ayrı görmeye başladılar (Öngen, 2000: 71).

Artan sanayileşme, özel girişim ve devletçiliğin bırakılması mühendislerin toplumsal rolünde gözle görülür dönüşümlere neden oldu. 1970'lerde TMMOB kendi rolünü, egemen güçler karşısında kamu çıkarlarını savunmak olarak olarak tanımladı (Haşim ve Öncü, 2000: 104). Bu bağlamda, mühendisler kendilerini sadece üretim sürecinin rasyonel aktörleri olarak değil, aynı zamanda ülkelerini dış güçlerden koruyacak toplumsal aktörler olarak da tanımladılar. Bunun karşılığında, hem teknik uzmanlar hem de toplumsal düzeyde rasyonel düşüncenin taşıyıcıları olarak görüldüler.

Neoliberalleşme sürecinde beyaz yakalı işgücü yükselişe geçti. Yeni sektörler önem kazandı. Mühendislik ve işletme, popüler ve kazancı yüksek iş alanları olarak ön plana çıktı. Bu değişikliklerin sonucu olarak farklı mühendislik dalları daha popüler hale gelmeye başladı. İnşaat ve kimya mühendisliği gibi o vakte kadar revaçta olan alanlar değer kaybederken, yeni ekonomik yapıyla daha ilişkili olan endüstri mühendisliği, bilgisayar mühendisliği gibi dallar önem kazandı (Kozanoğlu, 1993: 83).

Sonuç olarak, siyasette aktif olarak rol oynayan mühendisler artan bir şekilde kendilerini kapitalist çıkarlar ve serbest piyasa ekonomisiyle tanımlamaya başladılar. Türkiye'de bu yeni tanım mühendisleri farklı siyasi ideolojilere yerleştirdi. Türkiye'nin ekonomik ve siyasi yapısında gerçekleşen bu değişiklikler doğrultusunda, bugünün mühendisleri siyasi anlamda homojen bir meslek grubu oluşturmuyor. Yine de, bilimsel uzmanlıklarını kullanarak ülkenin gelişmesini sağlayan teknisyenler olma mirasından faydalanmaya devam ettikleri söylenebilir.

Bulgular

Katılımcıların farklı mühendislik dallarından seçilmesi ve iki ayrı yaş grubundan oluşması bu çalışmanın bulgularının tayini için önemlidir. Mühendisliğin Türkiye ve dünya ekonomisindeki değişimlere bağlı olarak özelleşmesi, oluşan yeni dalların bazılarının kadınlar tarafından daha çok tercih edilmesine yol açmıştır. Kadınların mesleğe dahil olması, mühendislik pratiği dahilinde yeniden bir iş bölümü yaratmış, dallar içerisinde farklılaşan çalışma alanlarının bir kısmı kadınlara, bir kısmı da erkeklere daha çok yakıştırılır hale gelmiştir (Zengin, 2000; Pehlivanlı-Kadayıfçı, 2015). Ekonomik değişimin bir getirisi olan bu dönüşüm, mesleki pratiğin dijitalleşmesi ile birlikte, mühendislik pratiğini de etkilemiştir. Yaş grupları arasında pratiğe ve mesleğin toplumsal itibarına yönelik farklılılar mühendislik mesleğinin dönüşümüne dair bilgiler elde etmeye yardımcı olmuştur. Bu kapsamda, aşağıda tartışılacak olan veriler öncelikli olarak mühendislik mesleğinin Türkiye'deki "saygınlığını", ardından bu itibar çerçevesinde tanımlanan "gerçek mühendislik" işinin tabiatı ve dijitalleşen işin farkını, son olarak da mühendisliğin toplumsal itibarının geldiği yeri ele alacaktır. Bu tartışmalar, söz konusu araştırmanın veri setini oluşturan derinlemesine mülakatlardan ve saha notlarından elde edilmiştir.

"Büyük adam olmak" ve mühendislik ideolojisi

Dijitalleşen emek süreçleri ile doğrudan ilgili olmasa da, dolaylı olarak mühendise toplumsal olarak atfedilen yeri tartıştığım bu bölüm, mühendisin idealize edilen mesleki sorumluluklarının altını çizmektedir.

Bu çalışmanın bulguları, özellikle kırk yaş üstü erkek katılımcıların Türkiye siyasetinde rol oynamış olan mühendis kökenli siyasetçilerden etkilendiğini ortaya koymuştur. Toplumsal olarak birer rol modele dönüşen bu isimler, katılımcılar tarafından Türkiye'de "mühendislik ideolojisinin" (Göle, 2008) temsilcileri olarak görülmektedir.

Mühendislik mesleğinin toplumsal sorumlulukları olup olmadığı sorulduğunda, 40 ve üzeri yaştaki erkek katılımcılar Nilüfer Göle'nin (2008) kullandığı "mühendis ideolojisi" kavramının ardında yatan temel fikri mühendislik mesleğininin toplumsal görevini tanımlarken dile getirdiler. Göle'nin (2008) mühendislik ideolojisi kavramının genel fikri, mühendislerin kendilerine ve bilimsel-

teknik bilgilerini kullanarak toplumu değiştirme ve geliştirme becerilerine inançlarıdır. Bu bilgi rasyonellikle bağdaştırılır. Bu anlamda, teknik bir meslek olmasına rağmen mühendisliğe toplumsal sorumluluk da atfedilmiş olur. Katılımcılar, böyle bir kavramsallaştırma olduğunu bilmeden, "matematiksel tümdengelimi kullanarak bir kişinin toplumsal sorunları dahi çözelebileceğini" öne süren yaklaşımlar ile mesleki rollerini tanımladılar.

Mühendislik ve siyaset arasındaki ilişki sorulduğunda, bu araştırmaya katılan 40 yaş ve üzeri 7 erkek mühendis, Göle'nin "mühendis ideolojisi" adını verdiği kavramsallaştırmaya benzer tanımlar dile getirdiler:

> Öyle bir mühendis grubu vardı siyasette. Süleyman Demirel'ler filan. Süleyman Demirel Devlet Su İşleri'nin genel müdürüydü. Teknik olarak yürümüş, mesleğini yapmış, bir yerde de DSİ genel müdürü olmuş, ondan sonra karşısına birtakım imkânlar çıkmış, onu da değerlendirmiş. Potansiyeli de var. Mühendisin tanımında söyledim ya analiz etme yeteneği olan insanlardır mühendisler. Verileri alma, değerlendirme, yoğurma, sonuca ulaşabilme yetisine sahip insanlardır. Siyasetçinin de böyle bir insan olması beklenir. Çok net. Aynı şeye geldik gene: matematik. Analiz yeteneği, sentez, sonuç çıkarma, işte aynı. Onlar da siyasete çok ciddi anlamda atılıyorlar. Mühendisler için daha ilginç bir konu çünkü teknik bir alandan sosyal bir alana kaydıkları için ama nedeni ben büyük ölçüde budur diye düşünüyorum. (Vural, 40 yaşında, Makine Mühendisi).

Turgut Özal, Necmettin Erbakan ve Süleyman Demirel mesleki kimlikleri siyasi imajlarının bir parçası olan siyasetçilerdi. Önceki bölümde belirtildiği gibi, Türkiye'nin kalkınma politikalarının teknik elit temsilcileriydiler (Göle, 2008). Çalışmaya katılanlar tarafından da diğer insanların bilmediği yöntem bilgisine sahip olan, barajlar, köprüler, binalar inşa etmek için eğitilmiş "büyük adamlar" olarak nitelendirildiler. Bu çalışmada, 40 ve üstü yaş grubundaki erkek mühendisler, mesleği mühendislik olan siyasetçilere profesyonel anlamda daha çok saygı duyduklarını belirttiler. Siyasi yönelimleri ne olursa olsun, bu figürlerin oldukça başarılı mühendisler olduğunu öne sürdüler.

> Mühendis dediğin matematikte ve fizikte iyi olacak. Eğer iyise, ailesi ondan çok şey bekler. İyi bir işi olacağını düşünürler. Komşuları benzer şeyler bekler, Sonra ülkenin beklentileri aynı şekilde gelir. Bir de Özal'ı gördük, Demirel'i, Erbakan'ı. Akıllı öğrencilerden büyük adam olması beklenir (Ömer, 60 yaşında, Elektrik Mühendisi).

Ömer'in de belirttiği gibi, toplumun beklentisi, mühendislerin Özal, Erbakan ve Demirel gibi olması yönündeydi. Aynı katılımcı grubu, mühendisin matematiksel tümdengelim ve rasyonellikle teknik ve toplumsal problemleri çözebileceği fikrine katıldığını belirtti ve bu sebeple mühendislik mesleğinin toplumsal sorumlulukları olduğunu dile getirdi.

Bunların ışığında, mühendis kökenli siyasetçilerin varoluşunun, özellikle bu çalışmaya katılan ileri yaştaki erkek mühendislerin meslekleri hakkındaki algılarını etkilemiş olduğu söylenebilir. Ömer'in belirttiği gibi, bu siyasetçiler zeki ve hırslı olmakla kalmayıp, toplumun gözünde önemli yerlere gelmeyi başarabilmiş "büyük adamlar" olarak kabul edilmektedirler.

"Büyük adam" olabilme idealiyle büyümüş ve "mühendislik ideolojisini" benimseyen katılımcılar, mühendisten daha fazlası olabileceklerini düşünmekte-

dirler. Siyasi figürlerle bağlantılı olarak, bu katılımcılar için mühendis olmak, aynı zamanda ülkenin kalkınmasının ve gelişiminin lokomotifi olmak demektir. Bu toplumsal sorumluluğu üstlenen mühendislerden etkilenen günümüz profesyonelleri, Göle'nin de belirttiği gibi (2008), en azından bir dönem, Türkiye siyasetinin teknik elitlerini oluşturduklarını hissetmişlerdir.

Kırk yaş ve üstü gruptaki erkek katılımcılar mühendis siyasetçileri izleyerek ve dinleyerek büyüdüklerini, kariyer seçimlerinde bu mesleğin itibarının etkisi olduğunu dile getirdiler. Diğer taraftan, aynı gruptaki kadın katılımcılar mühendis ideolojisi kavramına kuramsal düzeyde katılırken, bu ideolojinin mühendislik mesleğine özgü olmadığını, başka meslek grupları için de geçerli olabileceğini belirttiler. Ek olarak, aynı gruptaki kadın katılımcılar erkeklerden farklı olarak, "büyük adam" olma fikrinin kendilerini heveslendirdiği yönünde herhangi bir beyanda da bulunmadılar. Kırk yaş üstü kadın katılımcılar, kendilerini sözü edilen siyasi figürlerle hiç bağdaştırmadıklarını belirttiler. Ailelerinden ve okullarından bu bağlamda bir yönlendirme tecrübe etmediklerini eklediler.

> Türkiye'de örnekleri var diye mühendislerin iyi siyasetçi olacaklarını hiç düşünmedim. Her mesleğin sosyal sorumlulukları var. Eğer herkes üstüne düşeni yaparsa bu dünya daha güzel bir yer olur (Gonca, 45 yaşında, Maden Mühendisi).

Mühendis kökenli topluma mal olmuş rol modeller ile bu çalışmada yer alan kadın mühendisler arasında toplumsal olarak herhangi bir bağ kurulmadığı anlaşılmaktadır. Türkiye'de mühendislik mirasının belirtilen yanlarının aynı zamanda, kadınların önüne görülmez engeller koyan maskülen bir kültür yarattığını öne sürmek yanlış olmayacaktır. Ayrıca, kadınlar için tümevarım becerisi mühendisliğe özel bir yeti olmamakla birlikte, bunun toplumsal bir sorumluluğu da bulunmamaktadır. Bu durum, kadın mühendisler ve 40 yaş üstü erkek mühendisler arasında mesleki algıları bağlamında bir fark olduğunu gösterir. Erkek mühendisler kendilerini bir meslek grubu olarak "ayrıcalıklı" tanımlarken, kadın mühendisler kendilerini diğer saygın mesleklerden örneğin avukatlık veya doktorluktan ayrı tutmamaktadır. Bu durum, erkek mühendisleri kadınlara göre daha özgüvenli bir mesleki algıya taşımaktadır. Ek olarak, erkek mühendisler meşhur siyasi figürlerin de etkisiyle siyasete daha yakın durmaktadırlar. Bu çalışmada, yer alan kadın katılımcıların yarısından fazlası politik olarak aktif olmadıklarını ve politik mücadeleye inanmadıklarını dile getirdiler. Erkek ve kadın mühendislerin mesleki algılarının mesleki örgütlenme üzerinde etkili olabileceğini düşünüyorum. Aynı zamanda daha genç yaş grubundaki katılımcılar, cinsiyet ayrımı olmaksızın mesleklerini mühendislik ideolojisi ile tanımlamayıp, söz konusu tanımlamanın getirdiği toplumsal sorumluluğu taşımayı gerekli bulmadıklarını belirttiler.

Buradan yola çıkarak, 40 yaş ve üstü erkek katılımcıların Türkiye'de bir dönem etkin olmuş mühendis siyasetçi modellerinden ve kalkınmacı mühendislik ideolojisinden etkilendiği söylenebilir. Söz konusu toplumsal saygınlık tüm mühendislik mesleğini etkilediği gibi, anlaşıldığı üzere kadınlarca benimsenmemektedir. Genç grup katılımcılar ise kıdemli meslektaşları gibi rol model fikrinden beslenmemekle birlikte, problem çözme ve analitik düşünme becerisinin siyasi hayatta uygulanabilirliğine inanmamaktadır.

"Gerçek mühendislik icrası": Atölye üretimi - fabrika üretimi

Mühendisin "olmazsa olmaz" özellikleri hakkında ideolojik beklentilerin ve üretim pratiğinin *gerçek mühendislik* kabul edilmesine dair beklentilerin toplumsal olarak yaratıldığından bahsedilmişti. Bu beklentiler, aynı zamanda gerçek mühendisi ve gerçek mühendislik pratiğini de tanımlamaktadır. Tanımlara uymayan kişisel özellikler veya uygulamalar mühendislik kültürü içinde yine ideolojik olarak yaratılmış olan sözlü hiyerarşide aşağı sıralarda yer almaktadır.

Bu çalışmaya katılan katılımcıların neredeyse tümü, mühendislik dalları arasında yazılı olmayan ancak herkesçe bilinen bir hiyerarşiden söz ettiler. Buna göre; matematik ve fizik yoğun alanlar, somut üretim işinin gerçekleştiği; kirli, ağır çalışma koşullarını barındıran mühendislikler hiyerarşide üst sıralarda yer almaktadır. Ayrıca, temel mühendislik dalları olarak görülen makine, inşaat ve eletrik mühendislikleri yukarda belirtilen özellikleri taşıması bakımından, hiyerarşide ilk üç sıradadır. Diğer dallar, bahsedilen özellikte üretim yapıyor olsalar bile, temel mühendisliklerden mezun olan bir kişinin alt alanları da aynı şekilde icra edebilecek olması, temel kabul edilen dalları yine üst sıralara taşımaktaydı.

Hiyerarşiye göre, *gerçek mühendislik işinin* icrası; somut üretime ulaşan, bu yolda uzun çalışma saatlerinin göze alınmasını, ağır, kirli koşullarda çalışılmasını gerektirmeliydi. Aksi takdirde, yapılan iş; ar-ge, tasarım, sözleşme, kalite bölümlerinde yapıldığı gibi "ofis" ortamında gerçekleşip, "ofis işi" kabul edilmekteydi. Bu çalışmanın bulguları mühendislik pratiğinin kendi içinde de bazı işlerin hiyerarşik biçimde algılandığını da ortaya koydu. Buna göre, ofis işleri daha az önemli kabul edilirken, saha işi gerektiren ve somut ürün yaratmaya yönelik işler mühendislik pratiği için elzem görülmektedir. Ayrıca, yapılan her üretim; örneğin dijital süreçlerin yoğun olduğu (ar-ge vb.), el emeği ve yaratıcılığın etkin olmadığı üretim türleri gerçek mühendislik pratiği olarak görülmemektedir. Bu durum, Ankara'da savunma sanayi fabrikalarında büyük ölçekli ve dijital teknolojiler kullanılarak yapılan üretim ile organize sanayi bölgelerinde yapılan üretime bakış açısı arasında farklılıklardan anlaşılmıştır. Buna göre, organize sanayi bölgesinde atölye tarzı üretim yapan katılımcılar fabrika üretimini küçümsemiş ve yapılan işi gerçek mühendislik işi olarak görmediklerini belirtmişlerdir.

> Onların gerçek mühendislik yaptıklarını düşünmüyorum. Büyük fabrikalarda mühendislere görev veriliyor. Yaratıcı olmayan. Her şey bellidir. İşler bellidir. Adam oturur yapar. Yapılabilirliğini düşünmez. Ben oradaki mühendisleri Matrix'e benzetiyorum. İzole çalışırlar. Gerçeklikten haberleri yok. (Ahmet, Makine Mühendisi, Ostim'de işyeri sahibi)

Ahmet, mühendislik mesleğinde yaratıcılığın tuttuğu yer hakkında önemli bir noktaya değindi; küçük fabrikalar parça işi üretir. Genellikle, hem teoride hem de pratikte ihtiyaç duyulan parçayı üretmek zorundadırlar. Diğer bir deyişle; piyasadaki açığı görüp fikri öne atar, ürünü tasarlar, imalat için gerekli araçları tasarlar ve en sonunda ürünün kendisini ortaya koyar. Katılımcılara göre bu türden bir yaratıcılık çalışana, işiyle ilgili güven kazandırır. Dahası, işe yarayan bir ürün yarattığı ve onu yoktan var ettiği için yaptığı işten gurur duyar. Üretilen makinenin de onun gözünde bir gerçekliği vardır çünkü makineye dokunabilir ve en sonunda ürettiği şeyi görebilir. Hatta bazı durumlarda bu ürüne sahip olabilir.

Buna karşın, seri üretim yapan büyük bir fabrikada çalışan üretim mühendisi bir uçağın sadece küçük bir parçasını üretebilmektedir. Üretim sürecinin tamamına tanıklık etme imkânı yoktur. Büyük fabrikalarda çalışan mühendisler, kendi ürünlerinin gerçekliğinden uzaktadır veya Ahmet'in deyimiyle, "Matrix'te yaşarlar".

İvedik sanayi bölgesinde çalışan Ali ise benzer bir duruma dikkat çekerek büyük fabrikaların belli kurallar çerçevesinde çalıştığını belirtti. Bu fabrikalarda, belli bir ihtiyaca yönelik olarak hâlihazırda tasarlanmış makineler üretildiğini dile getirdi.

> Büyük sirketlere bakıyorsun. Adam bir sürü şey üretiyor. Çok sayıda üretiyor. Genelde hazır parça üretiyor. O da mühendislik değil de prosses yani belli şeyi kontrol etmek aslında yani bir şey üretmiyorsun daha çok yani mesela boeing üretecek. Boeing zaten onun argesini yapmış geliştirmiş sana diyorki şu parçayı üret sen sadece üretimi kontrol ediyorsun, orda işte proses (Ali, Makine Mühendisi, İvedik'te işyeri sahibi)

Ali daha sonra sanayi bölgelerindeki atölyelerin sektörün ihtiyaç duyduğu yeni ürünleri imal etmek zorunda olduğunu söyledi. Bu atölyelerin sektördeki boşluğu görmeleri ve bu boşluğu dolduracak ürünü ortaya koymaları gerekiyor. Ali'ye göre, mühendisliğin özü de bu olmalı; piyasadaki ihtiyacı görmek, bu sorunu çözecek bir ürün geliştirmek, tasarlamak ve sonunda bunu üretmek. Ahmet ve Ali için yaptıkları iş *gerçek mühendislik işiydi*. Böylesi bir icraat; yaratıcılık, el işi, pratiklik, teorik bilgi ile kirli ve ağır iş koşullarını gerektiriyordu (Robinson ve McIlwee, 1991; Brand ve Kvande, 2001; White vd., 2003; Bastalich vd., 2007, Küskü vd., 2007; Watts, 2009).

Bu iki iş yükünün kıyaslanması aslında farklı üretim şekillerinin karşılaştırılmasıdır: atölye üretimi ve fabrika üretimi. Ahmet'in küçük atölyesi üretimde

hala manuel güç kullanmaktadır. Ürünüyle arasındaki ilişki Marx"nin belirttiği anlamda işçi ve ürünü arasındaki yakınlık gibidir (Marx, 1954). Fakat, fabrikalarda makineleri üreten makineler kullandığından, mühendisler ve operatörler yalnızca üretim sürecini kontrol etmekten ve sürecin sorunsuz geçmesini sağlamaktan sorumludurlar.

Zihinsel emek ve el emeği arasındaki ayrım üretim hakkında kavramsallaştırma ve uygulama arasındaki ayrımı da beraberinde getirmektedir. Sürecin kontrolü bile tek elden değil birden çok departman tarafından yapılır. Bu anlamda, makineleşme/dijitalleşme yarı özerk çalışma gruplarının farklı etaplarda çalışmasıyla, zihinsel olarak bir araya gelmemesiyle ve üretimin tümüne hiç bir zaman hakim olmamasıyla sonuçlanmaktadır (Thursfield, 2000: 29). Seri üretim yapılan fabrikalarda üretim araçları belirlenmiş birden çok görev için kullanılmakta; dev bir makinenin parçalarının üretimi eskisi gibi üretici ve ürün arasında herhangi bir yakınlığı gerektirmemektedir. Bu sebeple, Ahmet gibi mühendisler, fabrika üretimini, emekçi ve üretim araçları artık "salyangoz ve kabuğu gibi, bir bütün" (Marx, 1954:339) olmadığı için küçük görmektedirler.

Atölyedeki işgücüyle büyük fabrikalardaki iş türü arasında üretim süreçleri bakımından farklılıklar söz konusuydu. Bu çalışmada gözlem yapılan fabrika hâlihazırda tasarlanmış makinelerin üretimi üzerine çalışıyordu. Atölyelerde ise makinelerin tasarımı ve üretimi sıfırdan yapılabildiği gibi, iş bir dereceye kadar manueldi. Fabrikalarda makineler makineleri üretirken, mühendis ve ustabaşı üretim sürecini kontrol etmekteydi.

Önceki görüşün tersine, seri üretim yapılan fabrikada çalışan mühendisler de, yaptıkları işi *gerçek mühendislik* olarak görmekteydi. Fakat, bazı işler gerçek mühendislik olarak nitelendirilirken, bazıları tamamlayıcı işler olarak kabul edilmekteydi. Ar-ge, tasarım, kalite departmanlarının yaptığı iş, üretim departmanında çıkan işe kıyasla daha az *gerçek mühendislik* olarak kabul ediliyordu.

> Mühendislikte üretim her zaman daha değerlidir. Çünkü uzmanlık ve tecrübe gerektirir. Buraya 22 yaşında yeni mezun bir tasarımcı alırlar. Ar-ge'ye. O da uzay gemisi çizer bilgisayarda bize gönderir. Biz bu adamı alırız, bak oğlum bu böyle olmaz diye eğitiriz. Hayat öyle değil çünkü. Başka birini alırlar sanat eseri çizer. Yapılamadıktan sonra yemişim sanat eserini. (Göker, Havacılık ve Uzay Mühendisi)

Göker'in anlatısı, atölyede üretim yapan mühendislerin görüşleriyle paralellik gösteriyor. Her iki görüşte de, üretim ve hayata geçirme gerçek mühendislik işi olarak görülmektedir. Bu türden bir işte, materyal anlamda somut bir ürün yaratabilmek önemlidir. Üreticinin, ürünle birebir ilgilenmesi, üretim sürecinde bizzat katılarak kendini mühendis olarak ispatlaması da beklenir.[1]

1 Mühendisin kendini diğer mühendislerin ve mavi yakalı işçinin gözünde ispatlaması kadın mühendisler ve genç mühendislerin tümü için sorun yaratmaktadır. Kadın mühendisler üretim birimlerinde istihdam edilme konusunda sıkıntı yaşamaktadır. Çeşitli çalışmalarda, mavi ya-

Seri üretim yapılan fabrikada ürünün tümü üretilmemekte, parça başı işler sanayi bölgelerindeki küçük atölyelere veya yurt dışında ucuz iş gücü barındıran üreticilere paslanmaktaydı. Ayrıca, uluslararası üreticiler Türkiye'deki fabrikalarla parça üretimi için anlaşabilmektedir. Üretim faaliyeti fiziksel olarak parçalanmış olsa dahi, bilgi akışı ve denetimi dijital ortamlarda sürdürülmektedir. Mühendisler mavi yakalı işçinin işini fiziksel olarak kontrol ederken, mühendislerin işi de dijitalleşen süreçlerce izlenmektedir. Elektronik posta yoluyla şirket içi haberleşme, görüntülü ve sesli telekonferans imkânları, işin yurt içinde ve yurt dışı ile bağlantılı biçimde ilerlemesine olanak sağlamaktadır.

Görüştüğüm iki kadın mühendis çalıştıkları fabrikanın Arap Ülkeleri ile yürüttüğü projelerde görev almaktaydı. Projenin ortağı olan ülkenin şantiyesine gidip görev alamadıkları için haftada bir-iki kez telekonferans yöntemi ile projeyi takip etmekteydiler:

> İki yıldır bu projede çalışıyorum. Hiç projeyi ortak yürüttüğümüz ülkeye gitmedim. Gidemem de zaten. Şantiyeye almıyorlar. Burdan arkadaşlar gidiyor. Ben de bununla katılıyorum (kulaklık ve mikrofonu gösteriyor). (Meltem, Makine Mühendisi)

Dijitalleşme aslında bilgisayarın bir zanaat aracı olarak üretim sürecine dahil olmasıdır. Kullanıcının üretici kapasitesini artıran, hızlandıran bir araç olarak mühendislik işine fazlasıyla katılmıştır. Üretim faaliyetlerinin makineleşmesine eklemlenen dijital süreçler, toplumsal koşullar uygun olmadığında dahi işin yürütülmesini kolaylaştırıcı bir unsur olabilmektedir. Böylece, üretimin ucuza yaptırılabildiği coğrafyalara ulaşım sağlanmış ve üretim süreci denetlenmiş olur.

Öte yandan, üretim faaliyeti kapsamında olmayan faaliyetler ve zamanlar da dijital kolaylaştırıcılar ile üretime dâhil edilir. Görüştüğüm kadın ve erkek mühendislerin yarısından çoğu akıllı telefon kullandıklarını ve telefon üzerinden işlerini takip ettiklerini belirttiler. Bazıları bu telefonların iş yerlerince temin edildiğini, böylece iş dışındaki zamanda da denetimin sürebildiğinden bahsettiler:

> İşyerine girdiğimde verdiler bu telefonu. Herkese veriyorlar zaten büyük bir şey değil. Bir de kurumsal paketin oluyor. İşte heryöne bilmem kaç dakika, yok şu kadar sms. Tabi şey oluyor. Gecenin bir körü mail gelebiliyor. Hani şu işe bir bak, şununla bir ilgilen gibi. Evde de rahat bırakmıyorlar yani. (Ayşe, Elektrik Elektronik Mühendisi)

Ayşe iş ve iş dışında geçirdiği zamanın birbirine karıştığından bahsediyor. Yalnız mühendislik için geçerli olmayan bu durum, günümüzde beyaz yakalı emekçilerin iş dışındaki yaşamlarında bile denetlenebildiğini gösteriyor. Ta-

kalının kadın mühendisin otoritesini ve bilgisini kabul etmediği, işverenin bu sebeple kadın mühendisi üretim biriminde çalıştırmak istemediği anlaşılmaktadır (Miller, 2004; Cockburn, 1985;1987; Faulkner, 2000; 2009(a); 2009(b), Pehlivanlı-Kadayıfçı, 2015). Üretim biriminde yer bulamayan kadın mühendisin bilgisini ispat etmeye yönelik fırsatları yapısal olarak tıkalıdır.

şınabilir bilgisayarlar, akıllı telefonlar, e-posta yoluyla haberleşme, whatsapp grupları ile iş tüm hayata yayılmaktadır. Bu açıdan, üretimin biçimi değiştikçe emekçi ve emekçinin günlük rutini de dönüşmekte ve dijitalleşmektedir. Burada önemli olan mühendislerin dijital ortamda yürüyen iş ve toplumsal ilişkileri mesleki bakımdan nasıl algıladıklarıdır. Bir sonraki bölüm katılımcıların anlatıları bağlamında mühendisliğin toplumsal itibarının dönüşümünü tartışacaktır.

Mühendisliğin toplumsal itibarının dönüşümü

Yaşları 40 ve üstü olan katılımcıların dikkat çektiği bir diğer önemli nokta, Türkiye'de mühendislik mesleğine ilişkin imajın değişmesiydi. Bu gruptaki kadın ve erkek katılımcılar, bazı faktörlerden dolayı mühendislik mesleğinin son yıllarda statüsünü kaybettiğini öne sürdü. Bu faktörlerden biri, küresel ekonomide mühendisliğin değişen rolüydü:

> Mühendisim dediğinde alınan tepki olumludur. Eskiden de olumluydu şimdi de öyle. Çünkü mühendisliğin bir mirası var. Bugün mühendis olmak daha kolay, neden saygı duyulsun ki? Saygınlık sadece mezun sayısıyla ilgili değil aslında. Genel algı bu mesleğin önemli özellikleri olduğu üzerine kurulu. Herkeste bulunmayan özellikler. Bu ne demek? Bir matematik problemini çözebilmek veya fizik teoremini anlayabilmek, ustaya neyi nasıl yapacağını anlatabilmek... (Ömer, Elektrik Elektronik Mühendisi)

Katılımcıların yarısı idealize edilen mesleki imajın değişimini mühendislik mezunlarının artmasına bağladı. Sayısal artışın mesleki kaliteyi düşürdüğünün altı çizildi. Ek olarak, yine 40 yaş üstü grupta mühendisliğin dijitalleşmesi sonucu kolaylaştığına dair bir önyargı mevcuttu.

> Şimdi herşey değişti. Önceden bu kadar kolay değildi yazmak çizmek. Bi defa herşeyi elle çizerdik. Öyle programlar mrogramlar yoktu. Bizim bir çizim hocalarımız vardı. Canımıza okurlardı (Murat, Makine Mühendisi).

Teknolojinin artan bir şekilde üretim süreciyle bütünleşmesi ve esneyen görev tanımları, mühendislerin iş tanımlarını da değiştirdiği belirtildi.

> Laboratuvarda çalışıyorum. İnşaat Firmasında. Baksan maden mühendisiyim. Hani sahada olmam lazım filan ama öyle değil. Sahaya bir iki defa gitmişliğim var. Gerisi hep bilgisayar başında. Hep araştırma, literatür tarama (Sibel, Maden Mühendisi)

Sibel'in çalışma koşulları bu makalenin konusu açısından başlı başına bir örnek teşkil ediyor. Bir kadın mühendis olarak, görece özel bir alanda laboratuvarda çalışıyor. İnşaat malzemeleri üreten bir firmaya ait olan bu laboratuvarda bilgisayar başında mühendislik yapıyor. Maden mühendisi olmasına rağmen sahaya sıklıkla gitmiyor.

İş tanımları ve koşullarındaki esneklik günümüzde yalnız mühendislik işinin pratiğine ait değildir. Diğer meslekler de benzer bir dönüşüm geçirmiştir, geçirmektedir. Burada mevzu edilen, mühendislerin söz konusu değişimden bir meslek grubu olarak etkilendikleri ve bu dönüşümü itibar kaybı olarak algıladıklarıdır.

Daha önceleri, mühendisler üretim sürecinde mavi yakalı işçilere daha yakın çalışmaktaydı. Post-Fordist üretimle birlikte, mühendisler ve işçiler fiziksel olarak birbirinden ayrıldı; mühendisler tasarım, araştırma-geliştirme ve kalite kontrol gibi üretim dışındaki görevlerde çalışan diğer mühendislerin kontrolünden sorumlu hale geldi (Ansal, 2000). Artun (2000) bu uzmanlaşmayı üretim sürecinin bütünlüğünden ve hatta ürünün kendisinden bir yabancılaşma olarak görür. Artun'a göre (2000), üretim dijital teknolojilerle nitelendirildikçe, mühendisler değerini kaybetmiştir. Makineler artık fabrikalarda insan gücünün yerini almış, mühendislerin zihinsel emeğinden yerine bilgisayarlar istihdam edilmiştir. Dijital teknolojiler kapitalist çıkarların aracı haline getirildiğinden, mühendislerin bu hiyerarşideki rolü baskı altına alınmıştır.

Bu dönüşümün Türkiye'deki mühendisler ve siyasi pozisyonları üzerinde yansıması bulunmaktadır. Türkiye'de, 1980 yılına kadar, mühendisler kendilerini kapitalist endüstriyelleşmenin karşısında konumlandırdılar. Rasyonalizasyon ve pozitivizmin taşıyıcısı olarak kabul edilen mühendislerin çoğu solcu ideolojileri benimsiyor ve kendilerini devrimci toplumcular olarak tanımlıyorlardı (Göle, 2008:14; Artun, 1999:47). Köse ve Öncü (2000) Türkiye'deki mühendisler ve siyasi tutumları ile ilgili yürüttükleri çalışmalarında Taylor ve Veblen'in mühendis modellerinden yararlanırlar. Taylor'a göre, mühendisin konumu sermaye sahibi ile işçi arasında bir yerdedir. Bu ideal tipe göre mühendis, sermayenin bekası için üretim sürecini rasyonel olarak hesaplayan kişidir. Taylor'un kavramsallaştırdığı mühendis, bizzat sermayenin bir parçasıdır. Böyle bir mühendis hem reformisttir hem de sağcı ideolojileri benimsemeye yatkındır. Veblen ise tam aksine sermaye karşıtı olan devrimci mühendisi tanımlar. Mühendislerin varoluşu ve yaptıkları işin değeri kapitalizmin çıkarlarıyla çelişmektedir. Veblen'in mühendisi, toplumun çıkarları için düşünmesi ve hareket etmesi gereken kişidir (Köse ve Öncü, 2000).

Ahmet Haşim Köse ve Ahmet Öncü'nün 2000 yılında Taylor ve Veblen'in kavramsallaştırmalarıyla ilişkili olarak Türkiye'de mühendislerin sahip olduğu farklı dünya görüşlerini inceledikleri araştırma, burada sunulan bulgularla benzerlikler içermektedir. Sözü edilen araştırma, esas olarak mühendislik mesleğindeki sınıf konumlandırmalarının çeşitliliğini, mühendislerin yaptıkları işin anlamına yönelik algıları göz önünde bulundurarak açıklamak, bu çeşitliliğin Taylor'ın ve Veblen'ın kavramsallaştırmalarından hangisine daha yakın olduğunu görmeyi amaçlamaktaydı. Burada sunulan bulguların ise, Türkiye'deki mühendislerin mesleklerinin amacını artan bir şekilde kapitalist çıkarlarla bağdaş-

tırdığını ortaya koymaktadır (2000:33). Dolayısıyla mevcut çalışmanın sonuçları, Köse ve Öncü'nün mühendisliğin dönüşen kimliği ile ilgili bulgularını doğrular niteliktedir. Bu dönüşümlerin etkilerine tanıklık etmiş olan katılımcılar, mühendislik mesleğinin eski imajını yitirdiğini düşünmektedir. Daha önce üzerinde durulduğu gibi, bir zamanlar Fordist endüstriyelleşmenin öncüsü ve hatta toplumun dönüştürücüsü olarak kabul edilen mühendisler, artık bilgi temelli ekonominin yeni şartlarının rekabet ve daha çok para kazanma arzusu olduğunu kabul etmektedir. Bunun yanı sıra, mühendislik bölümü mezunlarının sayıca artması ve piyasada azalan iş imkânlarının etkisiyle, mühendisliğn itibarı "teknik elit" olarak görüldüğü eski günlerine nazaran zedelenmiştir.

Sonuç

Bu çalışmanın bulguları, mühendislik mesleğine atfedilen toplumsal saygınlığın esas olarak, "Batı" algısının etkisindeki mühendisliğin genel söylemine dayandığını ortaya koymuştur. Bunun nedeni Türkiye'deki modernleşme sürecine, bilim ve teknikte Batı medeniyetlerinin seviyesine erişme fikrinin yön vermesidir. Bunlara ek olarak Türkiye, erkek mühendislerin siyasi aktörler olarak yükselmesine tanıklık etmiştir. 1965'ten 2000'lere kadar mühendis kökenli siyasetçiler Türkiye siyasetinin yönetici figüleri olmuştur. Sonuç olarak, bu örnekler Türkiye'de siyaseti ve üretimi yönetmenin sembolleri olduğundan, mühendislik erkekler için saygın bir meslek olarak görülmüştür. Böylece mühendislik uzmanlık gerektiren bir meslek olarak değerlendirilmiş ve erkeklere toplumsal düzeyde saygınlık kazandırmıştır. Her ne kadar kadınlar da teşvik edilmiş, hatta cumhuriyetçi reformların etkisiyle mesleğe davet edilmiş olsalar da, meslekte erkekler baskındır.

Yakın zaman Türkiye'sinde dijitalleşen üretim süreçlerine bağlı olarak mühendislik mesleğine dair üretim araçları ve mühendisliğe ait toplumsal imaj da dönüşüme uğramıştır. Fordizm sonrası üretim tarzıyla kullanımı artan dijital üretim araçları, büyük sermaye tarafından yürütülen üretim alanlarında, mühendislik pratiğinin dönüşmesine yol açmıştır. Söz konusu dönüşüm, kitle üretimi yapan fabrikalarda yapılan mühendislik ile sanayi bölgelerinde halen kullanılmakta olan eski üretim biçimleri ve araçlarına dayanan mühendislik pratiği arasında fark yaratmıştır. Bu fark, mühendislerin anlatılarına dijitalleşen mühendislik emeğini aşağı görme; mesleklerine dair algılarına ise küçümseme şeklinde yansımıştır. Bu kapsamda, mühendislerin anlatılarında "gerçek mühendislik işinin tabiatı" ve buna bağlı olarak "gerçek mühendisin" kim olduğuna dair farklı tanımlar saptanmıştır. Ayrıca, mühendisler mesleklerine ilişkin toplumsal algının Post-Fordist üretim tarzının getirisi olan mühendis sayılarındaki artışa ve mühendisin üretim süreçlerinde aldığı rolün değişmesine bağlı olarak dönüştüğünü belirtmişlerdir.

Gerçek mühendislik işine verilen değer ve *gerçek mühendislik pratiğinin* tabiatına dair çelişkili anlatılar bu tartışmayı temellendirmiştir. Tasarım ve yaratımı kapsayan atölye tipi üretimin, mühendislerin gözünde daha değerli olduğu öne sürülmüştür. Bu bulgu aynı zamanda üretim sürecinin genel kabulüyle de uyum halindedir; somut bir obje yaratmak diğer iş süreçlerinden daha "gerçek"tir. Diğer bir deyişle, mühendisler en başından itibaren hesaplayarak ve tasarlayarak bir obje yaratmanın, mühendislik işinin gerçek tabiatı olması gerektiğini düşünmektedirler. Hatta katılımcıların bir kısmı, büyük fabrika tipi üretimi küçük görmüştür, bunun nedeniyse emekçi ve üretim araçlarının artık birbirlerine yakından bağlı olmayışıdır.

Mesleğin dinamikleri dönüştükçe profesyonel kültür de değişmiştir. Küresel ekonomiyle birlikte, mühendislik mesleğinin rolü gerçek üreticiden tasarımcıya, süreç denetimcisine doğru kaymıştır. Teknik emek gücüne olan ihtiyaç genişledikçe, mühendislerin sayısı da artmıştır. Mühendislik öğrencileri daha esnek ölçümlere göre seçilmeye başlanmıştır. Bu dönüşüm, mühendislik mesleği özelinde yaşanmamıştır. Temelde bilgisayar teknolojisini bir zanaat aracı olarak eklemleyen tüm sektörlerde değişim söz konusudur. Bu çalışmada önemli olan, erkek mühendislerin bahsi geçen dönüşümün mesleklerinde toplumsal itibar kaybına yol açtığını düşünmeleridir.

Sonuç olarak bu anlatılardan, mühendislik pratiğinin dijitalleşme ile birlikte dönüşmesi sonucu, mesleğin toplumsal itibarının da değiştiği anlaşılmaktadır. Toplumsal düzeydeki değişim mühendislerin kendileri hakkında ürettikleri algıyı da etkilemektedir. Önceleri kendi deyimleri ile "daha gerçek" bir iş yaptıklarını düşünen mühendisler, günümüzde parçalanan üretim süreçlerinde kaybolduklarını ve önemlerinin azaldığını düşünmektedirler. Kadınların bu mesleğe girişinin toplumsal itibarı azalttığına yönelik bir bulguya rastlanmamıştır. Ancak, mühendislik hiyerarşisi ideolojik kavramsallaştırmasında alt basamaklarda görülen dalların *kadınsı* kabul edilmesi ve temel mühendisliklerde *önemsiz* işlerin kadınlara uygun bulunuyor olması meslek yapılanması içerisinde itibarlı alanların erkekler tarafından tutulduğunu göstermektedir.

KAYNAKÇA

Ansal, H. (2000). "Dünyada Teknolojik Değişim ve Mühendisler". *Toplum ve Bilim*, 85 Yaz: 36-47.

Artun, Ali. (1999). *Fordizmin ve mühendisin dönüşümü*. TMMOB.

Artun, Ali. (2000). "Mühendis, 1975-2000". *Toplum ve Bilim*, 85 Yaz: 47-60.

Boratav, K. (1990). "Interclass and Intra class relations of distribution under structural adjustment: Turkey during the 1980s" in Arıcanlı and Rodrik (ed.) The Politica Economy of Turkey: Debt, Adjustment and Sustainability, London: MacMillanPress.

— (2005). *1980'li Yıllarda Türkiye'de Sosyal Sınıflar ve Bölüşüm.* Ankara: İmge.

Boratav, K.; A.H. Köse ve E. Yeldan (2001). 'Turkey: Globalization, Distribution and Social Policy' in Lance Taylor (ed.) External Liberalization, Economic Performance and Social Policy, Oxford: Oxford UniversityPress.

Brandth, Berit & Kvande, Elin. (2001) Flexible work and flexible athers. *Work, Employment & Society, 15*(2), 251-267.

Cockburn, Cynthia. (1981). Material of Male Power.*FeministReview*, 9: 41-57.

— (1983). *Brothers: Male Dominanceand Technical Change*, London: PlutoPress, 1983.

— (1985). *Machinery of Dominance: Women, Men and Technical Know-how*London: PlutoPress, and Boston: North EasternUniversityPress.

— (1987). Caught in the wheels: the high cost of being a female cog in the male machinery of engineering. InMCkenzie, D. A. &Wajcman, J. *The social Shaping of Technology*. Philedelphia: Open UniversityPress.

— (2009). On theMachinery of Dominance: Women, Men, and Technical Know-How. *Women's Studies Quarterly,* 37/ 1 & 2, pp. 269-273.

Cockburn, Cynthia & Ormrod, Susan. (1993) .Gender and Technology in the Making. London; ThousandOaks, Calif.: Sage.

Ecevit, Y.; Gündüz-Hosgör, A. & Tokluoglu, C. (2003). Professional women in computer programming occupations: the case of Turkey. *Career Development International*, *8*(2), 78-87.

Faulkner, W. (2000). Dualisms, hierarchies and gender in engineering. *Social Studies of Science, 30*(5), 759-792.

— (2009a). Doing gender in engineering workplace cultures. I. Observations from the field. *Engineering Studies*, *1*(1), 3-18.

— (2009b). Doing gender in engineering workplace cultures. II. Gender in/authenticity and the in/visibility paradox. *Engineering Studies*, *1*(3), 169-189.

Göle, Nilüfer (2008). *Mühendisler ve İdeoloji: Öncü Devrimcilerden Yenilikçi Seçkinlere*. 4th Edition. İstanbul: Metis Yayınları.

Günal, Y. (2013). *Neoliberal Transformatıon and Professıonal Middle Classes: Case Of Engıneers In Turkey*, Yayınlanmamış doktora tezi ODTÜ, Ankara.

Hacker, Sally. L. (1981). Theculture of engineering: Woman, work place and machine. *Women's Studies International Quarterly*, *4*(3), 341-353.

— (1989). *Pleasure, Power and Technology: Some Tales of Gender, Engineering ad the Cooperative Workplace*. UnwinHyman: Boston.

Kozanoğlu, H. (1993). *Yuppieler, Prensler ve Bizim Kuşak*. İstanbul: İletişim.

Köse, Ahmet & Öncü, A. (2000)."Türkiye'de Mühendis ve Mimarların Sınıfları ve İdeolojileri". *Toplum ve Bilim*, 85 Yaz: 8-36.

— (2000). *Kapitalizm, İnsanlık ve Mühendislik: Türkiye'de Mühendisler Mimarlar*. Ankara: TMMOB.

Mclwee, Judith S. & Robinson, J. Gregg (1992). *Women in engineering: Gender, power, andworkplaceculture*. SUNY Press.

Miller, G. E. (2004). Frontier masculinity in the oil industry: The experience of women engineers. *Gender, Work & Organization*, *11*(1), 47-73.

Nauta, Margaret M.; Epperson, Douglas L.; Waggoner, Kathleen. M. (1999). Perceived Causes of Success and Failure: Are Women's Attributions Related to Persistence in Engineering Majors? *Journal of Research in Science Teaching*, 36/6, pp. 663–676.

Öngen, T. (2000)."Teknik Emek Gücünün Sınıfsal Profili". *Toplum ve Bilim*, 85 Yaz: 60-77.

Pehlivanlı-Kadayıfçı, E. (2015). Gendered Culture of Engineering in Turkey: Construction and Transformation, yayınlanmamış doktora tezi, ODTÜ Sosyoloji Bölümü, Ankara.

Wacjman, J. (1991), *Feminism Confronts Technology*, The Pennsylvania State University Press, Pennsylvania.

Watts, Jacqueline. H. (2009). 'Allowed into a Man's World' Meanings of Work–Life Balance: Perspectives of Women Civil Engineers as 'Minority' Workers in Construction. *Gender, Work and Organization*. 16/1, pp. 37-57.

Zengin, Berna. (2000). "Women Engineers in Turkey: Gender, education and professional life, a case study on study on Metu."Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, ODTÜ, Sosyoloji Bölümü, Ankara.

ler olarak adlandırılan bu tür faaliyetler, yeni teknolojilerin gelişmesi ve sonuçta otomasyon sistemlerinde sağlanan standartlaşma ile ağ üzerinden yürütülmeye başlanmıştır (Breathnach, 2002; Berköz, 1998; Eberts ve Randall, 1998). Makalenin konusunu oluşturan çağrı merkezleri de bu gelişmelerin somut bir örneği olarak görülebilir. Çağrı merkezleri, firmanın telefon veya internet üzerinden müşteriye sunduğu hizmetleri merkezileştirme isteği ile ortaya çıkan, firma içindeki arka ofis işlerden biridir ve hızla büyüyen bir sektör haline gelmiştir. İlk kuruluş yerleri gelişmiş bölgeler iken, burada artan maliyetlerden dolayı birçok firma yeni çağrı merkezi şubelerini az gelişmiş bölgelere kaydırmıştır. Öyle ki, Hindistan gibi bazı az gelişmiş bölgelerin ekonomik gelişmesi bu tür işlere dayanmaya başlamıştır (Gatrell, 1999).

Bu makalenin amacı, çağrı merkezi sektöründe faaliyet gösteren firmaların görece az gelişmiş, kolayca sermaye çekemeyen bölgelerde yer seçmesinin, bu tür yerlerin gelişmesi açısından bir çözüm olup olamayacağını emek piyasasına etkileri bağlamında tartışmaktır. Yazı, altı bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünden sonraki ikinci bölümde araştırma çerçevesine ilişkin bilgilere yer verilmektedir. Literatür tartışmasının yer aldığı üçüncü bölümden sonra gelen dördüncü bölümde ise Türkiye'de çağrı merkezi sektörünün gelişme eğilimleri incelenmekte ve beşinci bölümde araştırma sonuçları ortaya konulmaktadır. Çağrı merkezlerinde gözlemlenen özelliklerin sunduğu ipuçları, son olarak altıncı bölümde değerlendirilmektedir.

Araştırma çerçevesi

Bu makalenin odağını oluşturan çağrı merkezi sektörü Türkiye'de 2000'li yıllardan itibaren önem kazanmaya başlamıştır. En fazla yoğunlaşma İstanbul'da olmakla beraber, artan maliyetlerin etkisiyle birçok çağrı merkezi firması yatırımlarını 2005'ten itibaren az gelişmiş bölgelerdeki kentlere doğru yönlendirmiştir. Türkiye'nin doğusundaki ilk çağrı merkezi Erzurum'da kurulmuş, daha sonra Erzincan, Gümüşhane, Sivas, Uşak, Diyarbakır ve diğer kentlerde yenileri açılmıştır. Bu tür kentlerde çağrı merkezi firmalarının varlığı yerel ekonomideki darboğazlara çözüm olarak değerlendirilerek yöneticiler tarafından teşvik edilmektedir. Ne var ki, bu tür yatırımların bölgede kısa dönemde rahatlama sağlasa bile uzun vadede kapsayıcı gelişmenin, kalkınmanın dayanağı olamayacağı, ekonomik coğrafya literatüründeki önemli savlardan biridir. Bölgeye yapılan yatırımın niteliğinin önemli olduğu; çağrı merkezi gibi yatırımların bölgedeki teknolojiye ve bilgi birikimine olumlu katkı yapamayacağı; hatta coğrafi olarak farklılaşan işbölümü nedeniyle merkezdeki sermayenin bu bölgeleri ucuz ve düşük nitelikli emek depolarına dönüştüreceği ileri sürülmektedir. Bu bağlamda ana araştırma sorumuz, çağrı merkezlerinin nasıl bir emek piyasası yarattığıdır. Bu kapsamda ele alınan ikinci bir araştırma sorusu, bu emek piyasasının

bireylere öğrenme, kendini geliştirme olanakları sunup sunmadığıdır. Soruların yanıtları hem firmalar hem de çalışanlar açısından irdelenmiştir.

Bu yazıdaki araştırma sonuçları çağrı merkezi sektöründeki firmaların yöneticileri ile yapılan mülakat ve çalışanlarla gerçekleştirilen anket çalışmasına dayanmaktadır. Kılavuzlu mülakat yöntemiyle İstanbul'daki çağrı merkezi yöneticileriyle yüz yüze geçekleştirilen görüşmeler ortalama 1,5 saat sürmüştür. Mülakat yapılan dönem olan 2007 yılında İstanbul'da toplam 90 adet çağrı merkezi bulunmaktaydı. Bu firmaların yöneticileri telefonla aranmış ancak görüşme yapılmasını sadece 32 firma yöneticisi kabul etmiştir. Bu firmaların 19'u içsel, 13'ü de dış kaynak çağrı merkezidir. Yöneticilerden firmanın kuruluş öyküsünü ve çağrı merkezi işindeki kariyer hikâyelerini anlatmaları istenmiştir. Ayrıca, firmada çalışanların profiline, çalışma biçimine, firmanın yer seçim kararını etkileyen faktörlere ilişkin çeşitli sorular yöneltilmiştir. Araştırmanın ikinci aşamasında ise çağrı merkezi sektörünün az gelişmiş bölgeler için uygun bir yatırım olup olmadığı ve yerel emek piyasasının gelişimine etkisini belirlemek adına çalışanlara uygulanan anket sonuçları değerlendirilmiştir. Bankacılık sektöründe faaliyet gösteren Firma B çağrı merkezi hizmetini içsel olarak yürütmektedir. Firma D ise farklı sektörlere hizmet verebilen bir dış kaynak çağrı merkezidir. Bu iki çağrı merkezi firmasının, İstanbul ve diğer kentlerdeki şubelerinde (Erzurum, Diyarbakır, Ankara ve İzmir) çalışan müşteri temsilcilerine anketler uygulanmıştır. Alan çalışması Aralık 2008'de başlamış, Mart 2009'da tamamlanmıştır. %95'lik güven düzeyinde, 3,69 güven aralığıyla rastlantılı örnekleme yapılmıştır. Örneklem oranı %12, büyüklüğü 620'dir. İstatistiksel analiz için SPSS 15 programı kullanılarak Bonferroni analizi ile sonuçlar test edilmiştir. Çağrı merkezi işine bakış açılarını ölçmeye yönelik olarak çalışanlara beşli Likert ölçeği kullanılarak (kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum) 20 soru sorulmuştur. Bonferroni analiziyle çalışanların kendi çalışma koşullarını algılamalarında kentlere göre anlamlı bir farklılaşma olup olmadığı analiz edilmiştir. Ayrıca çalışanların eğitim durumunun, adı geçen değişkenleri anlamlı düzeyde etkileyip etkilemediği de ölçülmüştür.

Literatür tartışması

Çağrı merkezleri, firmanın tüm taraflarla (müşteriler, tedarikçiler, bayiler vs.) çeşitli temas biçimlerini (telefon, web, faks, e-mail vs.) kullanarak satış, teknik yardım, piyasa araştırması, veri analizi, müşteri bilgi yönetimi veya müşteri şikâyet yönetimi gibi hizmetler için etkileşim içinde olmasını sağlayan "iletişim merkezleri" olarak tanımlanmaktadır (Benner, 2006). Müşteri odaklı hizmet verme anlayışının artması ile de pek çok firma, çağrı merkezi kurmak üzere yatırım yapmaktadır. Çünkü güçlü müşteri kanalları olarak anılan bu merkezler, müşteriyle ilişkilerin kalitesini artırmakta ve hizmet sunumunun zorun-

lu bir bileşeni olarak kabul edilmektedir (Banks ve Roodt, 2011). Buradaki temel amaç, firmanın çeşitli coğrafyalardaki müşterilerine tek merkezden hizmetin en ucuz ve hızlı şekilde sunulmasıdır. Artık birçok firma farklı yerlerde şube açmak yerine, çağrı merkezi üzerinden müşterilerine ulaşmayı tercih etmektedir. Bunu da ya kendi bünyesinde kurduğu bir birimle yani içsel (*inhouse*) çağrı merkeziyle ya da bağımsız bir firmadan, diğer bir ifade ile dış kaynak (*outsource*) çağrı merkezi firmasından tedarik ederek gerçekleştirebilmektedir (Gordi, 2006; Grip vd., 2006; Zapf vd., 2003).

Telefon üzerinden etkileşimi gerçekleştirme, ilk olarak operatör hizmetleri ile başlamış, daha sonra özellikle havayolu firmalarında rezervasyon hattıyla gelişmiştir. Günümüzde ise başta finans olmak üzere bütün sektörlerde bulunan bir hizmet türü olmuştur (Mcphail, 2004). Amerika'da Telephone&Telegraph şirketi, merkezileştirilmiş çağrı merkezini ilk olarak uygulayıp, ücretsiz telefon desteği vererek bunun gerekli olduğunu diğer şirketlere de göstermiştir (Keser, 2006; Norman, 2005).

Çağrı merkezleri, birçok yazar tarafından kontrol ve denetim mekanizması içinde monoton görevlere ve stresli çalışma düzeninden kaynaklı düşük tatmin düzeyine sahip olan işyerleri olarak tanımlanmaktadır (Knights ve McCabe, 1998; Taylor ve Bain, 1999; Wallace, Eagleson ve Walderse, 2000, akt. Strandberg, 2007). Öyle ki, imalat sektörüyle çağrı merkezlerindeki çalışma koşullarını karşılaştıran araştırmacılar (Jackson ve Parker, 2001; Mullarkey vd., 1999) çağrı merkezi çalışanlarının, mavi yakalı işçilerden daha az kontrole sahip olduğunu, her iki grupta da depresyon ve endişe düzeyinin yüksek olduğunu ortaya koymuşlardır (Carrim vd., 2006). Bu özellikleriyle çağrı merkezleri Taylorizmin modern bir biçimi olarak gösterilmekte (Pandy ve Rogerson, 2014; Keser, 2006; Zaph vd., 2003; Bain vd., 2002; Fernie ve Metcalfe, 1998), hizmet sektöründeki işlerin adeta 'sanayileştiği' günümüzün modern fabrikaları olarak nitelendirilmektedir (Gordi, 2006; Kohen, 2002). Taylorizmin temelinde ayrıntılı fonksiyonel uzmanlaşma, standart iş düzeni yatmakta olup, beceri gereksinimi minimum düzeyde tutulmaktadır. Bu durum emeğin yeni bilgi ve beceri kazanma düzeyini kısıtlamaktadır (Batt ve Moynihan, 2002). Çağrı merkezlerinde de müşteri ile olan diyaloglar, yazılı metinlere bağlı olarak, diğer bir ifade ile belli standart kalıplar içinde yapılmaktadır. Bu durum, çalışanların robotlardan farksız hale gelmesine neden olmaktadır (Putnam ve Loppie, 2000, akt. Carrim vd., 2006). Diğer taraftan Garson (1988), çağrı merkezlerini; çalışanların sürekli denetlenmesi, monoton görevlerine ve stresli çalışma koşullarına sahip olmalarından dolayı 'az para verip çok çalıştıran işyerleri' olarak tanımlamaktadır (Garson, 1988, akt. Taylor ve Bain, 1999). Benzer şekilde Taylor ve Bain (1999), çağrı merkezlerini Taylorist çalışma biçimine sahip merdivenaltı atölyeler (*sweatshops*) olarak adlandırmışlardır. Sprigg (2004), çağrı merkezi çalışanlarının düşük ücretler aldığını ve kötü çalışma koşullarında çalıştıklarını, işyerinde yöne-

ticileri tarafından sürekli olarak denetlendikleri için de tatmin düzeyinin düşük olduğunu belirtmektedir (Sprigg, 2004, akt. Grip vd., 2006; Strandberg, 2007).

Bir grup yazara göre de çağrı merkezleri, kariyer fırsatı açısından sınırlı olanaklara ve düşük ücretlere sahiptir ve o nedenle ikincil emek piyasası özellikleri taşımaktadır (Dekker, De Grip ve Heijke, 2002, akt. Grip vd., 2006). Buna karşılık Grip vd. (2006), Hollanda için gerçekleştirdikleri araştırma sonuçlarına dayanarak içsel ve dış kaynak çağrı merkezi firmalarındaki istihdam koşullarının birbirinden farklı olduğunu, dolayısıyla çağrı merkezi sektörü için emek piyasası açısından genelleme yapmanın mümkün olmadığını vurgulamaktadır. İçsel çağrı merkezindeki emek piyasasının birincil emek piyasası özelliklerine sahip olduğunu, buna karşılık dış kaynak çarşı merkezinin ikincil emek piyasası özelliği gösterdiğini ifade etmektedirler.

Emek piyasasındaki bu ayrım temelde çalışma koşullarına dayandırılarak literatürde ikili bir yapı içinde tartışılmaktadır. Doeringer ve Piore (1971) emek piyasasındaki bu ayrımı, birincil ve ikincil emek piyasası olarak tanımlamaktadır. Birincil emek piyasası (merkez), iyi çalışma koşullarının yanı sıra kurumsallaşmış iş kurallarının olduğu, büyük ölçekli ve yenilikçiliğe dayalı üretim yapan firmalarda çalışan yetenekli, kariyer hareketliliğine ve iyi ücret koşullarına sahip kişilerden oluşmaktadır. Öte yandan, ikincil piyasa (çeper); kötü çalışma koşullarına, keyfi iş kurallarına sahip küçük ölçekli firmalarda çalıştırılmak üzere emeğin geçici süre, düşük ücretle işe alındığı ve kariyer anlamında ilerleme fırsatının olmadığı bir piyasayı tarif etmektedir (Doeringer ve Piore, 1971, akt. Grip vd., 2006; Uyanık, 1999; Eberts ve Randall, 1998; Waddoups ve Assane, 1993; Catanzarite, 1990; Bulow ve Summers, 1985).

Türkiye'de çağrı merkezlerinin gelişme eğilimi

1980'lerden itibaren küresel ölçekte üretim süreçleri açısından ciddi dönüşümler yaşanmaya başlanmıştır. Firma ölçeğinde yaşanan değişimler beraberinde küresel işbölümünün ortaya çıkmasını getirmiştir. Bu gelişmelerle birlikte değişen dengeleri anlama çabalarını, Wallerstein'ın dünya sistemi kuramı, Samir Amin'in çalışmaları ve Gary Gereffi'nin Küresel Meta Zincirleri gibi yaklaşımlarında görmek mümkündür. Örneğin Gereffi (1994) yatırımcıların, üreticilerin ve tüccarların faaliyetlerini artık daha çok kâr elde edecekleri ülkelerde gerçekleştirme eğiliminde olduğunu belirtmektedir. Bu durum paranın, sermayenin, teknolojinin, bilgi birikiminin, mal ve hizmetlerin küresel dolaşıma çıkması sonucunu doğurmuştur. Eski hammadde ve yarı mamul mal üreticisi çevre ülkeler, dünya üretiminde yüksek teknoloji ürünü malların da üretimini gerçekleştirerek daha etkin bir rol üstlenmektedir. Bu çerçevede temel merkez-çevre ikiliği yeni boyutlar kazanmakla birlikte çevre ülkelerin merkez ülkelere olan bağımlılığı daha da güçlenerek sürmektedir (Gereffi, 1994, akt. Dikmen, 2000). Bunun

yansımasını emek yoğun bir sektör olan çağrı merkezinde de görmek mümkündür. Son zamanlarda Kuzey Amerika, Latin Amerika ve Avrupa çağrı merkezleri için öne çıkan yerler olmaya devam etmekle beraber, gelişmiş ülkelerde artan maliyetlerin (emek ve arazi) etkisiyle bu sektör için Hindistan, Çin ve Filipinler kilit ülkeler olarak dikkati çekmektedir. Özellikle Hindistan dünyada çağrı merkezi sektörünün en hızlı büyüme gösterdiği pazarlardan biridir. 1990'ların sonunda, Hindistan'ın ilk sesli yanıt operasyonu General Electric tarafından kurulmuştur (Taylor ve Bain, 2005). Hindistan 2000'li yılların başında, çağrı merkezi sektöründe faaliyet gösteren firmalar için maliyet avantajı ve İngilizce konuşabilen emeğin varlığı ile dünyadaki en önemli merkez olmuştur. Ancak son beş yıldır firmalar, Hindistan'daki maliyetlerin arttığından şikâyet etmekte ve yatırımlarını maliyetlerin daha düşük olduğu diğer Asya ülkelerine kaydırmaktadır. Bu durum çevre ülkelerin, merkezdeki ülkelere olan bağımlılığını net bir şekilde göstermektedir. Öyle ki Filipinler, merkez ülkelerdeki firmalar için Hindistan'ın yerini alan, yeni bir odak olarak dikkati çekmeye başlamıştır. Filipinler'de 2011 yılında çağrı merkezi sektöründe 350.000 kişi çalışmakta iken Hindistan'da aynı dönemde çalışan sayısı 300.000'dir (Contact Babel, 2015).[1]

Global ölçekteki merkez-çevre ilişkisi Türkiye içinde de görülmektedir. İlk çağrı merkezleri, hizmet sektöründeki firmaların içindeki birer birim olarak kurulmuş ve özellikle İstanbul'da merkezde kümelenme eğilimi göstermişlerdir. Daha sonraki süreçte bu firmalar, çağrı merkezini firma dışına çıkartma eğilimi içine girmiştir. Böylece bu konuda uzman dış kaynak firmaları ortaya çıkmıştır. Daha büyük ölçekli olan bu dış kaynak işletmeleri, ağırlıklı olarak İstanbul'un çeperlerinde yer seçmiştir. 2005 yılından itibaren de hem içsel hem de dış kaynak çağrı merkezi firmaları büyümek için yeni yatırımlarını Türkiye'de özellikle az gelişmiş bölgelere doğru kaydırmıştır. Günümüzde ise İstanbul, çağrı merkezinin doğduğu yer olarak kalmaya devam ederken, sektörün büyümesi diğer kentlerde gerçekleşmektedir.

Sektöre ait sayısal verilere 2007 yılından itibaren ulaşmak mümkün olduğu için, çağrı merkezlerinin Türkiye'deki gelişimi bu dönemden sonra somut bir şekilde izlenebilmektedir. Ülkede 2007 yılında 850 olan çağrı merkezi firma sayısı, 2014 yılına gelindiğinde 1.175'e ulaşarak 7 yılda yaklaşık 1,3 kat artış göstermiştir. Yine aynı dönem için çalışan sayısı incelendiğinde orada da ciddi bir artışın olduğunu görmek mümkündür. 2007 yılında 28.600 kişi olan çalışan sayısı, 2014 yılında 2,7 kat artarak 80.000 kişi olmuştur. Sektörde faaliyet gösteren firmaların 2014 yılı verilerine göre %94'ü içsel, %6'sı dış kaynak çağrı merkezleridir. İstihdam açısından firma büyüklüğü incelendiğinde, içsel çağrı merkezlerinin küçük ölçekli (ortalama çalışan sayısı 29), dış kaynak firmalarının ise

1 http://info.siteselectiongroup.com/blog/how-big-is-the-us-call-center-industry-compared-to-india-and-philippines; http://www.bbc.com/news/magazine-15060641, [Erişim tarihi: 28 Haziran 2015]

büyük ölçekli (ortalama çalışan sayısı 715) olduğunu söylemek mümkündür. 2007 yılında Türkiye'de çağrı merkezi sektöründe çalışanların %28'i dış kaynak çağrı merkezi firmalarında, %78'i de içsel çağrı merkezlerinde çalışırken bu dağılım 2014 yılında sırasıyla %60 ve %40 olmuştur. Diğer bir ifade ile dış kaynak çağrı merkezleri son 7 yılda istihdamdaki payını yaklaşık iki kat artırmıştır (İMİ, 2008; İMİ, 2014).

Araştırma sonuçları

İşgücü piyasası açısından çağrı merkezlerinin etkileri

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen mülakatlarda, hizmet sunumunun organizasyonunun nasıl yapıldığı her yöneticiye sorulmuştur. Birden çok ve farklı sektörlerden firmalara hizmet veren dış kaynak çağrı merkezlerinin, her müşteri için uygun özelliklere sahip 'proje kümeleri' oluşturduğu öğrenilmiştir. Firma içindeki müşteri temsilcilerinin cinsiyeti, eğitim düzeyi, yaş ortalaması, ortalama çalışma süresi gibi özellikler çağrı merkezinin hizmet sunduğu sektöre göre değişkenlik göstermektedir. Müşteri bilgilerini güncelleme, ürün ile ilgili müşteri memnuniyet anketlerinin yapılması gibi basit işler, uzmanlık gerektirmeyen proje kümeleri ile yürütülmektedir. Dönemsel, sözleşmeli istihdam edilen küme elemanlarının kariyer fırsatı kısıtlı ve ücret düzeyi düşüktür. Öte yandan, aynı çağrı merkezi teknik bilgi gerektiren hizmetler için vasıflı elemanlarla proje kümesi oluşturmaktadır. Dolayısıyla, işin içeriği ve karmaşıklık düzeyine göre çalışanların profilleri değişmektedir. Müşterilere verilen hizmetin düzeyi artıkça çalışan insanın profesyonelliği de artmaktadır.

İçsel çağrı merkezlerinde ise kariyer fırsatı sunulmakta, çalışanlar firmaya özgü bilgilerle donatılmaktadır. Ayrıca çalışanların, firmanın faaliyet gösterdiği sektörle ilgili konularda eğitim almış olması tercih edilir bir özelliktir. Örneğin, bankalar çağrı merkezi işini içsel olarak yürütmeyi tercih etmektedir. Daha iyi hizmet sunabilmek için burada çalışacak kişilerin bankacılık işlemleri ile ilgili olan bölümlerden mezun olmaları beklenmektedir. Dış kaynak firmasından bir yönetici bu durumu şöyle açıklıyor:

> Dış kaynak çağrı merkezinde müşteri temsilcilerinin yaş ortalaması çok değişkenlik göstermektedir. Bazı projelerde iş tecrübesi olmayan 20'li yaşlardaki müşteri temsilcileri ağırlıkta iken, bazı projelerde daha tecrübeli dolayısıyla daha yaşlı müşteri temsilcileri bulunmaktadır. İşin tanımına göre çalışanların yaş ortalaması değişiyor. Örneğin, teknik desteğe ilişkin çok detaylı bilgi verilen operasyonlarda deneyim sahibi olmalarını istiyoruz, dolayısıyla müşteri temsilcilerinin profili diğer projelerde çalışanlardan farklılaşıyor. Deneyim sahibi olan ve daha nitelikli müşteri temsilcilerinin de çalışma şartlarına ilişkin beklentileri, ücretleri de farklılaşıyor. Bu tür müşteri temsilcilerinin yaşı 25'den başlıyor ve yukarı doğru tırmanıyor. Düşük profillerde ise yaş

ortalaması ve maaşlar daha düşük. Teknik içerikli destek verilmesi gereken konularda erkeklerin oranı daha fazla.

Her sektörde çağrı merkezi kurulması gerekir. Özel uzmanlık gerektiren konularda çağrı merkezleri kurulabilir. Örneğin, hem satış yeteneği olan hem de bankacılık yüksekokul mezunlarını alıp onları bankanın çağrı merkezinde istihdam ettirebilirsiniz. Elektrik teknisyeni birine, ancak teknik destek hizmeti verdirebilirsiniz. Destek verme düzeyi artıkça çalışan insanın profesyonelliği de artmaktadır. Çağrı merkezinde, gelen vaka sayısı ve türü artıyor. Dolayısıyla telefonda daha iyi hizmet sunmak için konunun detayını bilmek gerekiyor. Bilgiyi test etme ve tazeleme fırsatı var. Dış kaynak çağrı merkezlerinde, müşteri temsilcileri aktör gibi davranıyor. Her role giriyorlar. Doktor, bankacı, sigortacı, avukat oluyorlar. O işi iyi yapabilmek için 10 gün ile 1 ay süren eğitimler alıyorlar. Farklı sektörlerde çalışıp farklı deneyimlere sahip oluyorlar. Bunun bir okulu yok, sektörde bu işi yapmış, kariyerini çağrı merkezinde devam ettirmek isteyenleri ancak burada tutabilirsiniz. Zorlukları var. Ücret düzeyinin düşük ve personel devri en yüksek olan sektörlerden biri. (Yönetici, Dış kaynak firması, 2007)

Yine bir dış kaynak firmasından operasyon yöneticisi de teknik bilgi gerektiren hizmetler için kimlerin tercih edildiğini şöyle aktarıyor:

> Bilgi teknolojisi projelerinde üniversite mezunu olanların oranı yüksek, daha çok bu tür projelerde bilgisayar programcılığı, bilgisayar öğretmenliği, bilgisayar mühendisliği bölümlerinden mezun olanlar veya Microsoft sertifika sahibi olanlar tercih ediliyor. (Operasyon yöneticisi, Dış kaynak firması, 2007)

Çağrı merkezlerindeki toplam istihdamın %65'ini kadınlar oluşturmaktadır. Ağırlıklı olarak gençlerin istihdam edildiği sektörde 18-24 yaş arasındaki çalışanların payı %45'tir. Diğer taraftan çalışanların yaklaşık %35'i lise mezunu, %11'i üniversite öğrencisi, %54'ü de yüksekokul veya üniversite mezunudur (İMİ, 2014). Görüldüğü gibi uzmanlaşmaya yönelik eğitim almamış olanların istihdam içindeki payı hiç de azımsanmayacak düzeydedir.

Mülakat yapılan 32 adet çağrı merkezi firmasının 29'unda yarı zamanlı personel çalıştırılmaktadır. Çağrı merkezleri 7/24 hizmet sundukları için bu iş yerlerinde sürekli olarak gelen çağrılara cevap verecek kişiler bulunmak zorundadır. Gece veya çağrıların yoğun geldiği zamanlardaki vardiyalar için daha çok üniversite öğrencileri tercih edilmektedir. Maliyeti artırmadan sürekliliği sağlamak öğrencileri yarı zamanlı olarak çalıştırarak mümkün olabilmektedir.

Firma yöneticilerine müşteri temsilcilerinin firmadaki ortalama çalışma süreleri sorulduğunda alınan cevaplar doğrultusunda ortaya çıkan sonuçlar şu şekildedir: 21 firmada (%72) çalışanların ortalama çalışma süresi 13-24 ay arasında, 5 firmada 25-48 ay, 2 firmada 1-12 ay arasındadır. Görüldüğü gibi çağrı merkezi işindeki en uzun çalışma süresi 4 yıldır. Ancak ağırlıklı olarak 1 ile 2 yıl arasında çalıştıktan sonra kişiler kendilerine farklı bir kariyer yolu çizmektedir. Çağrı merkezlerindeki görevler, tıpkı imalat sanayisindeki bant üre-

timi gibi küçük parçalara ayrılmış durumdadır. Diğer taraftan çalışanlar, standart diyalogların dışına çıkamamakta ve belirlenen kurallar ışığında işleri yürütmektedirler. Bu durum çalışanlar için iş sürecini monoton hale getirmekte onları bir nevi robotlaştırmaktadır. Sonuçta işin monotonluğunun yanı sıra kariyer olanaklarının kısıtlı olmasının etkisiyle bu sektördeki çalışma süresi kısadır. Örneğin, çağrı merkezi çalışanlarla yapılan anket sonuçlarına göre çalışanların %72'si çağrı merkezi işini monoton bulmakta ve %53'ü başka bir iş olanağı olsaydı çağrı merkezi işinde çalışmayacaklarını belirtmiştir. Anket çalışmasına katılanların yaklaşık yarısı da uzun süre bu sektörde çalışmak istemediğini ifade etmiştir.

Çalışanların kendi çalışma koşullarını algılamalarında kentler arasındaki farklılıklar Bonferroni analizi ile test edildiğinde, Diyarbakır ile İstanbul ve İzmir arasında "*Kendi mesleğimle ilgili bir işte çalışmak istiyorum*" görüşünde anlamlı fark olduğu görülmüştür (İstanbul 2,64, Diyarbakır 3,12, sig: 0,009; İzmir 2,36, Diyarbakır 3,12, sig: 0,000). Diyarbakır bu görüş açısından diğer kentlerden farklılaşmaktadır. Bu sonucu Diyarbakır'da çalışanların kendi mesleğini yapmamalarından dolayı isteksiz olduğu şeklinde yorumlayabiliriz. İstanbul ile Erzurum arasında da "*Başka bir iş olanağı olsaydı çağrı merkezi işinde çalışmazdım*" görüşünde de farklılık vardır (İstanbul 2,61, Erzurum 2,31, sig: 0,038). Burada da İstanbul'daki çalışanların başka bir iş bulamadıkları için çağrı merkezi işinde çalıştığı yorumu yapılabilir. Ankara ile İstanbul, Erzurum ve İzmir arasında "*Çağrı merkezi işinde uzun süre çalışmak beni mutsuz eder*" görüşlerinde anlamlı fark görülür (Erzurum 2,47, Ankara 3,22, sig: 0,016; Ankara 3,22, İzmir 2,27, sig: 0,001) (İstanbul 2,82, Erzurum 2,47, sig: 0,029; İstanbul 2,82, İzmir 2,27, sig: 0,000). Bu sonucu Ankara'daki çalışanların çağrı merkezini kısa süreli bir iş olarak gördükleri şeklinde yorumlayabiliriz (Tablo 1). Burada dikkati çeken durum, Ankara ve İstanbul gibi gelişmiş kentlerdeki memnuniyetsizliğin yanı sıra Diyarbakır'daki çalışanların da mesleklerini yapamadıkları için memnuniyetsiz olduğudur. Diğer bir ifadeyle, çağrı merkezleri ikincil emek piyasası özelliği gösterdiği sürece, az gelişmiş kentlerdeki firmalarda çalışanlar da bu işe uzun süreli değerlendirmemektedir.

Çalışanların eğitim durumunun çağrı merkezi işine bakış açısını değerlendirmek üzere, belirlenen değişkenleri etkileyip etkilemediği ve farklılığın hangi gruptan kaynaklı olduğu analiz edildiğinde; "*Kendi mesleğimle ilgili bir işte çalışmak istiyorum*" görüşünde üniversite ve üzeri mezunlar ile lise ve altı, yüksekokul mezunları arasında anlamlı fark bulunduğu görülmektedir (lise ve altı 2,57, üniversite ve üzeri 2,88, sig: 0,006; yüksekokul 2,54, üniversite ve üzeri 2,88, sig: 0,007). Lise ve altı mezunları ile yüksekokul, üniversite ve üzeri mezunları arasında "*Başka bir iş olanağı olsaydı çağrı merkezi işinde çalışmazdım*" (lise ve altı 2,33, üniversite ve üzeri 2,66, sig: 0,003; lise ve altı 2,33, yüksekokul 2,58, sig: 0,042) ve "*Çağrı merkezi işinde uzun süre çalışmak beni mutsuz eder*"

(lise ve altı 2,42, üniversite ve üzeri 2,93, sig: 0,000; lise ve altı 2,42, yüksekokul 2,70, sig: 0,037) görüşlerinde farklılık vardır (Tablo 2). Bu sonuçlar, özellikle üniversite mezunlarının çağrı merkezini geçici bir iş olarak gördüklerini ve kendi mesleklerini yapmak yönünde kariyer planladıklarını düşündürmektedir (Seçkin, 2015).

TABLO 1
Çağrı Merkezi İşine Bakış Açısı Açısından Kentler Arasındaki Farklılıklar
(Bonferroni analiz sonuçlarına göre yazarlar tarafından üretilmiştir)

		Erzurum	*İzmir*	*Diyarbakır*	*Ankara*	*İstanbul*
Kendi mesleğimle ilgili farklı bir işte çalışmak istiyorum	Erzurum					
	İzmir			■		
	Diyarbakır					
	Ankara					
	İstanbul			■		
Başka bir iş olanağı olsaydı çağrı merkezi işinde çalışmazdım	Erzurum					■
	İzmir					
	Diyarbakır					
	Ankara					
	İstanbul					
Çağrı merkezi işinde uzun süre çalışmak beni mutsuz eder	Erzurum				■	■
	İzmir				■	■
	Diyarbakır					
	Ankara					
	İstanbul					

TABLO 2
Çağrı Merkezi İşine Bakış Açısı Açısından Eğitim Düzeyleri Arasındaki Farklılıklar
(Bonferroni analiz sonuçlarına göre yazarlar tarafından üretilmiştir)

		Lise ve altı	*Yüksekokul*	*Üniversite ve üzeri*
Kendi mesleğimle ilgili farklı bir işte çalışmak istiyorum	Lise ve altı			■
	Yüksekokul			■
	Üniversite ve üzeri			
Başka bir iş olanağı olsaydı çağrı merkezi işinde çalışmazdım	Lise ve altı			
	Yüksekokul	■		
	Üniversite ve üzeri	■		
Çağrı merkezi işinde uzun süre çalışmak beni mutsuz eder	Lise ve altı			
	Yüksekokul	■		
	Üniversite ve üzeri	■		

Çağrı merkezlerinin yerel ekonomik gelişme üzerindeki etkisi

Çağrı merkezlerinin yerel ekonomik gelişme üzerindeki etkisini inceleyen çalışmaların öncelikle vurguladıkları konu, işlerin yapıldığı sanal ortamın yanında bu işlerin gerçekleşmesi için somut bir mekâna ihtiyaç duyulduğu, çağrı merkezlerinin incelenmesinin internet çağının ekonomik coğrafyasını anlamada katkı sağladığıdır (Benner, 2006; Bristow vd., 2002; Taylor ve Bain, 2005; Learner ve Storper, 2001; Richardson ve Belt, 2001; Richardson vd., 2000; Richardson ve Marshall, 1999).

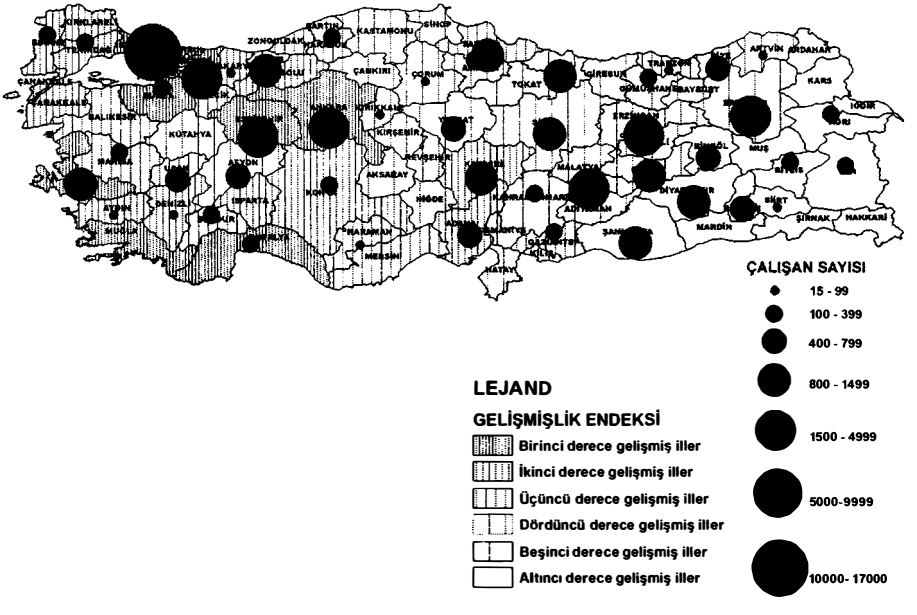
Çağrı merkezlerinin yer seçim kararında etkili olan faktörlerin başında güçlü ve kesintisiz telekomünikasyon altyapısı gelmektedir. Diğer taraftan maliyetlerini düşürmek isteyen firmalar ücretlerin ve arazi değerlerinin düşük olduğu yerleri tercih etmektedir. Bu eğilim, çağrı merkezlerinin merkez yerine çeperde yer seçmesinde etkilidir. Böylelikle, az rağbet edilen (çeperdeki bölgeler, kırsal alanlar, işsizlik problemi yaşayan bölgeler) bölgeler çağrı merkezi firmalar için cazip hale gelmektedir. Emek yoğun sektör olan çağrı merkezleri için bir diğer önemli faktör, emek piyasasının büyük olmasıdır. Kolay personel bulabileceği yerler firmalar için öncelikli olarak tercih edilmektedir (Richardson ve Marshall, 1999; Richardson vd. 2000; Breathnach, 2000; Bristow vd., 2000; Richardson ve Belt, 2001; Benner, 2006; Beekman vd., 2004). Ayrıca, yeni çağrı merkezi şubesi için yatırım kararlarında mekânsal göstergeler kadar yerel özellikler (alışkanlıklar, şive, kültür) ve yerel yöneticilerle kurulan ilişkiler de önemlidir. Çağrı merkezlerinde standart ve kaliteli hizmet sunumu önemli olduğu için farklı yerlerdeki çalışanların profillerinin benzerlik göstermesi gerekmektedir. Bu noktada şive/aksan açısından farklı coğrafyalardaki çalışanlar arasında fark olmaması istenmektedir. Örneğin Amerika'daki bir firmanın, çağrı merkezi hizmetini Hindistan'dan alması durumunda, Hindistan'daki çalışanların Amerikan aksanına sahip olması firma için kritik bir konudur.

Türkiye'deki çağrı merkezi firmalarının %42'si İstanbul'da yoğunlaşmaktadır. İstanbul'u, diğer büyük şehirler olan Ankara (%8) ve İzmir (%3) takip etmektedir. Her ne kadar çağrı merkezi sektöründeki ağırlığı İstanbul tek başına üstleniyor gibi görünse de özellikle 2007'li yıllardan itibaren çağrı merkezi sektörü İstanbul dışındaki yerlerde büyüme eğilimi içindedir. 2007 yılında İstanbul dışında 10 farklı şehirde çağrı merkezi firması bulunurken (Seçkin, 2015), bu sayı 2014 yılı itibariyle 49'a ulaşmıştır. Yeni kurulan çağrı merkezlerinin ağırlıkla İç Anadolu, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu kentlerinde olduğu görülmektedir. İstanbul (87 firma), Ankara (14 firma), İzmir (11 firma) dışında, çağrı merkezi firmalarının yer seçtiği kentlerde ortalama firma sayısının iki olduğu görülmüştür (Şekil 1).[2] Diğer bir ifadeyle çağrı merkezi sektöründe faaliyet

2 http://www.callcenterlife.com.tr/Turkiye_Cagri_Merkezi_Haritasi_2014.pdf [Erişim tarihi:10 Temmuz 2015]

gösteren firmalar yığılma eğilimi göstermemektedir. Firmalar için bir arada bulunmak, mevcut emek piyasasını bölüşmek anlamına geldiği için yeni yatırımlar, hiç çağrı merkezi olmayan kentlere doğru kaymaktadır. Bu eğilim beraberinde az rağbet edilen kentler arasında rekabet ortamının oluşmasına neden olmaktadır. Türkiye'de faaliyet gösteren çağrı merkezi firmalarının yer seçim kararını belirleyen en önemli faktör, güçlü ve kesintisiz telekomünikasyon altyapısının varlığıdır. Diğer taraftan, bölgede siyasi güvenliğin olması, vergi indirimi gibi teşviklerin ve desteklerin yerel yönetim tarafından sunulması ile genç nüfus oranının fazla olması gibi kriterler de firmalar tarafından yer seçim kararında göz önüne alınmaktadır. Bu koşulları sağlayan kentler, çağrı merkezi yatırımlarını çekmektedir (Seçkin, 2015).

ŞEKİL 1
Türkiye'deki Çağrı Merkezi Firmalarının Çalışan Sayısına Göre Dağılımı



http://www.callcenterlife.com.tr/Turkiye_Cagri_Merkezi_Haritasi_2014.pdf ve İllerin ve bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması (2011) verileri kullanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Çağrı merkezlerinin az rağbet edilen bölgelerin gelişmesinde etkili olup olmadığına ilişkin olarak literatürde ikili bir yaklaşım bulunmaktadır. Bir tarafta, bu işlerin kısıtları olduğunu ve bundan dolayı bölge için tek çare olarak görülemeyeceğini belirten görüşler yer almaktadır. Bu görüşü destekleyenler, çağrı merkezlerinin bu tür bölgelerin durgunlaşmış yerel ekonomilerine önemli istihdam fırsatı sunduğunu (Arai, 2003), ancak basit ve rutin işlerin yapılmasından dolayı yerel ekonominin canlanmasında etkili olmadıklarını savunmaktadırlar

(Richardson vd., 2000). Çağrı merkezinde kariyer fırsatının sınırlı, çalışanların sahip olduğu becerilerin genel ve yapılan işlerin standart olmasından dolayı; az rağbet edilen bölgelerin, gelişmiş piyasalara hizmet sunmanın ötesine gidememe tehlikesi ile karşılaşabileceği ifade edilmektedir. Hatta bu sektördeki istihdama aşırı güvenin tehlikeli olacağına vurgu yapılmaktadır. Sektörün sürekliliğine ilişkin şüpheci olunmasının temelinde maliyetlere karşı aşırı hassas olunması yatmaktadır. İşgücü maliyeti arttığı an kolaylıkla daha düşük ücretlere sahip başka bir coğrafyada yatırım yapılabilmektedir. Ayrıca internet ve diğer teknolojik gelişmelerin, telefonla yapılan konuşmaların yerini alacağı ve çağrı merkezinde çalışan istihdam sayısının azalma tehlikesi yaşayacağı da belirtilmektedir (Richardson ve Belt, 2001; Richardson vd., 2000).

Çağrı merkezlerinin katkıları ise literatürde şu şekilde belirtilmektedir: Çağrı merkezlerinin ilk ve en önemli katkısı olarak, emek yoğun iş türü olmasından dolayı bulunduğu bölge için kısa zamanda çok fazla sayıda kişiye istihdam olanağı yarattığı ifade edilmektedir. Özellikle kadınlar ve gençler için iş fırsatları yaratılmaktadır. İkinci katkı, çağrı merkezlerinin sermaye ve teknoloji yoğun bir sektör olmasından dolayı yeni sermaye ve teknolojik yatırımları bulunduğu bölgeye çekecek olmasıdır. Ayrıca, bölgedeki telekomünikasyon altyapısının güçlenmesinde de olumlu etkileri vardır. Üçüncü katkı olarak, çağrı merkezi sektöründeki istihdamın sürekli olarak becerilerini güncellemesi ile emek piyasasının kapasitesini artıracağı yönündedir. Bu bağlamda çalışanların bilgisayar kullanma, müşteri hizmetleri, iletişim ve takım çalışması becerilerini güçlendirmesi gerekir. Çağrı merkezlerinin sağladığı dördüncü katkı da faaliyette olduğu bölgede yeni çalışma kültürü sunmasıdır (Richardson ve Gillespie, 2003; Richardson ve Belt, 2001; Belt vd., 2000).

Türkiye bağlamında değerlendirme yaptığımızda, çağrı merkezlerinin daha çok genel becerilere sahip, rutin görevleri yerine getirenlerden oluşmasından dolayı bu firmaların az gelişmiş bölgelere taşınması durumunda, ancak genel eğitim almış kişiler için iş fırsatı yaratacağı söylenebilir. Dolayısıyla da bölgedeki emeğin kapasitesini artırması, diğer bir ifade ile yeni bilgilerin öğrenilmesi beklenemez. Diğer taraftan İstanbul, Ankara ve İzmir dışındaki diğer kentlerde ortalama çalışan sayısı 300 kişidir.[3] Dolayısıyla çağrı merkezlerinin işsizlik sorununu çözmedeki etkisine de şüphe ile yaklaşmak gerekir.

Değerlendirme: Çağrı merkezlerinde gözlemlenen özelliklerin sunduğu ipuçları

Smith'e (2008) göre emeğin ayrımı, firma içinde olduğunda mekânsal eşitsizliklere yol açar. Çağrı merkezlerinde de firma içinde işler ön ve arka ofis ola-

3 http://www.callcenterlife.com.tr/Turkiye_Cagri_Merkezi_Haritasi_2014.pdf [Erişim tarihi:10 Temmuz 2015]

rak ayrıştırılır. Arka ofis işleri, bilgi ve iletişim teknolojisindeki gelişmelerin etkisi ile maliyetin düşük olduğu yerlere taşınmıştır. Ön ofis işleri merkezde kalmaya devam etmiştir. Bu niteliksel ayrım, beraberinde emeğin mekânsal ayrımını da getirmiştir.

Smith (2008), ekonomide yeni ortaya çıkan sektörlerin büyüyeceğini ve coğrafi olarak da yayılacağını belirtmektedir. Bu bakış açısı ile değerlendirildiğinde Türkiye için genç bir sektör olan çağrı merkezlerinin de benzer bir eğilim içerisinde olacağını söyleyebiliriz. Ancak araştırma sonuçlarına göre, çağrı merkezleri dünyanın neresine giderse gitsin bu sektörde çalışanlar aynı koşullarda çalışmaktadır. Bu durumda mekânsal farklılaşma ortadan kalkmış gibi gözükmektedir ama bir başka açıdan –İkili Emek Piyasası kuramı açısından– bakıldığında emek piyasasının bu alt segmentinin kendi içinde, global ölçekte standartlaştığı, homojenleştiği söylenebilir. Coğrafi farklılaşma, ikili piyasanın merkezdeki üst ve çeperdeki alt segmentleri arasındadır. Çağrı merkezi firmasının yer seçimi kararında emek ve diğer maliyetlerin düşük olması belirleyicidir. Bulunduğu bölgede bu maliyetlerin yükselmesi durumunda, firma kolaylıkla yer değiştirme esnekliğine sahiptir. Aynı koşulları bulduğu ve maliyetlerin daha düşük olduğu yeni bir yere yatırımını kolaylıkla taşıyabilmektedir. Bu durum, firmanın da bölgede sürekliliğinin şüpheli olduğunu, dolayısıyla yarattığı istihdamın da her an son bulma riski taşıdığına işaret etmektedir.

Çağrı merkezlerinde sunulan hizmet türüne göre iki model bulunmaktadır: (1) Kitlesel tüketim modeli olarak tarif edilen modelde, belli bir konuda uzmanlığa gerek duyulmadan yapılan standart ve rutin işler yer almaktadır. (2) Profesyonel hizmet modeli ise belli bir konuda uzmanlık ve deneyim istemektedir. Birinci modelde çalışanlar 'müşteri temsilcisi', ikinci modelde ise 'danışman' olarak adlandırılmaktadır Danışman olması, çalışanların iş süreçlerine dâhil edilmesi anlamına gelmektedir. Bu yapılanma standart, rutin hizmetlerden kişiye özel hizmetlere doğru kaymayı da beraberinde getirmektedir (Batt ve Moynihan, 2002). Türkiye'de çağrı merkezi sektörü henüz birinci model özellikleri taşımaktadır.

Dünyada ikinci modelin özelliklerini gösteren çağrı merkezi örneklerini şu şekilde görüyoruz: Dünyada hastaneye olan yoğunluğun azaltılması amacıyla tele-tıp olarak adlandırılan bir sistem geliştirildi. İlk teşhis, evde bakım, hastaları yönlendirme hizmetleri uzman kişilerden oluşan danışmanlar tarafından görüntülü telefonlar aracılığı ile sunulmaktadır. Bu tür işlerde çalışanların sağlık sektöründe uzman ve deneyimli olmaları gerekmektedir. Türkiye'de de sağlık sektöründe çağrı merkezi üzerinden hizmet sunulmaya başlanmıştır. Sağlık hizmetlerinin tek merkezden sunulması, Türkiye'nin doğusunda olumsuz coğrafi koşullar yüzünden sağlık hizmeti alamayan kesimler için de bir fırsat olarak değerlendirilebilir.

Sonuç olarak, çağrı merkezi sektöründe faaliyet gösteren firmaların içyapısı-

na ilişkin özelliklere bağlı olarak (işin içeriği, çalışma koşulları, işgücünün profili), yerel emek piyasası ve ekonomik gelişme üzerindeki etkisi şekillenecektir. Çağrı merkezleri yukarıda tarif edilen birinci modeldeki gibi devam ettiği sürece etkilerinin olumlu ve geliştirici olmasından söz etmek mümkün olmayacaktır. Çağrı merkezi işinin içeriğinin değişmesi, mekânsal anlamda etkilerinin olumlu olmasında da etkili olacaktır. İnsanı makinenin bir parçası olarak gören çağrı merkezlerinden, insanın sürece dâhil olduğu bir çağrı merkezine doğru bir dönüşüme ihtiyaç vardır. Aksi takdirde, araştırma sonuçlarında da görüldüğü gibi çağrı merkezlerinde çalışmak geçici bir süre, daha çok vasıfsız emek tarafından yapılan bir iş olmaya devam edecektir.

KAYNAKÇA

Arai, Y. ve Sugizaki, K. (2003) "Concentrations of call centers in peripheral areas: Cases in Japan", *Networks and Communication Studies NETCOM*, 17(3-4):187-202.

Aydoğanoğlu, E. (2011) *Emek Sürecinin Dönüşümü*, Kültür Sanat Sen Yayınları No:5, Baskı: Boramat Matbaa Kağıt Rek. San. ve Tic. Ltd. Şti, Ankara.

Bain, P., Watson, A., Mulvey, G., Taylor, P. ve Gall, G. (2002) "Taylorism, targets and pursuit of quantity and quality by call centre management", *New Technology, Work and Employment*, 17(3): 170-185.

Banks, D. ve Roodt, G. (2011) "The efficiency and quality dilemma: What drives South African call centre management performance indicators?" *SA Journal of Human Resource Management*, 9(1):1-17.

Batt, R. ve Moynihan, L. (2002) "The viability of alternative call centre production models", *Human Resource Management Journal*, 12(4):14-34.

Beekman, M., Bruinsma, F. ve Rietveld, P. (2004) "ICT and the location of call centres: Regional and local patterns" [http://www. ftp_zappa.ubvu.vu.nl_20040026, erişim tarihi: 26 Mayıs 2007].

Begg, I. (2005) "The service sector in regional development", *Regional Studies*, 27(8): 817-825.

Benner, C. (2006) "South Africa on-call': Information technology and labour market restructuring in South African Call Centres", *Regional Studies*, 40(9): 1025-1040.

Benner, C. (2002) "Work in the new economy, flexible labor markets in Silikon Valley", *The Information Age Series*, Blackwell Publishing, UK.

Berköz, L. (1998) *İstanbul'daki Üst Kademe Hizmetlerin Yerseçimi Özellikleri*, DPT Destekli Araştırma Projesi, İstanbul.

Bishop, P., Gripaios, P. ve Bristow, G. (2003) "Determinants of call centre location: Some evidence for UK urban areas", *Urban Studies*, 40 (13): 2751-2768.

Breathnach, P. (2002) "Information technology, gender segmentation and the relocation of back office employment, the growth of the teleservices sector in Ireland", *Information, Communication & Society*, 5(3): 320-335.

Bristow, G., Gripaios, P., Keast, S. ve Munday, M. (2002) "Call centre growth and distribution of financial services activity in the UK", *The Service Industries Journal*, 22 (3): 117-134.

Bristow, G., Munday, M. ve Gripaios, P. (2000) "Call centre growth and location: corporate strategy and the spatial division of labour", *Environment and Planning A*, 32: 519-538.

Bulow, J. ve Summers, H. L. (1985) "A theory of dual labor markets with application to industrial policy, discrimination and keynesian unemployment", NBER Working Paper No:W1666. [http://www.nber.org/papers/w1666.pdf, erişim tarihi: 27 Şubat 2007].

Carrim, N., Basson, J. ve Coetzee, M. (2006) "The relationship between job satisfaction and locus of control in South African call centre environment", *South African Journal of Labour Relations*, 30(2): 66-81 [https://www.up.ac.za/dspace/bitstream/2263/3429/1/Carrim_Relationship(2006).pdf, erişim tarihi: 19 Şubat 2009].

Castells, M. (2005) *Çalışmanın ve İstihdamın Dönüşümü: Ağ İşçileri, İşsizler ve Esnek Zamanlı Çalışanlar*, Birinci Cilt, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Catanzarite, L. M. (1990) *Job Characteristics and Occupational Segregation by Gender and Race/Ethnicity*, Ph.D. Dissertation,The Department of Sociology, Stanford University, USA.

Coffey, W.J. ve Bailly, A. (1992) "Producer services and systems of flexible production", *Urban Studies*, 29(6): 857-868.

Contact Babel (2015) US Contact Centers in 2015: The State of the Industry & Technology Penetration, The reality of your market today - and in the future, [http://www.contactbabel.com/reports.cfm, erişim tarihi: 12 Temmuz 2015].

Dicken, P. (1998) *Global Shift, Transforming the World Economy*, 3. baskı, Londra.

Dikmen, A.A. (2000) "Küresel üretim, moda ekonomileri ve yeni dünya hiyerarşisi", *Toplum ve Bilim*, Sayı:86, s:281-302.

Eberts, D. ve Randall, J. (1998) "Producer services, labor market segmentation on peripheral regions: The Case of Saskatchewan", *Growth and Change*, 29:401-422.

Eraydın, A. (1992) *Post-Fordizm ve Değişen Mekânsal Öncelikler*, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi Matbaası, Ankara.

Evision, A., Birkinshaw, J., Barden, R. ve Terjesen, S. (2004) "Back office activities: offshore or not offshore?", *Shifting Strategic Focus: European Business Forum Autumn* 19:38-42.

Fernie, S. ve Metcalf, D. (1998) "(Not) hanging on the telephone: payment systems in the new sweatshops", Published by Centre for Economic Performance Londra School of Economics and Political Science, Londra [http://cep.lse.ac.uk/pubs/download/dp0390.pdf, erişim tarihi: 12 Temmuz 2009].

Feser, J.E. (2003) "What regions do rather than make: a proposed set of knotledge-based occupation clusters", *Urban Studies*, 40(10): 1937-1958.

Gatrell, J. D. (1999) "Re-Thinking economic development in peripheral regions", *The Social Science Journal*, 36(4): 623-639.

George, I. (2006) "Industrial cluster and regional development, the case of Timisoara and Montebelluna", [http://mpra.ub.uni-muenchen.de/5037/MPRA Paper No:5037, erişim tarihi 22 Temmuz 2008].

Gordi, M. R. (2006) *Job satisfaction of call centre representative*, Master Thesis, Faculty of Industrial Psychology, University of the Western Cape [http://etd.uwc.ac.za/usrfiles/modules/etd/docs/etd_init_8719_1175067659.pdf, erişim Tarihi: 11 Kasım 2008].

Grip, A., I., Siepen, D. ve Jaarsveld (2006) "Labour market segmentation revisited: a study of the dutch call centre sector", Research Centre for Education and the Labour Market, Maastricht, [http://roa.unimaas.nl/pdf%20publications/2006/ROA-W-2006_8E.pdf, erişim tarihi: 19 Şubat 2009].

Harrington, J.W. (1997) "Producer services: motivating and conceptualizing geography research" [http://faculty.washington.edu/jwh/aag98.htm, erişim tarihi: 23 Ekim 2007].

Henk, K. L.M. ve Luis, R. (2007) Business services and the changing structure of european economic growth, [http://mpra.ub.uni-muenchen.de3750/MPRA Paper No.3750, posted 07. November 2007 / 03:26, erişim tarihi: 13 Nisan 2008].

Huws, U. (2003) "A New virtual global division of labour? Some lessons from the emergence project", *Technikfolgenabschätzung*, 3(4): 68-71.

İMİ (2014) 2014 Çağrı Merkezi Sektörü Verileri, Çağrı Merkezi Derneği, İMİ Conference, İstanbul, [www.cagrimerkezleridernegi.org/Public/.../HJL4QBCGU2WLWJB.pdf, erişim tarihi: 2 Ağustos 2015]

İMİ (2008) *Türkiye Çağrı Merkezi Kataloğu 2007-2008: Çağrı Merkezleri ve Çağrı Merkezi Sektörü Tedarikçileri*, İMİ Conference, İstanbul.

Keser, A. (2006) "Çağrı merkezi çalışanlarında iş yükü düzeyi ile iş doyumu ilişkisinin araştırılması", *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1): 100-119.

Kohen, A. (2002) [http://www.sistema.com.tr/member/cm/sss.asp, Alp Kohen'le söyleşi, erişim tarihi: 20 Aralık 2007].

Learner, E. ve Storper, M. (2001) *The Economic Geography of the Internet Age*, NBER Working Paper, No:8450 [http://www.anderson.ucla.edu/faculty/edward.leamer/pdf_files/internet_feb_2001.pdf, erişim tarihi: 3 Temmuz 2008].

Massey, D. (1995) *Spatial Division of Labour, Social Structures and the Geography of Production*, Macmillan Press, 2. baskı, Londra.

McPhail, B. (2004) *What is 'on the Line' in Call Centre Studies?: A Review of Key Issues in the Academic Literature*, Faculty of Information Studies, University of Toronto,[http://www3.fis.utoronto.ca/research/iprp/publications/mcphail-cc.pdf, erişim tarihi: 11 Kasım 2008].

Norman, K. (2005) *Call Centre Work –characteristics, physical, and psychosocial exposure, and health related outcomes*, Doctoral Thesis, Gradute School for Human-Machine Interaction Division of Industrial Ergonomics Department of Mechanical Engineering Linköping University [http://www.urn_nbn_se_liu_diva-4705-1__fulltext[1], erişim tarihi: 27 Mart 2008].

Oguz, E. S. (2005) *Avrupa Enformasyon Toplumu, Prof. Dr. Nilüfer Tuncer'e Armağan*, ed. Küçük, E. M., TDK, Ankara, 208-217.

Pandy, W.R. ve Rogerson, C.M. (2014) "South Africa's call centre ındustry: The emerging challenges of a growing destination in the Global South", *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(8): 208-217.

Richardson R. ve Gillespie, A. (2003) "The call of the wild: Call centers and economic development in rural areas", *Growth and Change*, 34(1): 87-108.

Richardson, R. ve Belt, V. (2001) "Saved by the bell? call centres and economic development in less favoured regions", *Economic and Industrial Democracy* 22: 67-98.

Richardson, R., Belt, V., ve Marshall J. N. (2000) "Taking calls to newcastle: The regional ımplications of the growth of call centres", *Regional Studies*, 34(4): 357-369.

Richardson, R ve Marshall J.N. (1999) "Teleservices, call centres and regional development", *The Service Industries Journal*, 19(1): 96-116.

SCER Report 1 (Scottish Centre for Employment Research) (2001) *Understanding the Labour Market, A Guidance Note for Future Skills Scotland,* Department of Human Resource Management, University of Strathclyde, Glasgow, 12-13 [http://www.hrm.strath.ac.uk/scer/documents/2007, erişim tarihi: 30 Mayıs 2007.

Scott, A. (2004) "Küreselleşme ve kent – bölgelerin yükselişi", *Planlama Dergisi*, TMMOB Şehir Plancıları Odası Yayını, 3: 26.

Seçkin, E. (2015) *Çağrı Merkezlerinde Örgütsel Yapılanma ve Mekânsal Yansımaları*, Türkiye Alim Kitapları, İstanbul.

Smith, N. (2008) *Uneven Development: Nature, Capital, and The Production of Space*, 3. baskı, The University of Georgia Press, Atina ve Londra

Strandberg, C. ve Wahlberg, O. (2007) "All Call centres are not "Electronic Swetshops"! On leadership and psyhosocial work conditions in Swedish in-house call centres", *The Journal of E-working*, 1: 116-136.

Taylor, P. ve Bain, P. (2005) "India calling to the far away Town's: The call centre labour process and globalization", Work, *Employment and Society*, 19(2): 261-282.

SEGE (2011) İllerin ve bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması (SEGE-2011), T.C. Kalkınma Bakanlığı, Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, Ankara, 2013 [http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Yaynlar/Attachments/548/SEGE-2011.pdf, erişim tarihi:2 Temmuz 2015]

Uyanık, Y. (1999) "Dualist (ikili) işgücü piyasası teorisi", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(99):1-8.

Waddoups, J. ve Assane, D. (1993) "Mobility and gender in a segmented labor market: a closer look", *American Journal of Economics and Sociology*, 52(4): 399-412.

Zapf, D., Isic, A., Bechtoldt, M. ve Blau, P. (2003) "What is typical for call centre jobs? job characteristics, and service: Interactions in different call centres", *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 12(4): 311-340.

AleviWeb: Siberuzayda "sanal ve gerçek bir toplum"

*Gülbin Özdamar Akarçay**

Özet: Araştırmada yeni medya teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte dijitalleşerek dönüşen Alevi toplumunun, *AleviWeb* (AW) internet sitesi aracılığıyla kendini nasıl tanımladığı ve ne tür kimlik(ler) inşasında bulunduğu tartışılmıştır. Bu amaçla site içerikleri yakından izlenmiş, eş zamanlı olarak site kullanıcıları ve yöneticileri ile iletişime geçilerek derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Gerçeğin sanal ile iç içe geçtiği ve yaşamın her alanının, sanal dünyada bir karşılığı olduğu düşüncesi, üyelerin ve yöneticilerinin ortak görüşleridir. Ancak sanal cemaatler kavramı, Türkiye'deki "cemaat" algısı sebebiyle AW üyelerinin karşı çıktığı bir olgu olarak tartışılmıştır. Gerçek yaşama koşut bir biçimde sanal ortamda da Aleviler kendi aralarında ayrışmışlardır. AW'deki bu ayrışma, üyelerin farklı Alevilik tanımları ve kimlikleri üzerinden gerçekleştirdikleri tartışmalarda kendini göstermektedir. Forumların rasyonel tartışma ortamı olarak görülemeyeceği varsayımından ve forum içi gözlemlerden hareketle, AW'yi bir birleşme alanı olarak gören Aleviler arasında konsensüs sağlamanın zor olduğu görülmektedir. Çalışmada, interneti kullanım farklarından ortaya çıkan dijital bölünme ve AW gibi inanca ve ideolojiye dayalı sitelerin sesini kısan siber saldırılar da internet ve demokrasi kapsamında tartışılmıştır.

Anahtar sözcükler: *AleviWeb*, Aleviler, sanal cemaatler, dijital bölünme, siber saldırılar.

Giriş

Günümüzde dijitalleşmenin; etkileşimlilik, sanallık ve modülerlik özelliklerini içine alarak dönüşen medyanın kullanıcıyı pasif rolden aktif bir role taşıması, oldukça önemli bir değişimi temsil etmektedir. Açık, şeffaf, gizli, kolay ulaşılabilen, kolay oluşturulabilen, toplayıcı, mekânsız, zamansız, sanal kimliklere ifade olanağı sağlayan ve uluslararası bir sosyal ağ şebekesi olarak da tanımla-

(*) Osmangazi Üniversitesi, Yrd. Doç. Dr.

nan bir ortam olarak internet, kapsamlı bir enformasyon devriminin sonucunda gelişmiştir. İnternette yayınlanan bilgilerin pasif ve tek yönlü olduğu Web 1.0 ömrünü tamamlamış, interaktif iletişim biçiminin geliştirildiği, etkileşimliliğin önem kazandığı ve sosyal ağların sayısının artmasına neden olan Web 2.0'ye doğru bir geçiş yaşanmıştır. 'Web 2.0', O'Reilly Medya tarafından 2004'de kullanılmaya başlayan bir sözcüktür ve ikinci nesil internet hizmetlerini –toplumsal iletişim sitelerini, vikileri, iletişim araçlarını, yani internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak yarattığı sistemi– tanımlamaktadır" (Erkul, 2009: 2). Neredeyse interneti kullanan herkesin metinlerin, seslerin ve görüntülerin hem üreticisi hem de tüketicisi olduğu bu ortam dışında demokratik olan başka bir araç düşünülememektedir.

Bu sosyal ağda herkesin yazar, yayımcı ve yapımcı olması, istenilen bilginin tek bir dokunuşla, izleyici kitlesiyle paylaşılmasını, geri dönütlerini de eş zamana yakın bir zamanda alınabilmesini sağlamaktadır (Bard ve Söderqvist, 2015: 17). Kişinin kendi isteğiyle katıldığı sanal dünyada kişinin sosyalleştiği bir alan da bulunmaktadır. Bu alan ise kimlikler ile belirlenmekte, bir gruba üye olma ve aidiyet ile gelişen, sanal kimliğimizi inanış, cinsiyet, ideoloji, politika, hobi, eğlence, kültürel ve coğrafi birliktelik konuları üzerinden tanımlayan ortamlar olarak belirmektedir. Siberuzayda kurulan bu alanlara "sanal cemaatler" (Rheingold, 1993) denmektedir. Sanal cemaatler, kişilerin ortak görüş ve değerleri ile bir araya geldikleri; tartışma, fikir paylaşımı ve kanaat oluşturma ile sonuçlanan kamusal tartışmanın yapıldığı ortamlardır. Bu ortamların tamamı hakkında fikir sahibi olmak imkânsızdır. İnanç, görüş, beğeni, etniklik, politika, sanat, eğlence, oyun, marjinallik vb. çok çeşitli konularda, birliktelik sağlayan sanal cemaatler vardır. Bu çalışmada ise, Türkiye'de çok tartışılan, konuşulan, sorunlarına bir türlü çözüm bulunamayan 'azınlık', 'öteki' Alevilerin siberuzayda nasıl örgütlendikleri, neleri tartıştıkları, aralarındaki kutuplaşmalar; inanışları arasındaki farklılıklar çerçevesinde *AleviWeb*'e (AW) odaklanılacaktır.

Bu bağlamda çalışmada Alevilerin en yoğun katılımlı forum sitelerinden biri olan *AleviWeb* incelenecektir. AW'ye üye Alevilerin kendilerini nasıl tanımladıkları; nasıl bir Aleviliğe inandıkları; Alevilik ile ilgili bilgi ve edinimleri, ailesinden ve/veya sosyal çevresinden mi yoksa bu siteden mi kazandığı; Alevilik tarihi, kültürü ve ideolojisi hakkında yazılan yazıları okuyup okumadığı; bu yazıların, üyelerin hayatlarında ne gibi etkilere sebep olduğu ortaya koyulacaktır. Aynı zamanda AW'nin demokratikleşmede yeri, Alevilerin kamuoyunda seslerini duyurmak için bir araç olup olmadığı ve üyelerin gözetim/denetim ile ilgili düşünceleri de tartışılacaktır. İnternetin özgür bir ortam sağladığı savunulsa da özellikle AW gibi inanca ve ideolojiye dayalı sitelerin sesini kısan siber saldırıların da internet ve demokrasi macerasında önemi vurgulanacaktır.

AleviWeb'in yapısı

AleviWeb (AW) forum sitesi, 21 Şubat 2006 yılında kurulmuştur. DDOS saldırı,[1] sunucu şirketinin bütün data ve yedeklerinin silinmesi ve forumdaki üyelerin ya da ismi geçenlerin siteyi savcılığa şikayet etmesi ve yöneticilerin son zamanlarda çok sık ifade vermeye gitmek zorunda kalmaları sebepleriyle forum, bir yılı aşkın bir süredir kapalı kalmıştır. Özellikle, 2009-2013 yılları arasında forumda açılan "30 bin civarı konuyla birlikte kayıtlı olan 70 bin civarındaki üye"nin sistemden silinmesi AW'nin kapanmasında en önemli etkenlerden biri olmuştur. Kapatma kararında ise yöneticilerin "üyelerin dört yıllık emeklerine sahip çıkamamak" düşüncesi etkili olmuştur. 2015 yılının Mart ayında, 2009'daki veriler ile eski yöneticilerden birkaçı birleşerek, forumu tekrar açma kararı almışlardır. Şu an AW'de yer alan bütün yazışmalar ve üyeler 2009'daki hâliyle forumda mevcuttur. Bu hâliyle siteye kayıtlı olarak 46.685 kişi görünmektedir. Silinen 4 yıllık dönemde üye olanlar ise yavaş yavaş siteye geri dönmektedirler.

Sitede *dolaşırken*, kimin sizinle aynı anda *online* olduğu ve hatta hangi başlıklarda *gezindiği*[2] sayfanın altında görülebilmektedir. 'Alevilik tarihi', 'Alevi araştırmaları', 'Alevilik güncel', 'merak ediyorum', 'Alevi Müziği', 'Alevi Kültürü', 'Alevi Köyleri ve dernekleri tanıtım', 'aşiretler, ocaklar', 'köken araştırmaları' gibi başlıklar altında yer alan yazıları, üye olmayanlar da okuyabilmekte ancak üyelerin iletişim bilgilerini ve bazı bölümleri görememektedirler.

Siteye üye olurken, kimlik bilgileri sorulmamakta, sadece rumuz ve mail adresi ile üye olunabilmektedir. Ayrıca forum kurallar listesini onaylamak gerekmektedir. Dikkati çeken forum kurallarından biri, forumun "Alevi olmayan insanlara" da açık olmasıdır. Alevi olmayanlar da herhangi bir konuda başlık açabilmekte, merak ettiklerini sorabilmektedir. Ancak listede "'Siz de Müslümansanız neden camiye gitmiyorsunuz?' gibi klişe soruların" sorulmaması gerektiği, "yüzyıllardır sorulan sorular"la forumu meşgul etme hakları olmadığı belirtilmiştir. Diğer etnik ve dinsel gruplar ile ilgili de bir başlık açılarak; ayrımcılığı, ırkçılığı ima edecek yazılara izin verilmediği vurgulanmıştır:

> Topluluklar hakkında tahrik edici ve küçük düşürücü konular içeren yazılar yazılamaz. (Topluluk Örnekleri: Türk, Kürt, Ermeni, Yahudi, Çerkez, Zenci, Hint, Arap, Çingene, Roman, Rus, Göçmen gibi) İnsanları ırkından, mezhebinden, dilinden, dininden dolayı dışlayan, aşağılayan yazılar silinir ve üye uzaklaştırılır. Irk vb. doğuştan kazanılan özellikler hakkında tespitte bulunmak için objektif kaynaklar gösterilmelidir. Diğer gruplar (düşünce akımları, siyasal gruplar gibi) hakkında yapılan eleştiri ve tespitler ise ahlaki kriterlerin dışına çıkamaz.

1 DDOS saldırıda, bir ya da birden fazla kişi anlaşmalı olarak, belirledikleri bir hedefe (web sitesi), binlerce istek gönderir, sunucu bu istekleri kaldıramaz ve çöker.

2 İnternet kendi jargonunu oluşturdu: "Gezinmek", "sörf yapmak" gibi kelimeler, internette site içinde ya da farklı sitelere ulaşmak, girmek anlamında kullanılmaktadır.

Herhangi bir parti, ideoloji ve grup propagandası yapılamayacağının vurgulandığı kurallar listesinde, genel bazı ahlaki ilkeler de detaylı bir biçimde sıralanmıştır. Bu kurala uymayanlar için üyelikten çıkarmaya kadar giden bir dışlama söz konusudur. Forumda, "Yazdıklarınızdan siz sorumlusunuz" diye bir uyarı bulunmaktadır. Sitenin kurucularından ve yöneticilerinden biri olan Can'ın vurguladığı önemli bir nokta da budur. Şikayetler üzerine savcılığa gittiklerini belirten Can, şikayet edilen "IP adresini vermek zorunda kaldıkları"nı ve bunu "baştan deklare ettikleri"ni çünkü vermedikleri durumda yazının sorumluluğunu kendilerinin alması gerektiğini vurgulamaktadır.

Yöntem ve araştırma süreci

Çalışmada sanal etnografi yöntemi kullanılmıştır. Sanal etnografi gözlem, derinlemesine görüşme gibi geleneksel etnografi yöntemlerini kullanarak, sanal topluluklar, web siteleri, sosyal medya alanlarında gerçekleştirilen bir yöntemdir. Sanal etnografi, geleneksel kültürlerden ziyade sanal dünyada bir araya gelmiş topluluk ve kültürleri inceler. Christine Hine (2000) sanal etnografiyi çevrimiçi mecraların geleneksel etnografik yöntemlerle analiz edilmesi olarak da tanımlamakta; internet mecralarını ise, dinamik ya da statik olarak karşılıklı etkileşimin kurulduğu, geçmişe yönelik bilgilerin arşivlendiği ve saklanan bilgilere ulaşılabilen alanlar olarak tarif etmektedir. Sanal etnografi yöntemiyle yapılan araştırmalara, Helen Gert'in etno-dinsel bir topluluk olan "İnternetteki Zoroastrian'lar, Sessiz Bir Toplumsal Hareket: Bir Sanal Topluluğun Etnografisi" başlıklı çalışması ile Anıl Sayan'ın, "Futbol Tribünlerinin İzinde Forumlar: Alisamiyen.net Analizi" başlıklı yüksek lisans tezi örnek verilebilir.

Araştırmacı, araştırma konusu olan sanal topluluklara üye olarak; üyeler arasındaki yazışmaları, tartışmaları, paylaşımları gözlemleyerek; onlarla görüşmeler gerçekleştirerek; 'sanal' alanın kendi etkileşimsel ve davranışsal belirteçlerini yakalamaya çalışmaktadır. Çalışma sahası olarak belirlenen AW'nin sanal bir topluluk olarak internet üzerinde oluşturduğu mecranın incelenmesi amacıyla, araştırma yöntemi olarak sanal etnografi seçilmiştir. Dolayısıyla, çevrimiçi forum kullanıcılarıyla yapılacak derinlemesine görüşmeler ve katılımcı gözlem bu araştırmanın etnografik veri toplama araçlarını oluşturmaktadır.

Çalışma sahasını oluşturan AW'de yayınlanan rakamlara göre, her gün ortalama (misafirler ve üyeler olmak üzere) 800 arasında kullanıcı siteyi ziyaret etmektedir. Bu ziyaretlerin "100 ila 150 arası üyeler tarafından yapılırken, kalan ziyaret ise üye olmayan ve arama motorlarının botları tarafından yönlendirilen misafirler tarafında yapılmaktadır". Şu anki verilere göre tartışmak, bilgilendirmek, söyleşmek için 32.599 konu açılmış ve 304.350 adet mesaj gönderilmiştir. Siteye üye olan yaklaşık 15.841 kişi hiçbir konuda mesaj göndermemiş, konu açmamış ya da fikir beyan etmemiştir. 3.497 kişinin 1-10 adet paylaşımı bu-

lunmaktadır. 647 kişi 11-50 mesaj, 864 kişi 51-100 mesaj göndermiştir. 232 kişi 100-1000 arası mesaj paylaşmıştır. 1000-3000 adet mesajı 61 üye, 3000-8600 mesajı ise 15 aktif kullanıcı göndermiştir. Bu veriler, siteye üye olanların çoğunun fikirlerini paylaşmadığı, tartışmalara katılmadığı, sadece izleyici olduğu anlamına gelmektedir. Kategorilerin, açılan konuların ve mesajların sayısı oldukça fazla olduğundan, 15 Ağustos 2015-15 Eylül 2015 tarihleri arasında sitenin öne çıkan kategorileri incelenmiş, tartışmalar gözlemlenmiştir.

Sitede dört yönetici bulunmaktadır. İçerikten sorumlu bir kişi, teknik altyapıdan sorumlu bir kişi ve kapatılmadan önce yöneticilik yapan bir kişi olmak üzere toplam üç yönetici ile görüşülmüştür. Mesaj sayısına göre belirlenen 15 aktif üyeye forum üzerinden mesaj gönderilmiş ve geri dönüş yapan 5 kişi ile yarı yapılandırılmış sorular çerçevesinde derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Forum kullanıcıların aktif üye olmaları, forum içindeki üretkenliklerinin yanı sıra AW ile kurdukları aidiyet ilişkisini ve topluluk içindeki diğer üyelerle olan etkileşimlerinin güçlü olduğunu göstermektedir. Çalışmada, görüşmecilerin gerçek adları yerine, takma isimler kullanılmıştır.

AW'ye yeni üye olarak giriş yaptığınızda karşınıza bir bilgi yığını çıkmaktadır. Kategoriler altında açılmış yüzlerce konu ve bu konular altında paylaşılmış görüşler yer almaktadır. Bu bilgi yığını karşısında istenilen konuya ulaşabilmek için site yöneticileri, sitenin nasıl kullanılacağına dair bir yönerge yayınlamışlardır. Aynı zamanda forum içindeki 'arama' çubukları, kullanıcının bilgiye ulaşımını kolaylaştırmaktadır. AW bir forum olarak, bilgi ve fikir paylaşımına ve üyeler arasında tartışmaya zemin oluşturan bir sitedir. Forumda paylaşılan yazılar, farklı inanış biçimlerindeki üyelerin kendi inancını savunur niteliktedir. Forumda yer alan başlıkların ve görüşlerin çokluğu nedeniyle çalışmada en çok tıklanan ve en çok mesaj gönderilen konular gözlenmiştir. Alevilik ile ilgili paylaşımların en çok tıklanan ve en çok mesaj gönderilen sorusu "*Evlilik seçiminizde eşinizin Alevi olması önemli mi?*" başlığıdır. 46.373 kez görüntülenmiş, 938 mesaj ile sitede en ilgi çeken konulardan birini oluşturmuştur. "*Aleviler neden camiye gitmezler?*" başlığı ise 40.273 kez görüntülenmiş ve bu soru ile ilgili 823 mesaj gönderilmiştir. "*Alevilik İslam değildir?*" başlığı, 40.198 kez görüntülenmiş ve 761 mesaj atılmıştır. "*Hz Ali Alevi miydi?*" başlıklı konu ise 37.703 kez görüntülenmiş ve 1260 mesaj paylaşılmıştır. "*Alevilik İslam'dır*" başlıklı konu da 26.856 görüntülenmeye, 415 mesaja sahiptir. HDP ile ilgili yazıların çokluğu da dikkat çekicidir. Bu konu başlıkları altında yazılan mesajlarda ise üyelerin Alevilik hakkındaki düşüncelerini, Alevilik anlayışındaki farklılıkları, Alevi kültür ve geleneğinin yapısını görmek mümkündür. İncelenen kategoriler ışığında görüşmecilere sorulacak soruların başlıkları çıkarılmış, ayrıntıya inmek yerine genel çerçeveyi oluşturan sorular belirlenmiştir. Aynı zamanda internete erişimin kolaylığı bağlamında AW'nin sanal dünyada yer almasının kamuoyu yaratmadaki rolü ve dolayısıyla Aleviler için önemi de sorulara eklenmiştir. Görüşmecilere AW'ye

üyelik süreci, AW'nin onun için ne anlam ifade ettiği, Alevilik ile ilgili görüşleri, AW'nin Alevilik ile ilgili bilgi edinmedeki rolü, siyasi karar almada AW'nin etkisi, Alevilerin sesini duyurması için nelerin yapılması gerektiği, AW'nin bu sürece katkısı, internetin ve özellikle AW'nin demokratikleşmeye katkısı, internette ve AW'de gezinirken kendisini özgür hissedip hissetmediği gibi sorular sorulmuş, görüşme esnasında verilen cevaplara göre sorular çeşitlendirilmiştir.

Sanal ve gerçek arasında bir toplum

Tönnies, 1887'de kaleme aldığı *Gemeinschaft und Gesellschaft* adlı eserinde, geleneksel ve tarımcı hayat tarzını modern ve kentsel hayat tarzları ile karşılaştırıp, toplumsal ilişkilerdeki değişimin niteliğini ve kapsamını tartışmıştır. 'Topluluk' ya da 'cemaat' sözcükleriyle karşılanan *Gemeinschaft*, ilişkiler içindeki bireylerin –aile ilişkilerinde olduğu gibi– birbirine sıkıca bağlı bir gruba katılmasını ve aidiyetini vurgulamaktadır. Tönnies cemaati, "herkesin birbirini bildiği, statünün atfedildiği, toplumsal ve coğrafi hareketliliğin sınırlı olduğu ve tüm hayat tarzının homojen bir kültüre, örgütlü dine dayandığı" bir topluluk olarak tanımlamaktadır (Slattery, 2010: 59). 'Toplum' ya da 'birlik' kelimeleriyle karşılanan *Gesellschaft*'ı ise "kent yaşamındaki, görünüşte kişisellikten uzak yapay ve geçici ilişkiler"i tanımlamak; duygu ve yakınlığa yer olmayan, günlük yaşamın hızlandığı, dinamik, rekabetçi bir ortamın oluştuğu ve ekonomik ilerlemeyle birlikte daha yüksek hayat standardı için mücadele eden bir toplumu anlatmak için kullanmıştır (Slattery, 2010: 60). Geleneksel cemaat günümüzde ise, ortak değer ve çıkarlar etrafında toplanan; insanların birbirine özen gösterdiği; işbirliği, iletişim, süreklilik, istikrar, bağlılık, sorumluluk duyguları altında birleştikleri bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Kolektif bir benlik duygusunun yaratıldığı cemaatlerde, ortak bir cemaat duygusu gelişmektedir (Bozkurt, 1999: 26). Gündelik yaşamda bir amaç için bir araya gelen insanlar, dayanışma ruhu içinde, toplumsal ilişkileri de örgütleyerek bir arada olma eğilimindedirler. Ortak bir mekân, ideoloji, hedef ve inanış etrafında toplanan geleneksel cemaatlerin, kamuoyu oluşturma becerileri de vardır.

Enformasyon ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ile birlikte topluluklar arasında gerçekleşen iletişim ve birliktelik şaşırtıcı bir şekilde değişmiş, gelişmiş ve dönüşmüştür. Bu dönüşüm cemaatlerin de niteliğini değiştirmiş, geleneksel cemaat kavramına sanal cemaat kavramı da eklenmiştir. Sanal cemaat kavramı, insan ve teknolojinin bir araya gelmesinden doğmuştur. Kimilerine göre sanal cemaatler, bir "postmodern kabile" olarak, enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gelişimi ile ortaya çıkan siberuzay[3] bir mekânda belirmek-

3 Stratton'a (2002: 80) göre siberuzay kavramı ilk kez, William Gibson'ın 1984 yılında yayımlanan *Neuromancer* adlı romanında; bilgisayar ağlarının birbirine yoğun bir şekilde bağlanmasıyla, insan-makine ilişkisinde ortaya çıkan temel dönüşümü tanımlamak için kullanılmıştır.

tedirler. Sanal cemaatlerin mekânı, mekânsızlıktır. Poster'ın (1995: 28) da belirttiği gibi, "bireylerin aynı mekânda bulunmaları gerekmez, farklı noktalardan, modem aracılığıyla bilgisayarlarla iletişim kuruyor olabilirler." Kişi siberuzayda hem vardır hem yoktur. Takma isimler ya da rumuzlar kullanarak varlık göstermenin dışında, elle tutulur, gerçek mekânlar artık yerini sanal mekânlara bırakmıştır.

Howard Rheingold'a göre (1993:15) sanal cemaatler, "kişisel ilişkiler ağlarının oluşturulması için yeterli sayıda insanın bir araya gelmesiyle birlikte net aracılığıyla yaratılan sosyal gruplardır." Rheingold, "sibernotların[4] şaşılacak bir biçimde aradığı ve bulduğu şeyin sadece enformasyon değil, çok sayıda insan ile sürmekte olan bir ilişkiye anında girebilmek" olduğunu (akt. Poster, 1995: 31) savunmuştur. Bu söylem, gerçek ve sanal cemaatler arasındaki temel bağın bir özetidir. Poster (1995: 33-34) bu bağı kısaca şöyle anlatmıştır:

> Sanal toplulukların gerçeğe benzemeleri; sıradan topluluklarmış gibi düşünülmelerine, üyelerin siberalanda sanki toplumsal etkileşim içindeymiş gibi iletişim kurmalarına borçludur. Sanal toplulukların, 'gerçek' toplulukların özelliklerine sahip olduğu sanıldığı gibi, 'gerçek' toplulukların da hayale dayandığı görülebilir. Topluluğu, üyeleri için hayati kılan, iletişimi anlamlı ve önemli saymalarıdır. Sanal ve gerçek topluluklar birbirilerini çapraz ve ayna görüntüsü gibi görürler.

Alevilerin buluşma yeri AW'nin ilişkiler ağını incelediğimizde, karşımıza 'sanal cemaat' olarak tanımlayabileceğimiz bir topluluk çıkar. Sitenin kurucusu ve yöneticilerinden Can ile olan görüşmelerimizde, siteyi iki döneme ayırdığını vurgulamıştır. Sitenin en popüler ve aktif olduğu 2006-2010 dönemi, ilk dönemi oluşturur. Bu dönemde AW, bir 'sivil toplum örgütü' olarak Alevi toplumunda yerini almıştır. Can'a göre bunun sebebi "o yıllarda sık sık toplumsal hareketlere, gösterilere, şenliklere vs. kendi başına katılan, hatta örgütleyen bir topluluk" olmalarıdır. 2010 yılı sonrası "Alevi örgütlülüğünün yavaşlaması, ülke konjonktürünün hızla daha politik bir evreye gelişmesi ile" AW de biçim değiştirmiştir. Bu sebeple Can, 2010 sonrası dönem için AW'yi bir cemaat, bir 'sosyal iletişim platformu' olarak nitelemenin daha doğru olacağını vurgulamıştır.

Can'ın belirttiği dönemlere denk gelebilecek ayrımlar olduğu dikkati çekmektedir. Zırh ve Ertan'ın (2012: 7), Türkiye'nin son on yılının Aleviler için nasıl bir dönüşüme sebep olduğunu anlattıkları yazılarında, 2002-2007 döneminin Aleviler için AB sürecinde temkinli bekleyiş ve kısmi rahatlama dönemi olduğu vurgulanmıştır. Bu dönemde bir yandan siyasi İslam korkusu bir yandan da AKP'nin AB sürecine entegrasyonu ile gelişen görece serbestlik, Alevilerin iki eksenli bir Türkiye gündemi yaşamasına neden olmuştur. Aynı zamanda Alevi ismini kullanan derneklerin açılabilmesi yasal bir zemine oturmuş, yerel

4 Uzman bir şekilde ya da sıklıkla İnternet kullanan kimse.

yönetimlerin cem evlerini kısmen destekleyebilmesinin önü açılmıştır. 2007-2008 dönemi ise Alevilerin iki gerilimin arasında sıkışıp kaldığı yıllardır. 2008 yılında başlayan Ergenekon davası gerilimi arttırmış, AKP'nin AB süreci içinde attığı adımlar olumlu karşılanırken, cumhuriyetçi/laik hassasiyetler ile birlikte AKP'nin samimi olmadığına inanan kesimler rahatsızlıklarını dile getirmek için gösteriler düzenlemişlerdir. Siyasi olarak yalnızlaşmanın bir yansıması olarak görülen en büyük eylem, 2 Temmuz'da Sivas katliamı anma gösterilerine 50 bin kişinin katılımıyla gerçekleşmiştir. 2009-2010 ise Alevilerin daralan Türkiye siyasetinde çıkış arayışlarına sahne olmuştur. Türkiye genelinde düzenlenen "Nasıl bir Türkiye istiyoruz?" toplantıları, Alevi Bektaşi Federasyonu'nun ev sahipliğinde Hacı Bektaş'ta düzenlenmiştir. Bu eyleme paralel olarak Aleviler, İstanbul ve Ankara'da "Eşit yurttaşlık hakkı" mitingleri düzenlemiş ve 100 binlerce kişinin katılımıyla seslerini duyurmaya çalışmışlardır. Bu dönemin bir başka ilgi çekici gelişmesi ise devlet bakanı Faruk Çelik'in sorumluluğunda ilki 3-4 Haziran 2009'da, sonuncusu 28-30 Ocak 2010 tarihinde düzenlenen Alevi çalıştaylarıdır. Çalıştaylar, başlangıçta Alevi dernekleri tarafından taktirle karşılansa da 2010 yılında yayımlanan rapor; hükümetin Alevi sorununu çözmek değil, devlet ile Aleviler arasında bir mesafe yaratmak amacıyla kaleme alındığını gündeme getirmiştir. Özellikle 2010 referandumu sonrası AKP'nin liberal söylemlerden uzaklaşması, Türkiye'nin çoğunlukçuluğa dayalı tek-parti yönetimine kayması, siyasi ve toplumsal gerilimin artmasına neden olmuştur. 2011-2012 dönemi ise güvensizliğin arttığı bir dönemdir. Kılıçdaroğlu'nun CHP genel başkanı olması Alevilerde bir heyecan yaratsa da kamuda kadrolaşma politikalarından fişlenmelere, kamu kaynaklarının dağıtımından Ergenekon davalarına kadar geniş bir yelpazede mezhepçi sesin tonu yükselmiştir. 2013 yılında Türkiye, Taksim Gezi Parkı'nda başlayan gösterilerin ülkenin geneline yayılarak kitlesel bir toplumsal harekete dönüştüğü bir dönemece girmiştir. Eylemler, Alevi mahallerine de sıçramış, "Gezi bir Alevi isyanı mı?" sorusu gündeme gelmiştir. Cem Vakfı ve Cemaat'in başlattığı cami-cem evi projesi de günlerce süren çatışmaların yaşanmasına sebep olmuştur (Zırh ve Ertan, 2015: 7-11). Bu bağlamda, gündelik yaşamda yer alan bütün bu gelişmelerin AW'ye de yansıdığı ve AW'nin gerçekleştirdiği eylemlilikle paralel gittiği söylenebilir. AW yöneticileri ve aktif üyeleri, Hacıbektaş'ta ve Ankara'da düzenlenen eylemlere katılmış, 2 Temmuz eylemine destek vermişlerdir. AW tek başına bir eylemlilik geliştiremese de kitlesel olarak düzenlenen eylemlerde kurumsal olarak yerini almıştır. Bimber (2002: 109), internetin sunduğu kolektif eylemi daha düşük maliyetlerle örgütleme eyleminin; geleneksel, özel ve kamusal kurumların dışında kalan işletmelerde, mesleki kuruluşlarda ve mevcut hükümet kuruluşları ve programlarında hiçbir kökü olmayan gruplar için özellikle faydalı olacağını savunmaktadır. Bu varsayım, yurttaşların –AW gibi– aracı grupların seferberlik çabalarına daha hızlı ve yoğun tepki vermelerini öngörmektedir. İnternet aracılığıyla olu-

şan çoğulculuk, belirli bir sorun üzerinde yoğunlaşanların hızlı örgütlenmesi ancak çabuk dağılması yoluyla, daha parçalı ve istikrarsız bir karaktere bürünebilecektir (Bimber, 2002: 110).

Sitenin diğer yöneticisi Veli, 'cemaat' kavramını doğru bulmadığını, günümüz Türkiyesi'nde var olan ve kullanılan anlamıyla kendisine farklı dinî grupları çağrıştırdığını, bu nedenle *AleviWeb*'in 'sanal cemaat' olamayacağını, geleneksel cemaat olarak gördüğü grubun ise Cem Vakfı olabileceğini söylemektedir. Veli'nin cemaat tanımına direnç göstermesi, bu kavramı olumsuz tanımlaması ve bu kavrama örnek olarak Cem Vakfı'nı göstermesi, Alevi toplumunun içindeki gruplaşmada AW'nin üstlendiği konumu temsil etmektedir.

Günümüzde ise sivil toplum örgütü olarak Cem Vakfı ve Pir Sultan Abdal Derneği, Alevi inanış ve siyasal alanının iki belirleyenidir. Cem Vakfı kendini "Alevi İslam inancının temel doğruları çerçevesinde çalışan bir kurum olarak" tanımlamaktadır. Vakfa göre, "bir mezhep olarak Aleviliğe özünü veren, Türklerin İslam'ı yorumlama biçimleri olmuştur" (Ertan, 2015: 52). Türklükle de ilişkilendirerek, Aleviliği dinî bir alana yerleştiren Cem Vakfı genellikle, "Alevilerin devletle bütünleşmelerini sağlayabilecek olan merkez siyasetleri" (Ertan, 2015: 52) desteklemektedir.

Yönetici Veli'nin cemaat ile Cem Vakfı arasında bir benzeşme kurmasının sebeplerinden biri de 2013 yılında başlanan, Cem Vakfı Genel Başkanı İzzettin Doğan ve Fethullah Gülen'in önderliğinde Ankara'da kurulacak cami ve cem evi projesidir.[5] Gülen Cemaati ile Cem Vakfı arasındaki bu yakınlaşma, Alevi derneklerinde tepkiye yol açmış ve ortak bir açıklamayla tepkilerini şöyle dile getirmişlerdir: "Cami-cem evi-aş evi projesinin, dinler arası hoşgörü ile açıklanabilecek bir projenin ötesinde; yüzyıllardır Alevilere hayatın çeşitli alanlarında nefes almaksızın sürdürülen asimilasyonun gelişmiş, yeni bir versiyonu olduğuna inanıyoruz."[6] Türkiye'de sosyolojik bir gerçeklik olarak cemaat kavramının farklı anlamlara sahip olması nedeniyle, Alevileri bir 'cemaat' olarak tanımlamak, onların bir bölümünün kabullenmek istemediği bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla Aleviliğin, Sünni inanç içindeki cemaat kavramıyla sınırlandırılması en azından Alevilerin bir bölümü tarafından onaylanmamaktadır. AW'nin, destek verdiğini belirttiği sivil toplum örgütü Pir Sultan Abdal Derneği'dir ve bu dernek, Aleviliği, "Anadolu'daki farklı dinî, kültürel inançların sentezinden oluşan bağımsız bir kültür, inanç ve yaşam biçimi olarak" (Ertan, 2015: 52) tanımlamaktadır. Derneğe göre Alevilerin sorunları, Türkiye gerçek demokrasiye ulaşmadan çözülemeyecektir. Bunun için de demokratikleşme mücadelesine önem vererek, Alevilik ile sol arasındaki köprüyü kurma görevini üstlenir. Aynı zamanda sol ideolojiyi benimseyen diğer sivil toplum örgütle-

5 http://www.hurriyet.com.tr/gundem/24626794.asp.

6 http://t24.com.tr/haber/alevi-dernekleri-cami-cemevi-projesi-asimilasyonun-yeni-bir-yuzudur,238808

ri ile de işbirliği kurarak eylemlerde kendi adıyla yerini almakta, seçimlerde ise sosyal demokrat partileri desteklemektedir (Ertan, 2015: 53).

Geleneksel dinî cemaatlerden kendilerini ayırarak cemaat adlandırmasını reddeden AW yöneticisi Veli'nin söylemi, Alevilerin kendilerini daha seküler bir ideoloji ile özdeş düşündükleri anlamına gelmektedir. Bunun sebeplerinden biri köyden kente göçtür. Göçle birlikte Alevi köy toplulukları çözülmüş, Aleviler kente uyum sağlamak ve çalışmak zorunda kalmışlardır. Dört bir yana dağılmış Alevi cemaati dinî görevlerini yerine getirememiş, dinî altyapı yok olmaya başlamıştır. Bu süreçte yaşanan Türkiye'deki sekülerleşme hareketleri, en çok da kent ortamında dinî altyapısı olmayan Alevileri etkilemiştir (Massicard, 2007: 53). Bununla birlikte Aleviliğin sol siyasetler üzerinden politikleşmesi de sekülerleşmenin etkenlerinden biridir. Çünkü göçle birlikte kentleşen Aleviler, "siyasi anlamda modern devlet mekanizmalarına, sosyo-ekonomik anlamda ise kentsel alana dahil olma" çabası içine girmişlerdir. 1960 ve 1970'li yıllarda geleneksel Aleviliğin çözülmesinin yarattığı kimlik bunalımı, Alevileri sol hareketlerin içine doğru itmiştir (Ertan, 2015: 44).

Veli'ye göre AW ne bir 'sanal cemaat' ne de 'sivil toplum örgütü'dür. AW, 'sanal gerçek bir toplum'dur. Veli'nin tanımı, biraz karmaşık ve çelişkili görülebilir ancak aslında sanallaşma ve sanal topluluklar ile ilgili yapılan tartışmaların temel sorunsalına dokunmaktadır. İlişkilerin, kurulan iletişimin sanal mı gerçek mi olduğu, sanal ile gerçek topluluklar arasındaki farkların neler olduğu ve hangisinin gerçek olduğu soruları, 1990'lardan beri literatürde tartışılmaktadır.

Veli'nin tanımladığı, 'sanal gerçek toplum' olgusuna Castells (2005: 479-480), "Peki sanal cemaatler gerçek midir?" sorusuyla yanıt aramaya çalışmıştır. Ona göre bu cemaatler fiziksel olmadıkları için onların kullandığı etkileşim ve iletişim biçimlerini kullanmazlar ancak gerçekdışı değildirler; yalnızca başka bir gerçeklik düzleminde hareket ederler. Onlar, "çok zayıf bağlara dayanan, son derece çeşitlenmiş ve uzmanlaşmış, sağlam bir etkileşimin dinamikleriyle karşılıklılık ve destek üretebilen kişisel sosyal ağlardır" (Castells, 2005: 480). İnternette bir araya gelen Hristiyan grupların, ibadet ve dua ile ilgili paylaşımlarını, arkadaşlık ilişkileri ve tartışmalarını inceleyen Hutchings'in (2015: 151) araştırması; insanların, duygularını kamu tartışmalarına taşıyan online kişisel ilişkiler ağları oluşturduğunu göstermiştir. Bu örnekten yola çıkarak Hutchings, sanal cemaatlerin gerçek bir topluluk olabileceklerini belirtmiştir. Sanal cemaatler günümüzde gerçek toplumsallıkların örgütlenişini belirleyebilir konuma gelmişlerdir. Bu nedenle sanal cemaatte aynı deneyimleri paylaşan bireyler, sanal cemaatleri gerçek dünyadaki toplumsal örgütlenmeden farksız olarak algılayabilmektedirler (Ergur, 1998: 156). AW, görüşmeciler için gerçek dünyadaki cemaatlerden farksız olsa da (AW'nin aile gibi olduğu ve eğitim yuvası olduğu vurgusu) gerçek bir topluluk olarak Alevi sivil toplumunun örgütlenişini belirlemesi çok zor görünmektedir.

Gerçeğin sanal ile iç içe geçtiği ve yaşamın her alanının, sanal dünyada bir karşılığı olduğu düşüncesi (Ergur, 1998: 156), forum kullanıcıları ve yöneticileri tarafından da paylaşılan bir kanaattir. Bir gerçeklik alanı olarak tahayyül edilen kamusal alanda sesini duyuramayanlar ortak bir gaye etrafında, dışlanmışlıkları ya da ötekileştirmelerine sebep oluşturacak bir şey aracılığı ile siberuzayda bir araya gelerek forumlar aracılığıyla iletişime geçebilmekte, bilgi alışverişinde bulunabilmekte, oyunlar oynayabilmekte ve boş zaman geçirebilmektedirler. Aktif kullanıcılarla yapılan görüşmelerde, kullanıcıların forum aracılığıyla kendilerini ifade olanağı buldukları ve sanal bir mekânda olsa da gerçek ilişkiler yaşadıkları vurgusu öne çıkmıştır. Wellman ve Gulia'ya göre, özellikle ileri toplumlarda 'kişisel cemaat' olgusuna rastlanmaktadır. Yazarlar bu kavramı; resmî olmayan ilişkilerinden başlayarak, en yakın ilişkilerinden yüzlerce zayıf ve mesafeli ilişkisine kadar bireyin kurduğu sosyal ağ olarak tanımlamışlardır. Bu topluluklarda ilişkiler, bilgisayar üzerinden olduğu kadar bilgisayar dışında da yürümektedir. Wellman'ın vurguladığı en önemli noktalardan biri de 'sanal cemaat'lerin "fiziksel cemaatlere karşıt olmadığıdır: Belli kuralları ve dinamikleri olan, başka cemaat biçimleriyle etkileşim içinde olan farklı cemaat biçimleridir" (akt. Castells, 2005: 477-478). Gerçek yaşamda ister bir topluluğun üyesi olalım ister olmayalım, gündelik hayatımızda ilişkilerimizi belirleyen ve bizim koyduğumuz bazı sınırlar, iletişim biçimleri vardır. Forum yöneticisi olması dolayısıyla birçok kişiyle hem gerçek yaşamda hem de forumda iletişim kuran Can, forum aracılığıyla kurulan ilişkiler ve biçimleri ile ilgili mesafeli durulması gerektiğini şöyle anlatmaktadır:

> İnternet üzerinden bir birliktelik yapıyorsanız, sosyal hayatınızdaki kurallarınızı ve arkadaşlık ilişkilerinizi değiştirmeniz gerekiyor. Biz de buna göre; karşımızdaki canımız, ciğerimiz dahi olsa belli prensiplerimizin aşındığını düşünüyorsak, kendisiyle ilişkimizi ona göre düzenliyoruz. Bazen iyi niyetli arkadaşlarımızı da üzebiliyoruz ama internet üzerindeki kötü niyetli insanlardan korunmanın başka yolu yok.

Geleneksel cemaatlerin yapısında var olan aidiyet kurma olgusu sanal cemaatlerde de görülmektedir. AW'nin görüşmecilerim için ne ifade ettiğini sorduğumda, sıklıkla aldığım yanıtlardan biri, 'aile' olarak hissettikleriydi. Bir diğer dikkat çeken yanıt ise İlyas'tan gelmiştir: "Bir çocuğunuz olur; el bebek gül bebek büyütürsünüz. Büyür ve artık sizi beğenmez, konuşmaz ama siz kopamazsınız çünkü evlattır; ilk göz ağrısıdır." Bu cevaplar, geleneksel cemaatlerdeki ortak değer ve inançlar altında birleşme vurgusunun; Alevilik temelinde bir araya gelmiş ve örgütlenerek aidiyet geliştiren bir toplulukta da görüldüğünün kanıtıdır. Nitekim Wellman da (2001: 228) internet içindeki bu tür sanal cemaatleri; sosyal ağlara dönüşen, sosyal kimlik ve aidiyet duygusunun olduğu, sosyalleşme, bilgi paylaşımı ve etkileşimi sağlayan sosyal örgütlenmeler olarak tanımlamıştır.

AW ile kurulan aidiyet ve güven ilişkisinin en önemli göstergelerinden biri de şehre, yaşa, mesleğe, hobiye göre gruplaşmaların olmasıdır. Bu gruplaşmalarda ilk kimlik Alevi kimliğidir. İkincil kimlikler ise bazı kategoriler üzerinden tanımlanmaktadır. İnsanlar bu gruplar aracılığıyla daha yakın bir ilişki kurabilmektedirler. 2008 yılında açılmış "Ben kimim?" kategorisi bu duruma örnek olarak verilebilir. Bu kategori, isteyen üyelerin, forumun sorduğu temel soruları cevaplamasından oluşmaktadır. Bu sorular; adı, doğum yeri, doğum tarihi, eğitim hayatı, yaşantısı (meslek, yaşadığı şehir, kimle yaşadığı), hobileri ve fobileri (özel yetenekler, en sevdiği yemekler, son aldığı 'kaset', en sevdiği müzisyen, burcu, en sevdiği yazarlar ve tiyatro oyunu, film ve sinema sanatçıları), spor, siyasi ve dinî görüşü ve AW hakkındaki düşüncelerini kapsar. 2008-2009 yılları arasında 194 ve 2015'de 2 kişi olmak üzere toplam 196 üye, bu kategorideki soruları cevaplamıştır. Özellikle dinî görüş ve yaklaşımı konusundaki cevaplardan birkaç örnek verilebilir: "Ilımlı", "Söylemem", "Değişken", "Ateist", "Dindar", "Agnostik", "Boş ver, anlatsam roman olur", "Bende kalsın", "Allah'a inanırım o kadar", "Siyasi görüşümü yazdım ama dinî görüşün yazdığı yerde Alevi şıkkı da olsa idi memnun olurdum. Ilımlı ne demekse öyle yazdık artık" gibi cevapların varlığı, kimlik inşası acısından önemli olan davranışlarla ilgili bireyin sosyal yapı içinde yer aldığı konum ve rollerle alakalıdır. İnsanın sosyal yapı içindeki konumu ve davranışları sadece kim olduğu algısıyla değil, aynı zamanda kim olmadığıyla da bağlantılı, diğer insanların bireyi hangi sosyal konuma yakıştırdığıyla da ilişkilidir. Bu bağlamda bireyin, kendisini nerede konumlandırdığı ve diğer insanlarla bu konuma uygun rol ilişkilerine girip girmediği, bazı kimlikleri benimsediğini göstermektedir (Thoits, akt. Acun, 2011: 68).

"Gerçek Aleviliğin ne olduğunu *AleviWeb*'den öğrendiler"

Alevi, "Ali'ye mensup", "Ali'nin yolundan giden", "Ali soyundan gelen" olarak tanımlanmaktadır. Alevilik ise, "Türkmenlere özgü bir İslam", "İslamlaşmış Şamancılık", "Anadolu İslamı", "bir alt kültür ve inanç grubu", "inanç ve ritüelleri birbirlerinden farklı heterodoks toplulukları kapsayan bir üst kavram", "pre-İslamik, Zerdüşti, Türk-Şaman ve Şii öğretileri içerisinde barındıran senkretik bir inanç" olarak farklı biçimlerde tanımlanmaktadır (İrat, 2006: 26). Alevilik tarihine bakıldığında, böyle bir kitlenin 19. yüzyıldan sonra ortaya çıktığı ancak birdenbire oluşmadığı, farklı adlarla anılan birçok topluluk tarafından oluşturulduğu iddia edilmektedir. Tarihte özellikle Bektaşi ve Kızılbaş terimlerine sıklıkla karşılaşılmaktadır. Bektaşilik, Ortodoks İslam anlayışı ile zaman zaman iyi geçinmiş, tarihin bir döneminde devletin Ortodoks anlayışını etkilemiştir. Kızılbaşlık ise Bektaşiliğin devlet yönetimindeki etkisinin azaldığı, Osmanlı İmparatorluğu ve Sünni İslam için Safevi tehdidinin baş gösterdiği 16. yüzyılda ortaya çıkmıştır (İrat, 2006: 27). Doğal olarak gerçek Aleviliğin ne olduğu, ger-

çek Alevi'nin kim olduğu sorularına net bir cevap vermek, ortak bir tanım altında buluşmak neredeyse imkânsızdır. Bu tanımlama çeşitliliği AW'de de görülmektedir.

AW'nin ve günümüzdeki Alevi örgütlenmelerinin öncelikli hedeflerinin, Alevi kültürünü yaşatmak ve yeni kuşaklara aktarmak olduğu belirtilmektedir. Sözlü kültürün temsili olan Aleviliğin geleneklerinin ve ritüellerinin yok olma ya da bozulmayla karşı karşıya olması, gelecek kuşakların eğitilmesinin bir çare olacağı düşüncesini öne çıkarmaktadır (Okan, 2004: 120). Bu bağlamda, yöneticilerden Can, "AW'ye yolu düşmüş, AW'nin ismini duymuş on binlerce Alevi, gerçek Aleviliğin ne olduğunu AW'den öğrendiler" diyerek forumun iddiasını ortaya koymaktadır. Can bu iddiasının dikkat çekici bir başka tarafını da şöyle özetlemektedir:

> "Alevilik hakkında hiçbir şey bilmiyorlardı, AW'de öğrendiler" anlamında değil. Herkesin kafasında bir Alevilik vardı. AW'de farklı Aleviliklerle karşılaştı. %90'ı Alevi ve Alevilik hakkında yeni şeyler öğrendi – az veya çok. Hepimiz yeni yeni şeyler öğrendik AW'de, Aleviler ve Alevilik hakkında.

'Alevilerin bilgi kütüphanesi' olduğunu savunan AW'nin, Aleviler üzerindeki etkisini ölçmek elbette çok güç. Ancak gerek yöneticiler ve aktif üyelerle yapılan görüşmelerde gerekse forum başlıkları incelendiğinde AW'nin Alevilik ile ilgili genel ve tarihî bilgileri öğreten bir misyonu olduğu sonucu çıkmaktadır. AW üyesinin, ailesinden öğrendiği Aleviliği, AW'de bulabileceği birçok farklı anlatımla harmanlayıp kendine göre bir model oluşturabileceğini savunan Veli ise,

> Bizim AW olarak tek bir Alevilik savunumuz yok. Yani site olarak Alevilik şudur demiyoruz. Her üyenin ya da her yöneticinin farklı Alevilik anlayışı vardır, olabilir.

diyerek AW'nin bakış açısını anlatmıştır. 1997-1998 yılları arasında İstanbul Şahkulu dergâhında 1.623 kişi ile yapılan ankette, Alevilerin kimlik temsilleri ile ilgili sahip oldukları çeşitliliği gösteren sonuçlar elde edilmiştir. Öncelikle kendini tanımlamak konusu dikkat çekicidir: Katılımcıların %59 kendini Alevi, %13,2'si Alevi-Bektaşi, %10,4'ü Kızılbaş, %5,9'u Bektaşi, %3'ü ise Şii olarak tanımlamaktadır. Aleviliği bir mezhep olarak görenlerin oranı %43 iken Alevilik katılımcıların %10,4'üne göre tarikat, %10,5'ine göre din, %16,9'una göre yaşam tarzı, %16,1'ine göre ise kültürdür (Massicard, 2007: 120). Aleviliğin hangi biçimine inandıklarına dair AW özelinde kapsamlı bir veri olmamakla birlikte, yukarıdaki temel kategorilerin kullanıcılar arasında kabul gördüğü varsayılabilir.

Alevilik inancının farklı katmanları; kültürel, dinsel ya da mezhepsel ayrışmaları bulunmaktadır. Genel olarak Türkiye'de Alevi teolojisinin ne olduğunu anlamak amacıyla farklı yazar ve grup temsilcilerinden hareketle Faruk Bilici, Aleviliği dört ana gruba indirgemektedir (Özdamar Akarçay, 2014: 89). Bunlar-

dan ilki, "çağdaş Türkiye'nin sanayileşme, şehirleşme ve genel olarak modernleşme sürecinde oluşan" Aleviliği, halk hareketi ve ezilmişlerin yanında yer alan bir ideoloji olarak tanımlayan gruptur. Aleviliği sınıf mücadelesinin bir unsuru yapan, Marksist Alevi teolojisi üreten bir eğilim olarak görülebilmektedir. Bu eğilim Pir Sultan Abdal Derneği ve derneğin dergisi etrafında şekillenmiştir. İkincisi, İslam tasavvufunun heterodoks tarafında kendini tanımlayan, dinsel bağlanma ve Tanrı'ya yönelme konusuna 'kişi' temelinde bakmanın esas olduğu gruptur. Bu Alevi inancı, Hacı Bektaş Veli Dernekleri ve Dergâhları, Semah Vakfı ve *Nefes* dergisi etrafında toplanmıştır. Üçüncü grup ise daha gelenekçi bir gruptur ve teolojik bakımdan kendini İslam dininin bir parçası, hatta Aleviliği de gerçek İslam olarak kabul etmektedir. Bu grup Cem Vakfı ve *Cem* dergisi etrafında şekillenen, Diyanet İşleri Başkanlığı içinde Alevilerin temsil edilmesini isteyen ve devletin cem evleri kurmak konusunda parasal destek vermesi gerektiğini savunan bir gruptur. Dördüncü ve son grup ise yeni sayılabilecek bir akımı, yani 'Şii renkli' Aleviliği temsil etmekte; yalnız 12 İmam ve İran Şiiliğinin takipçisi olduklarını söylemektedirler. İslam şeriatının kurallarının Aleviler tarafından da aynen uygulanması gerektiğine inanan grubu, Çorum'da Ehl-i Beyt Camii, İstanbul'da Zeynebiye Camii temsil etmektedir (Bilici, 2010, 74-79). İnançların ve ritüellerin çoğu Alevi topluluğunda ortak olsa da dinî uygulamalarda büyük bir çeşitlilik bulunmaktadır. Örneğin ülkenin batısındaki Tahtacıların ibadet ve inançları ile Tunceli bölgesinde Kürtçe konuşan Alevilerinki farklılaşmaktadır. Bu karışıklık, onun sosyolojik çeşitliliğinin yansıması olarak değerlendirilebilir. Karışıklığın sebeplerinden biri, Alevilerin yüzyıllar boyunca tecrit edildikten sonra aynı kent alanı içinde aniden yüz yüze gelmeleri ve farklı kökenlere sahip olmalarıdır. Dolayısıyla talep ettikleri tanınma biçimleri de farklılaşmakta, ortak bir anlaşmaya varılamamaktadır (Massicard, 2007: 20-21).

AW'nin vurguladığı çeşitlilik ve çoklu Alevilik tanımı anlayışının sebebini Can şöyle açıklamakta:

> Alevilik, yazılı kültür geliştirememiş, baskılardan dolayı jenerasyonlar arası kültür iletişiminde sorunlar yaşamış bir toplum. Bu da coğrafi olarak farklılıklara yol açmış.

Onların yapmaya çalıştıkları şey ise, "Aleviliğin tanımı işini üyelerine bırakmak" ve "tartışarak, anlaşarak veya anlaşamayarak bir sonuca ulaşmalarını" beklemektir. Sorulması gereken en temel soru ise bir sonuca ulaşılıp ulaşılamayacağıdır. Aleviliğin sözlü geleneğe dayanan yapısı, Alevilerin birbirlerinden uzak coğrafyalarda yaşayarak inançlarını farklı şekilde yorumlamalarına ve ritüellerinin çok çeşitli hâller almasına neden olmuştur. Alevilik, bağdaştırmacı ve kendi içinde ayrışmamış bir fenomen olarak; inanç, din, kültür, toplumsal ve ahlaki gibi belirlenen tasniflere karşı ciddi bir meydan okumadır (Massicard, 2007: 104). Ancak Massicard'ın da (2007: 101) belirttiği gibi, Alevi cema-

atinin "parçalı, ağımsı, çok başlı bir yapısı" ve bu kümelenme içinde "her örgütün, haber ve kişi dolaşımı aracılığıyla çok sayıda bağı korusa da diğerlerine göre özerk bir biçimde" davranması, Alevi hareketini örgütlerin birbirleriyle yarıştığı bir zemine kaydırmıştır. Ona göre "çok örgütlü alan ne hiyerarşi oluşturma ne de çatışmaları çözümleme açısından hiçbir merkezi konuma sahip değildir" (Massicard, 2007:102).

Yöneticiler, Aleviliğin tanımını üyelere bırakmanın önemini belirtirlerken bu durum, aktif üyelerin kendi Alevi inanışları ile ilgili çatışmaya girmelerine sebep olmuştur. Aleviliğin içinde çoğalan bu farklı inanışlar Alevileri kendi içinde bölmüş ve hatta birbirlerine bakışlarını etkilemiştir. AW'deki tartışmalara bakıldığında en yoğun tartışmalar, farklı Aleviliğe inanan kullanıcılar arasında yaşanmaktadır. Özellikle Aleviliği bir mezhep olarak gören ve Türklüğü öne çıkaran grup ile Aleviliği ideolojik ve kültürel perspektifle okuyan grup arasındaki derin ayrım, mesajlaşmalardan ve gönderilen metinlerden anlaşılmaktadır. Zaman zaman farklı gruplar arasında kullanılan olumsuz söylemler, üyelerin yönetim tarafından banlenmlerine[7] de sebep olmaktadır. Bunchstein (1997: 258), internetin ilk dönemlerinde kullanıcılar arasında kibar bir dilin kullanıldığını, günümüzde ise kaba bir dilin hâkim olduğunu vurgulamaktadır. Sanal cemaatler ve tartışma grupları üzerine yapılan araştırmalar bu iddiayı doğrular niteliktedir. Araştırmalarda grupların söyleminin tahrik, dedikodu ve iftira, 'laf atma' gibi niteliksiz etkileşimden oluştuğu tespit edilmiştir (Dahlberg, akt. Binark vd., 2012: 57). Böylesi bir etkileşime karşı tutum, forum kurallar listesinde her ne kadar ısrarla vurgulansa da AW'deki tartışmalarda da sert ifadelerin kullanıldığı gözlenmiştir.

Site ile ilgili dikkat çekici bir başka gözlem ise, kendini bir gruba ait olarak gören ancak diğer grupların üyeleri ve inanç biçimleri ile hiç karşılaşmamış Alevilerin, AW üzerinden farklı Alevilerle iletişime geçmelerinin doğurduğu sonuçtur. Bu gözlem, İlyas'ın deneyimi ile örneklendirilebilir. Aktif kullanıcılardan biri olan İlyas, Aleviliği önce ailesi ve çevresinden, sonra ise AW'den öğrendiğini söylemiştir. Kendi inanışında Aleviliği, İslam geleneği içinde bir mezhep olarak tanımladığını belirtmiştir. AW'den sonra ise tarihsel olarak eksiklerini giderdiğini ancak kendi inanışının dışında farklı Aleviler tanıdığını ve hissettiklerini şöyle anlatmıştır:

> En başta garip geldi. Forumdan tanıdıklarımın bazıları Allah'a inanmıyordu. Bazıları bir din olarak görüyordu. Kendimizi bu kadar karışık bilmiyordum. Şahsen ilk zamanlar çok şaşırdım bunlara. Açıkçası dışarıda Aleviler deyince, bazılarının kötü yorumlarının böyle insanları tanıyıp yaptığını düşünmeye başladım. Sonrası biz neyiz dedim düşündüm bunları. Ve hepsi saçma geldi bana.

7 Banlenmek: bir kullanıcının, sosyal ağlara girişinin engellenmesi.

İlyas'ın, Aleviliğin mezhep olduğuna inandığını forumda dile getirmesiyle birlikte forumun diğer kullanıcıları tarafından yargılanması, Aleviliğin kendi içindeki parçalanmışlığının bir göstergesidir. Zeynel'in "söyleyenleri de suçlamaktan, etiketlemekten geri durmadık" sözü, üyeler arasında Alevi inanışının farklılığına yönelik tartışmalar yapıldığını ve bu tartışmaların üyeler arasında dışlanmaya sebep olduğunu anlatmaktadır. Zeynel ve İlyas bu tartışmalar sonucunda AW'den banlendikleri için bir süre sonra foruma aktif olarak katılmayı bıraktıklarını belirtmişlerdir. Sitenin yeniden açılma sürecinde ise verilerin silinmesiyle birlikte 'banleri' kalktığı için normal üye statüsüne geri dönmüşler, siteyi takip etmeye devam etmişlerdir. AW tarafından dışlanmasının söz konusu olamayacağını savunan ve sitenin yurtdışı temsilcisi olan Cafer, Alevi kültürü ve inanışının gelecek nesillere aktarılması ve inanç eğitiminin eksikliğine vurgu yapmaktadır. Alevilik inancı ile ilgili temel sorun, bir kavram kargaşasıdır:

> Yol ve erkân bilgilerinde yetersizlikten doğan fikir çatışmasından söz edilebilir. İki taraf birbirine bilgi ve görüşünü kabul ettirmeye çalışıyor. Bu da bir bakıma doğal. Oysa Yol hepimize yön verecek kadar uludur, doludur, açıktır.

Zeynel, AW'ye katıldığında Alevilik ile ilgi karışık fikirleri olduğunu, "Ali'siz Alevilik"[8] söylemine yakın olduğunu, yöneticilerden birini ve babasını tanıdığı için AW'ye üye olduğunu anlatmıştır. Özellikle orada bulunan bazı üyelerin yazılarından etkilendiğini ve o söylemlerin daha inandırıcı gelmeye başladığını belirtmiştir:

> Bu arada Erdoğan Çınar'ın kitapları çıktı. Bize farklı bir kapı açmıştı sanki. Bizde de gerekli birikim olmadığından inandırıcı geldi. Çünkü bizler, İslam'ı ve Aleviliği ve Alevi kurum ve kurallarını bilmediğimizden diğer söylemlere yanıt bulamamıştık; söyleyenleri de suçlamaktan, onları etiketlemekten geri durmadık – yoktu yani, ben tanımıyordum ve onu yazan kitapları okumamıştım. Köyümde öğrendiğim inancımı da küçümser olmuştum.

Zeynel'in yaşadığı içsel tartışmalar, "Aleviliğin kırsal, kapalı ve küçük cemaatsel bir yapıya göre şekillenmiş bir deneyim ve birikime dayanması, kentlerdeki yaşama adapte olamamaları" (Tol, 2009: 304) tespitiyle açıklanabilir. Köy cemaatinde yaşanan geleneksel Alevilik ile kentlere göç ile değişen ve çoğalan modern Alevilik inanışları arasındaki belirsizlik karşısında kararsızlık yaşayan Aleviler, Alevilik deneyiminden uzaklaşmaya başlamışlardır. AW'deki tartışmaları anlayabilmek için geleneksel Alevilik ile modern Alevilik arasındaki temel farkları ortaya koymak gerekmektedir. Yıldırım (2012) bu farkları şöyle sıralar:

---

8 Alisiz Alevilik, Faik Bulut'ın aynı adlı kitabında bahsettiği, Hz. Ali ve Alevi fikriyatı arasında herhangi bir bağın olmadığını, tersine Aleviler diye tanımlanan İslam karşıtı eylemcilere bizzat Hz. Ali tarafından karşı çıkıldığını ve Hz. Ali'nin Sünni olduğunu savunan görüştür.

- Geleneksel Alevilik kırsaldır; modern Alevilik kentseldir.
- Geleneksel Alevilik inanç merkezlidir; modern Alevilik kimlik merkezlidir.
- Geleneksel Aleviliğin taşıyıcı kurumları dede ocakları, musahiplik ve cemdir; modern Aleviliğin taşıyıcısı dernekler ve cem evleridir.
- Geleneksel Aleviliğin dinsel-sosyal kurgusu 'dede-talip ilişkisi' üzerine oturmaktadır; modern Alevilik 'cem evi–cemaat ekseni' etrafında şekillenmektedir.
- Geleneksel Alevilik toplum merkezlidir; modern Alevilik birey merkezli olacaktır.
- Geleneksel Alevilik İslami geçmişe dayalı bir ortak bellek ve tarih algısına sahiptir; modern Alevilik Kemalist geçmiş ve yakın tarihinin mağduriyetlerini ön plana çıkarmaktadır.
- Geleneksel Alevilik buyruklar, velayetnameler, belirli âşıkların (ozanların) deyişleri gibi kaynakları ana referans olarak kabul etmektedir; modern Alevilik ana referanslarını henüz netleştirmemiştir.
- Geleneksel Alevilik sözlü; modern Alevilik yazılıdır.

Aleviliğin laiklikle olan ilişkisi 1970'lerdeki sol hareketle kurduğu ilişki ile birleşince geleneksel olan Alevilik önemini yitirmiştir. Aleviliğin geleneksel niteliklerine (dedelik, müsahiplik, cem) olan sempati, yerini kültürel-sembolik değerlere bırakmıştır. Bu bağlamda Aleviliğin dinî karakteri sorgulanmaya başlanmış ve İslam'ın içinde mi dışında mı konumlandırılması gerektiği de tartışmaya açılmıştır. Günümüzde Aleviler ve Aleviliği aynı çatıda, farklı katlarda birleştiren sivil toplum kuruluşları ve onların lider kadrosu Aleviler arasındaki ayrışmanın temsili niteliğindedir (Tol, 2009: 304-305).

Nagel'in (2002: 28) önerdiği, sanal cemaatlerde görülen 'grup kutuplaşması' kavramsallaştırması cemaat içinde farklı ve marjinal düşüncelere sahip olanların sadece kendileri gibi düşünenler ile bir araya gelip, diğerlerini dışlamalarını tanımlamak için kullandığı bir kavram setidir. İlyas'ın diğer üyelerle yaşadığı, inanç sorunu üzerine söyledikleri bu kutuplaşmaya örnek teşkil etmektedir: "Bayramlarda camiye gidip namaz kılarım; babamla cem evine gidip geliriz ayrıca. Bunu forumdan birisine söyleyince ya Yezid oluyorsunuz ya yoldan çıkmış." Söz konusu kutuplaşmanın sanal ortamın dışında, Türkiye siyasetinde çok uzun zamandır egemen olduğu da aşikârdır. Siyasetin dilinin, pratiğinin kutuplaşma zemini üzerinden yürütüldüğü bir ortamda, sanal cemaatlerin de böylesi bir ortamdan etkilenmesi kaçınılmaz görünmektedir.

Türkiye'nin siyasi iklimi AW'de hissediliyor...

AW'nin politik mesajları üç forum kategorisinde toplanmıştır: 'Siyaset/politika', 'Alevilik güncel' ve 'güncel olaylar/haberler'dir. Diğer kategorilerde açılan siya-

set haberleri ve politik görüşler, yöneticiler tarafından bu üç kategori altına aktarılmaktadır. AW'nin 2013'den buyana kapalı olması ve 2009'dan buyana paylaşılan bütün bilgilerin silinmesi nedeniyle o döneme ait yazışmalara ulaşılamamaktadır. Mart 2015'de açılması sebebiyle, dikkati çeken en önemli politik başlık 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri olarak görülmektedir. Özellikle HDP ile ilgili başlıkların çokluğu dikkat çekmektedir. "Aleviler HDP'ye neden oy veriyor" (7.430 görüntülenme), "Aleviler HDP'ye Oy Vermez" (3.754 görüntülenme), "AKP Karşıtlarının HDP Sevdası Aptallıktır" (2.718 görüntülenme), "HDP'nin Çirkin 19 Mayıs Mesajı" (1.450 görüntülenme), "HDP'ye Oy vermek" (1.402 görüntülenme), "HDP'nin seçim bildirgesi" (988 görüntülenme), "Kılıçdaroğlu: HDP'yi Suçlamak Haksızlıktır" (794 görüntülenme), "HDP?..." (773 görüntülenme), "HDP Solcu mu?" (647 görüntülenme) gibi başlıklar, AW forumda en çok görüntülenenlerdendir.[9] Bu başlıklar altında yer alan mesajlara göz atıldığında HDP'yi destekleyenler, ona karşı olanlar ve onun hakkında kararsız kalanlar arasında bir tartışmanın sürüp gittiği görülmektedir. HDP ile ilgili konuları açanlar ise genelde HDP'ye karşı olanlardır. Bunchstein'e göre (1997: 258), internette yapılan politik tartışmalar, kısa süre içinde birkaç uç görüş arasındaki tartışmaya dönüşmektedir. Kamusal alanının temel niteliği olarak tanımlanan ikna süreçleri ise bu mecralarda geçerli olmamaktadır. Lindgen ve Lidström (2011: 1015) ise internetle birlikte politika yapma şeklinin değiştiğini, bağımsız tartışmalarla ortaya çıkan bir politikleşme hâlinin oluştuğunu vurgulamıştır.

Can'a göre HDP'ye olan ilginin ve AW'de tartışılan politik konulardaki artışın sebebi, Türkiye'de ortamın politikleşmesiyle AW'nin de politikleşmesi. HDP'nin, AW güdenimin üst sıralarına yerleşmesinin nedeni, Can'a göre, özellikle seçim öncesi siyaset yapma biçimiyle Türkiye'nin en önemli gündem maddelerinden biri hâline gelmesidir. Seçimlerde oyunu ikiye katladığında HDP'nin AW'de popülerleştiğini belirten Can, "Cumhuriyet mitingleri zamanında da Tuncay Özkan ve çevresi AW'de çok popülerdi örneğin. Alevilerin gündeminde ne varsa, genelde AW'de de o oluyor hâliyle" yorumunu yapmaktadır. Bu durumun AW'yi 'edilgen' gibi gösterebileceğini ancak AW'nin 'yapay' gündemler yaratmadığını veya yöneticilerin gündemini üyelere dayatmadığını şöyle ifade etmektedir:

> Gündemi yaratan AW'nin kendi üyeleri. Onlar da ülkedeki politik koşullardan etkileniyor. Memleket son 3-4 yıldır, 1980 sonrası hiç olmadığı kadar politik. AW de hâliyle giderek politikleşiyor.

Sitenin çevrimiçi rekoru, 11,834 üye ile 4 Haziran 2015 tarihinde gerçekleşmiştir. Seçimlerden 3 gün öncesine denk gelen bu rekor, üyelerin AW'deki si-

9 Şunu unutmamak gerekir ki görüntüleme sayısı sadece bu başlıkları tıklamaktan ibarettir. Üyenin ya da misafirin sayfada ne kadar süre kaldığı konusu ise edinilmesi zor bir bilgidir.

yasi, politik tartışmaları takip ettiklerini gösteren önemli bir veri olarak değerlendirilmelidir. Görüşmecilerime, seçim gibi güncel politik olaylarla ilgili karar almalarında üzerlerinde AW'nin bir etkisi olup olmadığımı sorduğumda, doğrudan etkilendiklerini söylemeseler de AW'yi önemsediklerini belirten cevaplar aldım:

> Hayır. Ancak kararımı etkilemese de fikrimin gelişmesine yardımcı oluyor. Karşıt fikirleri de takip ederim. (Zeynel)

> Kaynaklardan biri denilebilir. Ya da daha çok önemli kararlara etki etmekteyiz belki de. Farklı olanların yazıp savunduklarıyla kendi doğrularımı sınayabiliyorum. Bu yolla örneğin siyasi tercihlerimin aslında kendini var ediş nedenlerini daha net görebiliyorum. (Musa)

> Karar verdikten sonra okumak benim için daha öncelikli. (Hasan)

Sosyal ağlar sayesinde insanlar farklı fikirlerle karşı karşıya gelebilmekte; kendi fikrini söyleyerek, bir tartışmaya girebilmektedirler. Ağlar, bireylerin fikir üretme becerilerine de katkıda bulunmaktadır. Ürettiği fikre benzer ya da karşıt fikre sahip diğer kişilerle de tanışma fırsatı sunmaktadır. İlyas'ın "Kendimizi bu kadar karışık bilmiyordum. Şahsen ilk zamanlar çok şaşırdım bunlara" ifadesi, bu konuya örnek teşkil eder. Ortak bir değere, ilgiye, inanışa sahip olsalar da üyelerin AW ile ilk karşılaşmalarındaki şaşkınlık, forumlardaki farklı seslerle tanışmalarının bir temsili gibidir.

İnsanların zaman, baskı, ilgisizlik ya da temsil gibi sorunlar nedeniyle gündelik yaşamda siyasete karşı mesafeleri, herhangi bir partiyi desteklememeye ya da bir ideolojik sahipliği reddetmeye neden olabilmektedir. Ancak sosyal ağlar bunu kırabilir. Türkiye gündemine ilişkin AW'deki paylaşımların ve tartışmaların sıklığı, görüntülenme sayısının çokluğu, güncel sorunlara ve politikaya olan ilginin bir göstergesidir. Çünkü bilgiye bilgisayarlar üzerinden ulaşmak, bilginin yayılmasını, edinilmesini kolaylaştırmıştır. Bu hâliyle, kullanıcılar, medyanın kontrolünün ve etki gücünün ortadan kaldırıldığı, sanal bir forumda tartışma ve birbirini etkileme, etkileşim ve iletişim içinde olma fırsatı bulmuşlardır (Castells, 2005b: 528). İnternet aktivizminin en önemli alt metinlerinden bir tanesi medya demokrasisidir. Bireysel dijital ağlar sayesinde medyayı tüketenler, kolay ulaşılabilen ve herkesin kullanımına açık yazılımlar tarafından üreticilere dönüşmüşler, bilginin demokratikleşme süreci de başlamıştır (Bennett, 2003: 144). Böylelikle kullanıcılar, gerçek yaşamda siyasi arenaya ve politik mecralara göstermedikleri ilgiyi internet aracılığıyla göstermektedirler. Dolayısıyla AW gibi sanal platformlar, yurttaşların yatay düzeyde etkileşim içine girerek demokratikleşme açısından yeni fırsatların ortaya çıkmasında potansiyel taşımaktadır.

AW'nin kamuoyu yaratma gücü ve dijital bölünme sorunu

Sosyal ağları ana akım medyadan ayıran temel özellik, her konuda kendi duyarlılığını dile getirmektir. "Tartışma ve bilgiye dayalı bir eleştiri forumu, bireylerin ve grupların bir görüşü ifade edebilecekleri ya da bir davayı savunabilecekleri bir kanal" sağlamaktadır (Underwood, 2002: 130). Sosyal ağların içinde yer alan forum gibi ortamların, özgür bir tartışma alanı sağlaması, foruma olan güvenin kurulması ile birlikte üyelerini harekete geçirme gücünü arttırmaktadır. Çünkü internet, yeni demokratik iletişim olanakları sunmaktadır. Tılsım'a (2003: 207) göre, internet ve demokrasi ilişkisinden bahsederken, beş temel unsuru tanımlamak gerekir: Bunlardan biri, kolay erişim ve erişimde yeterli olmak; ikincisi, internetin otoritelerden muaf ve bağımsız olarak örgütlenebilmesi; diğerleri ise ifade özgürlüğünün sınırsız olması ve içerik denetiminin zorluğu; siyasal katılımın artması; sivil toplumun genişlemesi küreselleşmesidir. Meyer ise (2004: 137) internetin demokratik iletişim ve eylem kapsamını dört başlık altında inceler:

1. İnternet; aktivist grupların kurumlar, siyasal karar merkezleri ve farklı örgütler ile ilgili bilgiye ulaşmasını kolaylaştırır. İnternet, bağımsız grup inisiyatifleri kurmada ya da siyasete müdahâlede bir kalkış noktası olarak kullanılabilir. Her iki durumda da internet siyasal katılım olanaklarını çoğaltır.
2. İnternet, yerel ve bölgesel düzeyde sivil toplum içinde eylem ağları örgütlemek için etkili bir araçtır.
3. Otoriter siyasal liderler iletişim ablukaları dayatınca, internet bilgi aktarmak, fikir alışverişinde bulunmak ve protestoları koordine etmek için merkezî otoritelerin kolayca kontrol edemedikleri bir forum da sağlayabilir. Yani internet, siyasal otoritelerin medyada yer almasını istemedikleri, dışladığı kamusal iletişimin yerini oldukça etkili bir biçimde alabilir.
4. Aktivist internet toplulukları ihmal edilen kamusal sorunları kitle iletişim araçlarının gündemine sokabilir ve böylece siyasal aktörlerin bu sorunların farkına varmalarını sağlayabilir.

AW'nin özellikle en aktif olduğu dönem olarak gösterilen 2006-2010 dönemini Can, Alevilerin hızla örgütlendikleri, inançlarına karşı tehdit hissettikleri bir dönem olarak tanımlamaktadır. Ona göre bu tehdit onların 'Alevi kimliği' etrafında bir araya gelmelerini sağlamıştır. Bu birlikteliğin içindeki farklı kimlikler "Türk milliyetçisi, laik, sosyalist ve Kürt milliyetçisi" olarak tanımlanan kimliklerdir. Aynı zamanda bu birliktelik "farklı kanatlar arasında da bir mücadeleyi doğurmuştur". Can'a göre AW'nin buradaki misyonu "bu farklı kanatları asgari müşterekte bir araya getirmektir." AW'nin bu dönemi, Meyer'in (2004)

tanımladığı demokratik iletişim ve eyleme katılma dönemidir. Bu dönemde AW toplumsal hareketlere, gösterilere, şenliklere kendi ismiyle katılan, hatta bu türden organizasyonları örgütleyen bir topluluktur. Gerçekleştirdikleri etkinlikler ve katıldıkları toplumsal eylemlerde AW, fiziksel bir örgütlülük de sağlamıştır. Sahada varlık göstermenin zorluğundan bahseden o dönemin site yöneticisi Sadık, bu örgütlülüğü şöyle tanımlamaktadır:

> Çok zor şartlarda, büyük Alevi mitingi için Ankara'ya gitti AW. Ankara mitingimizde 40 kişi civarındaydık sanırım. Zor şartlarda İstanbul'daki mitinglere katıldı. Hem de uzak bölgelerden gelen üyeleriyle. Adana'dan İstanbul'a bizle beraber yürümek için gelen üyemiz, yöneticimiz var. İstanbul'dan üyelerimiz 2 Temmuz'da Sivas'a gittiler.

Sadık, üye sayısına rağmen bu katılımın düşük bulunabileceği ihtimaline karşı, Meyer'in vurguladığı dört başlığın tam da özeti sayılabilecek şu açıklamayı yapar:

> "Siz şimdi 55 bin üyeye 40 kişi mi?" diyeceksiniz. O 40 kişi bence 100 binlerden daha kalabalıktı. Çünkü düşünün, birbirini daha önce hiç görmemiş, tanımamış, sohbet dahi etmemiş kişiler bir sitenin çağrısına uyuyor ve bir yerde toplanıyor. Başına ne geleceğini bilmeden sadece Alevilik için geliyor. Tabii ki birbirini tanıyan arkadaşlarımız da var ama inanın bizi hiç tanımadan gelenlerin sayısı da azımsanmayacak oranda.

Amerika'daki çevre hareketi ve Amerikan Milisleri üzerine yapılan araştırmalar, "internetin bir bilgilendirme, iletişim ve örgütlenme aracı olarak kullanımının taban örgütlenmelerini güçlendirdiği"ni ortaya koymuştur (akt. Castells, 2005b: 529). AW'nin ilk dönemi de taban örgütlenmelerinin güçlendiği bir dönemdir. Çünkü Alevilerin yıllardır iktidardan bazı talepleri vardır. AW'nin de içinde bulunduğu toplulukların taleplerini Sadık şöyle özetlemektedir:

> Bizim uzun süredir bir mücadelemiz var. Bu ülkede Sivas'ta bir ayıp yaşandı. Daha önce de Çorum'da, Maraş'ta aynı ayıplar yaşanmıştı. Aleviler hep katledildi; hor görüldü. Biz de dedik ki bu ayıbı birileri temizlemeli ve en azından şu Madımak Oteli'ni kebapçıdan kurtarın ve müze yapalım. Orada hayatlarını kaybeden insanların resimleri olsun, hatıraları olsun.

Bu taleplerin gerçekleşmesi için de Alevilerin görünür olmaları gerekmiştir. Alevi uyanışı olarak tanımlanan bu dönemde görünürlüğü sağlamak için örgütlülük şarttır. AW, bu örgütlülüğü sağlamak için diğer Alevi forumları ile ortaklaşa çalışmalar yürüterek bir imza kampanyası başlatmış, 50 binin üzerinde imza toplanmıştır. Buna benzer örneklerden yola çıkarak Castells (2015b: 529), yeni elektronik iletişimin etkilerinin en fazla; ana akım siyasi sistemin dışında kalan grup ve bireylerin, ilgilendikleri meselelere odaklı bir hareketlilik ve ey-

lemlilik içine girmelerinde hissedildiğini vurgulamaktadır. Böylece bu tür hareketliliğin yeni bir tür sivil toplum inşa edebileceğini, elektronik bir taban demokrasisini mümkün kılabileceğini savunmaktadır. Cafer, Castells'in görüşünü destekler nitelikte, Alevilerin sesi olabileceklerini ve Alevi kamuoyunun sözcülüğünü yapabileceklerini belirterek AW'nin demokrasiye hizmet görevini yerine getirebileceğini savunmuştur:

> Aleviler de AW aracılığı ile seslerini duyurarak demokratik itiraza katılabilirler; itiraza yer olmayan olumlu işleri desteklediklerini beyan eder ve yine bir demokratik oluşuma katılmış ve birçok kişiyi de katmış olur.

Cafer'in aksine İlyas ve Zeynel, AW üzerinden bu tür bir örgütlülüğün gerçekleşemeyeceğini, AW'nin bütün Alevilerin sesi olarak kamuoyu oluşturamayacağını iddia etmektedirler:

> Açıkça fikrim 'Hayır' çünkü Aleviler kendi içinde birlik olmadıkça ezilmeye mahkumlar ve böyle de gidecek kıyamete kadar. Sizin elma dediğinize ben armut diyorum orta yolu yok bunun. (İlyas)

> Önemli olan gerçek hayatta, yaşamda kamu oluşturmak, bir şekilde görünür olmak... Günde 5 kişinin geyik yaptığı, 20 kişinin giriş yaptığı sitelerimizde bu mümkün değil. (Zeynel)

Zeynel ve İlyas'ın vurguladıkları bir diğer önemli nokta ise sanal cemaatlerin, kitle iletişim araçları kadar etkili olmadıklarıdır. Zeynel bu konuda şu yorumu yapmıştır: "Alevilerle ilgili bir konuyu ulusal basın gösterirse bir kamuoyu oluşur, AW'deki yazının duyulması mümkün değildir." İlyas ise "sosyal medyanın, yerine göre çok güçlü bir silah" olduğunu ancak "TV-gazetede güç kimdeyse, onun istediği haberlerin" yayınlandığını vurgulamıştır. Zeynel, "Bu bilgisayar programlarını bilen kaç kişi vardır? İnternete giren kaç kişidir?" diye sormuştur. Ona göre, ulusal basında bir haber bültenini milyonlarca kişi izlemektedir. "Günde 5 kişinin geyik yaptığı, 20 kişinin giriş yaptığı" Alevi sitelerinin kamuoyu yaratmasının da mümkün olamayacağını belirtmiştir. Bu söylemler yeni bir sınıfsal bölünme türünü ifade eden 'dijital bölünme' kavramını çağrıştırmaktadır. Dijital bölünme, coğrafi (uluslararası) ve ulusal düzeyde olmak üzere iki düzeyde ortaya çıkmaktadır. Coğrafi bölünme ile kastedilen, internet erişiminin sınırlı olduğu, ekonomik olarak gelişmemiş ülkelerdir. Ulusal bölünme ise, ülkelerdeki dezavantajlı grupları tanımlamaktadır. Bu gruplar, kendilerine ifade olanağı bulamayanlardır (Lister vd., 2009: 183).

Dijital bölünme ile kastedilen bir başka yaklaşım ise, ekonomik yetersizlikler nedeniyle internete bağlanmak için gerekli donanımı satın alamama, interneti kullanmak için sınırlı yeterlilik ve ilgisizlik nedeniyle yakın gelecekte internet

kullananlar ve kullanmayanlardan oluşan iki sınıflı bir toplumun oluşma olasılığından bahseder (Meyer, 2004: 135). Bu iki sınıf arasındaki temel fark; interneti kullananların genç, iyi eğitimli, yüksek gelirli profesyoneller olmaları, kullanmayanların ise görece daha düşük eğitim ve gelir düzeyine sahip olmalarıdır. Aynı zamanda bu ilk grup, "kitle iletişim araçlarından etkin bir biçimde yararlanırken onlardan nasıl bağımsız kalınacağını" bilenlerden oluşmaktadır. İkinci grup ise "siyasal ve sosyal anlamda pasif, yalnızca kitle kültürü ürünlerini çekici bulan" bir kitledir ve internet hâlâ onlar için yabancı, keşfedilememiş bir dünyadır (Meyer, 2015: 135). Aleviler içinde de bu tür bir ayrışmanın olduğu düşünülmektedir. Ancak Facebook, Twitter gibi sosyal paylaşım sitelerinin popülerleşmesiyle birlikte anılan bu ikinci grubun da yavaş yavaş internete yaklaştığı söylenebilir. Zira Can'ın, üye profilini tanımlarken vurguladıkları bu yöndedir:

> Yaş konusunda kesin istatistik yok. Ama gözlem olarak, eskiden [2010 öncesi] daha çok gençlerin ilgi gösterdiği bir mecra iken AW, sosyal medyanın gelişmesiyle birlikte, daha çok orta yaş ve üstünün ilgi alanı hâline geldi diyebilirim.

Ergül vd. (2012) kent yoksullarının günlük yaşamında medyayı ele aldıkları etnografik saha çalışmasında, yoksul hanelerde internetin yoksullukla baş etmede, akrabalarla iletişimde, eğlence amacıyla, yerel ve politik kimliklerin pekiştirilmesinde işlevsel olarak kullanıldığını gözlemiştir. Yazarlara göre, "İnternete erişim sahibi olmak, o hane bireylerini bilgi yoksulluğundan" çıkarmasa da "gelecekte gerçekleşen bir dönüşümün sinyallerini" vermektedir. Cafer, tam da bu durumu tanımlarcasına, "önümüzdeki 15 yıl içinde internete ulaşamayan insanın kalmayacağını" iddia etmektedir. Yeni medya tartışmaları ekseninde gelişen yeni medya okuryazarlığı kavramı, internete erişimi olan ancak bilgi yoksulluğundan kurtulamayanlar için bir reçete gibidir. Bu bağlamda Yeni Medya Çalışmaları Kongre sonuç bildirgesinin metninde yer aldığı üzere yeni medya okuryazarlığı, "yeni medya kullanımına ilişkin bilgi ve beceri sahibi olmayı, yeni medyanın potansiyelleri ile olası tehditlerine karşı farkındalık kazanmayı, yeni medyayı etik ve hak temelli kullanmak üzere tutum ve davranış geliştirmeyi"[10] içeren bir anlama sahiptir ve dijital bölünmeye bir karşı duruş sağlayabilir.

Kamuoyu oluşturma sorununa geri dönersek, toplanan imzalar sonucunda herhangi bir değişim gerçekleşip gerçekleşmediğini sormak gerekmektedir. AW'nin istekleri gerçek yaşamda örgütlenen Alevi derneklerinin her daim ifade ettikleri isteklerdir. Sanaldan gerçeğe doğru yol alan AW'nin çabası ile gerçek yaşamda kabul göremeyen bu isteklerin gerçekleşmesi zor görünmektedir. AW'nin gerçekleştirdiği bu kampanyalar, ötekileştirilen Alevilerin toplumsal eylemlere katılımını arttırmış olabilir ancak bir dönüşüm yaratamamıştır. Can,

10 http://www.yenimedya.org.tr

Aleviler içindeki bölünmeyi ve Alevilerin sesinin Alevi sivil toplum örgütleri tarafından yeterince duyulmadığını şöyle örneklemektedir:

> 2010-2011 sonrası, ülkede yalnız Aleviler değil, ülkenin yarısı kendisini 'tehdit' altında hissetmeye başladı. Nitekim bu tehdit algısının nasıl farklı kesimleri bir araya getirebildiğini Gezi'de gördük. Aleviler de bu süreçte farklı gruplarla 'daha geniş' birliktelik arayışına girdiler. Alevi sivil toplum kuruluşları, birlikleri bu süreçte 'pasif' ve 'edilgen' kaldı. 2010 öncesi Alevi kimliği ile bir araya gelip 'Biz buradayız' diyen kitleler; artık 1 Mayıslarda coplananlarla, Ergenekon veya Devrimci Karargah gibi davalarda zulüm görenlerle, madenlerde ve fabrikalarda ölenlerle bir araya gelmek istiyordu. Ama Alevi örgütlenmeleri bu işe öncülük veya rehberlik edemediler.

İnternetin kamuoyu yaratmadaki gücünün yeterli olmaması ve forumların rasyonel tartışma forumu olarak görülemeyeceğinden yola çıkarak, konsensüs sağlamanın zor olduğu söylenebilir. Bununla birlikte çoğul kimliklerin, yani istikrarsız kimliklerin; istikrarlı bir cemaat oluşturamayacağını, uzlaşmayı destekleyecek koşullar yaratılmadan da görüşlerin çoğalmasına ve dallanıp budaklanmasına sebep olacağı öne sürülebilir (Underwood, 2002: 133). Bu bağlamda, internet kuramcılarının toplumların dönüşümü ve demokratikleşme konuları ile ilgili iki farklı bakış açısına değinmek gerekmektedir. Bard ve Söderqvist (2015) ilk grubu, 'ateşli taraftarlar', ikinci grubu ise 'kuşkucular' olarak adlandırmaktadır. Ateşli taraftarların temel argümanı, internetin tüm sorunlarımızın çözümü olduğudur. Onlara göre, ekonomi herkes için canlanacak, etnik ve kültürel çatışmalar ortadan kalkarak yerini küresel, dijital bir kardeşlik alacaktır. Enformasyon ulaşılabilir hâle gelecek, vatandaş olarak görevlerimiz daha anlamlı olacak ve demokratik sistem yeniden canlanarak, toplumsal uyumu ve ahengi yakalayacağımız mutlu bir dünya hayaline kavuşulacaktır (Bard ve Söderqvist, 2015: 19). Kuşkuculara göreyse, "dünya özünde tıpkı eskiden olduğu gibidir. [...] Üstelik iletişim kurmak için hangi teknolojiyi kullandığımızın pek bir önemi yoktur: Önemli olan şey hâlâ içeriktir. Eski ve sınanmış hakikatler gelecekte de aynı olacaklardır" (Bard ve Söderqvist, 2015: 18-19). İlk görüşte, 'teknolojik determinist' yaklaşım söz konusudur. Buna karşılık "teknolojik determinizm geleneğine karşı çıkan ve teknolojinin de sosyal olarak inşa edildiğini savunan" ikinci grup, "internet gibi enformasyon teknolojilerinin tek başına bir değişim ajanı olamayacağını, tam aksine kurulu düzenleri pekiştirici bir etki" yaratacaklarını savunmuşlardır (Bozkurt, 2000: 72). İlk görüş, ütopik bir görüştür çünkü bilgi iktidarları, siyasi iktidarlar, sermaye sahipleri alanı bu kadar kolay bir şekilde özgürleştirici, şeffaf, uyumlu ve katılımcı bir görüşe bırakmayacak kadar yönetme ve denetleme arzusuna sahiptirler. Bu bağlamda, daha çok teknoloji ve erişim demek daha çok gözetim ve denetim demektir. Bozkurt'un (2000) da vurguladığı gibi, "önümüzdeki dönemde, özgürlük ve gözetim arasındaki çelişki, diyalektik bir süreçte karşılıklı olarak birbirlerini besle-

yerek yeni sentezler oluşturacaktır." Teknolojinin ve dolayısıyla internetin tek başına demokratikleşme için bir umut, toplumsal eşitsizliklerin giderilmesinde önemli bir fırsat olduğu gerçeğinin yanı sıra; çeşitli kuşkuları, umutsuzlukları barındıran muğlak, öngörülemeyen bir mecra olduğu gerçeği göz ardı edilmemelidir. Sonuç itibariyle demokratikleşme sorunları, kimlik sorunları, aidiyet açmazları ve toplumsal eşitsizlikler gibi toplumsal sorunlar son kertede toplumsal birer gerçeklik olarak yaşamlarımızı meşgul etmektedir.

AW ile panoptikondan süper-panoptikona geçiş

Gözetlemek/gözetlenmek, bu şekliyle bir denetim altında olmak, günümüz toplumlarının en büyük sorunlarından biridir. Hatta bu his, kişilerin gündelik yaşamlarını etkiler düzeye gelmiştir. İnternet ile birlikte daha çok özgürleşmenin yaşanacağına inananlar, kendilerine ait sanal bilginin dehşete düşürecek şekilde genişlemesiyle yaşadıkları korku ve şaşkınlığı artık gizlememektedirler. Peki, günümüz toplumlarının üzerine bir sis gibi çökmüş bu gözetim ideolojisi nereden gelmektedir? Bunun için Foucault'ya başvurmak gerekecektir. Jeremy Bentham'dan aldığı panoptikon modeliyle Foucault, modernitenin yarattığı gözetim toplumunun detaylarını vermektedir. Bentham'ın panoptikon mimarisi, bir hapishane modelidir. Bu hapishanede bir gözetleme kulesi vardır. Mahkumların hücreleri, bu kulenin etrafında sıralanmıştır. Mahkumlar asla kulenin içindekini göremezler; kule ise tüm hücreleri görebilmektedir. Aslında kuledeki kişinin kim olduğu artık önemini yitirmiştir. Buradaki önemli nüans, mahkumların sürekli gözetlendiklerine duydukları inançtır. Bu durum 'görünmeden görme' olarak tanımlanmakta ve kişiler bu durumu içselleştirerek kanıksar hâle gelmektedir (Foucault, 2007: 95). Kule iktidarı temsil etmektedir. Ancak "tek bir kişiye verilmiş olan ve bu kişinin başkaları üzerinde uyguladığı bir güç yoktur, bu herkesi içine alan bir makinedir. İktidarı işletenler kadar üstlerinde iktidarı işletilenler de buna dahildir" (Foucault, 2007: 96). Yani iktidarın üstünde de bir üst iktidar mevcuttur. Bu artık tek bir iktidar olmaktan çıkmış bütünlüklü bir hâl almıştır. Gözetleyen göz her yerdedir. Birey sürekli izlendiğini hissederek iktidarın gözünün heryerdeliğini içselleştirmiş ve meşrulaştırmıştır.

Günümüzde durum, devreye bilgisayar ve ağların girmesiyle biraz daha karmaşıklaşmıştır. Süper-panoptikon kavramını geliştiren Poster (1995: 66), hapishanelerdeki gibi, veri tabanlarının da "bireyler hakkındaki bilgileri profiller şeklinde kopyalayarak, sürekli ve sistematik bir biçimde ve gizlice" çalıştıklarını vurgulamıştır. 'Mahkum'lar, artık panoptikon mimariyle yapılan bir mekana ihtiyaç duymazlar; tek ihtiyaçları gündelik yaşamlarını devam ettirmektir. Çünkü birey ne yaparsa yapsın, bilgisayarların kaydedeceği izler bırakmakta ve bu izler sayısal verilere dönüşmektedir (Poster, 1995: 66-67). Süper-panoptikonda veri tabanları kişinin farkında olup olmamasına bakmadan, her kişi için kim-

likler yaratmaktadır. Bu kimlikler sizin duygunuz, karakteriniz ya da düşünceniz dışında yaratılan kimliklerdir ve veri tabanları bireylerin kimliklerini çoğaltmaktadır (Poster, 1995: 65). Bizler, çoklu kimliklerimiz ve takma isimlerimizle her şeyden soyutlandığımızı ve özgür tercihlerimizle hayatımızı devam ettirdiğimizi düşünsek de durum hiç de öyle değildir. Evimizin oturma odasında, bilgisayarımızın ya da cep telefonumuzun karşısında uyuyakaldığımızda bile veri tabanları bilgileri kaydetmeye devam etmektedirler. Biz uykudayken, bizim için kurulmuş bu ağ şebekeleri bize ait olan ne varsa kaydetmekte, bu bilgileri bizi denetlemek için kullanmakta ve aynı zamanda bu bilgileri satarak, sermaye sahiplerine müstakbel müşteriler kazandırmaktadır. Bu bağlamda teknolojinin öngörülemez, bilgisine haiz olunamaz altyapısı, bireyin kuşatılmasına neden olmaktadır. Bireyi özgürleştirici potansiyeli kadar kapsayıcı, kuşatıcı özelliği de göz ardı edilmemelidir. Süper-panoptikonda, azınlık (iktidar sahipleri) çoğunluğu (kitleler) gözetlediği gibi, çoğunluk da çoğunluğu gözetlemektedir. Bu durumda çoğunluğun içinden sıradan bir kişi, başkalarını sosyal medyada görmekte ve izlemektedir. Sadece izlemekle yetinmemekte, aynı zamanda kendini de görünür kılmaktadır. Bu durum herkesin birbirini izlediği, okuduğu ve takip ettiği bir dünyayı tanımlar. Gözetleme toplumunun temel kavramları olan ve iktidar yapılarıyla ile açıklanan gözetlemek, göstermek, görülmek ve takip etmek temel bir davranış hâline dönüşmüştür (Öztürk, 2013: 140). Bir nevi gözetlenme ve gözetleme duygusu içselleştirilerek kanıksanmış ve hatta yapılması zaruri bir eylem hâlini almıştır.

Kuramsal arka planı ile anlatmaya çalışılan bu gözetlenme ve denetlenme hissi, Alevilik inancı etrafında bir araya gelmiş ve ötekileştirilmiş topluluklarda oldukça yoğundur. Kullanıcılar, hem bir azınlık tarafından (iktidar alanları) hem diğer azınlıklar tarafından (karşıt görüşlü forumlar ya da siteler) hem de bir çoğunluk tarafından izlenmektedir (forum üyelerinin birbirlerinden haberdar olma merakları). Forumlara üye olanların kendileri ile ilgili aktardığı bilgilerin doğruluğu kesin değildir. Siberuzayda kişi isterse olmadığı bir karaktere dönüşebilmektedir. AW yöneticileri bu durum ile ilgili "Biz kimseden kimlik bilgisi istemiyoruz. Üye kendisi ile ilgili bilgileri doğru/yanlış da verebilir" demişlerdir. Forum, birkaç konu ('Açık Meydan Üyelere Özel' gibi) haricinde herkese açıktır. Üye olmayanlar yazılanların çoğunluğunu okuyabilmekte, sadece yeni bir konu açamamakta ve üyelere mesaj gönderememektedirler. Bunun için sadece üye olmak da yetmemekte, siteyi aktif olarak takip etmek ve yöneticilere bilgi vermek gerekmektedir. Neredeyse bütün başlıkların ve mesajların üye olmadan okunabilmesi ilgi çekicidir. Alevilik gibi ezoterik bir inanış üzerinde yürütülen yoğun anti-propaganda kampanyaları ya da politik söylemler varken nasıl olur da Aleviler bu denli açık olabilmektedirler?

> Biliyoruz izlendiğimizi. (Cafer)

> Her alanda gözetim ve takip altında tutulduğumuzu düşünüyorum; kişi olarak değil toplum olarak. (Hasan)

> Çağ bunu kaçınılmaz bir durum yaptı. Elbette evet. (Musa)

> Orada çok paylaşımda bulundum. Korkum yok, endişelerim var ama öyle pek aldırmıyorum da. Çünkü yazılarımda hakaret veya suç oluşturacak söylemler yok. Sadece inancımı anlatıyorum, en azından bildiğim kadarını. (Zeynel)

> Ben şahsım olarak fişlenme korkusu taşımıyorum. Bence sorun yok. (Veli)

Foruma, yöneticilerin izniyle, araştırma amacına uygun kapsamlı sorulardan oluşan bir anket yüklenmiştir. Yöneticilerden Veli ile yaptığım çevrimiçi görüşme sırasında, Veli "Yönetimimize sizinle ilgili sorular gelmeye başladı" diyerek aslında gözetim meselesinin her üyede benzer etkiler yaratmadığını paylaşmıştır:

> Bizim millette güven sorunu vardır ve bu doğaldır. Yaşadığımız katliamlar, ezilmeler, dışlanmalardan ötürü 'Kimdir, nedir, necidir, fişleniyor muyuz?' gibi sorular geliyor. Burada bize güveniyorlar ancak 'Siz tanıyor musunuz, yüz yüze gördünüz mü?' gibi şeyler söylüyorlar. Bunu aşamayanlar var. Bence sorun değil. Mesela siz devletin bir birimi de olabilirsiniz – bence sorun teşkil etmez.

AW üyelerinden Musa'nın, gözetimin üzerinde yarattığı korkuya karşı mücadele ile ilgili yorumu, Alevilerin içinde bulunduğu duygu durumunu özetler niteliktedir:

> Korku insanın hayatta kalmasını sağlayan bir duygudur. Ancak cesaret ise haklılıktan edinilen bir erdemdir. Erdemli ve temkinliyiz. Yalnızca kendimize karşı değil inancımıza, insanlığa, ailemize karşı sorumluyuz.

Fişlenme korkusu, günümüz Türkiyesi'nde sıklıkla dile getirilen sorunlardan biridir. Sadece süper-panoptikon aracı veri tabanları aracılığıyla değil, topluma entegre edilmiş panoptikon modeller ile de bunu yaşamaktayız. Bilgi sözlük kurucusu Bülent Cumhur Önal (2012: 64), *Bilişim* dergisinde yayınlanan röportajında, bu sansür ve fişleme konusuna değinerek, Türkiye internet kullanıcıları ile ilgili önemli tespitlerde bulunmuştur: "Türk İnternet kullanıcılarının buluştukları en büyük ortak payda fişlenmektir." Gelecekte sansürün daha büyük bir sorun olacağını vurgulayan Önal, "iktidar bu politikası ve zihniyetinde devam ederse ki hiç şüphesiz edecek, sansür ve yasakçı zihniyet büyüyerek artacak" (2012: 64) yorumunu yapmıştır. Sansür ve fişlenme konuları sadece Aleviler için değil, Türkiye'deki internet kullanıcılarının genel sorunudur. Bu uygulamalar modernizm ile başlayan, dijitalleşme ile devam eden sosyal ağlarla sarıldığımız, 'özgür' dünyanın gizli silahlarıdır. Yukarıdaki örnekler, bu silahların

demokratikleşmeye bir tehdit olarak da işlev gördüğü konusunun daha çok tartışılması gerektiğini vurgulamaktadır.

AW'nin sesini kısan etkenler: Sunucu şirketleri ve DDOS saldırı

Distributed Denial of Service (DDOS) saldırıları, siber saldırılar içinde en çok rastlananlardandır. Bu saldırı, çok sayıda bilgisayarın tek bir IP'ye saldırması şeklinde tanımlanabilir. Yani, 'zombi (köle) bilgisayarlar' olarak tanımlanan saldırganlar, gizlice zarar veren virüsler ile, sistemli bir şekilde web sitelerini ziyaret ederek sunucuları kullanılamaz hâle getirmektedirler (Hataway vd., 2012: 837). Yani, bir ya da birden fazla kişi anlaşmalı olarak, belirledikleri bir hedefe (web sitesi), binlerce istek göndermekte, sunucu bu istekleri kaldıramaz hâle gelmekte ve çökmektedir. Böylelikle site kullanıcıları web sitesine erişememektedirler. Dünyanın dört bir yanından, bir şeyden haberi olmayan kullanıcıların bilgisayarları kaydedilerek, bu bilgisayarlar üzerinden, bir web sitesine saldırılar düzenlenmektedir (Hataway vd., 2012: 838). Saldırı düzenleyenlerin kimlikleri gizli olduğundan, koca bir siberuzayda bulunmaları zordur.

AW yöneticisi Can, DDOS saldırılarından oldukça şikâyetçidir. Çevrimiçi görüşmemizde forum ile ilgili söylediği ilk şey; DDOS saldırılarının, forumu işlevsiz hâle getirmesi ve Türkiye'deki sunucu şirketinin tüm verileri ve yedekleri silmesi ile ilgilidir. Ona göre, "Alevi forumu işletmenin en zor yanı; dört bir koldan saldırı altında olmaktır." DDOS saldırısı ile sunucuyu meşgul edip siteyi kapattırmaya çalışanların bazıları siyasal nedenlerle saldırıyı gerçekleştirmişlerdir. AW'nin giderek politikleşmesiyle bu tür siber saldırılara daha fazla maruz kaldıklarını belirten Can,

> Geçmişte en çok bize saldıran grup Türk milliyetçisi ve sağcı gruplardı. Ay-Yıldız vb. isimli grupların sitelerinde açıkça hedef gösterildik. Aynı şekilde Cold-hackers isimli bir Kürt milliyetçisi grup da birkaç hafta sitemize saldırdı.

diyerek karşıt grupların kimler olduğunu açıklamıştır. Bazılarının ise '*Matrix*'teki Neo' gibi hissetmek istedikleri için saldırıyı gerçekleştirdiklerini belirtmiştir:

> Saldırıları yapanlar da çok çeşitli. Hiç tanımadığımız ergen veletlerden, İnci Sözlük tayfasına, Türk ve Kürt milliyetçiliğini vurgulayan hack gruplarından eski üyelerimize kadar herkesten siber saldırı yedik bugüne kadar. Nedenleri de çok çeşitli. Çoğu ego tatmini yüzünden. DDOS dediğimiz atağı yapmak çok kolay bir yöntem artık. Bir çeşit 'önemli adam' veya '*Matrix*'teki Neo' gibi hissetmek istiyorlar kendilerini. Bazıları da sırf eğlenmek için yapıyor.

DDOS saldırısı, sunucu şirketlerini de zora sokmaktadır. Bu saldırı ile müşteri ve sunucuların güvenliği tehlikeye girmekte, sunucularda yer alan bilgiler si-

linebilmektedir. Sunucu şirketleri bu sorunu, bilgileri yedeklemeyle çözmektedirler. Siteye erişim engellense ve sitenin verileri silinse bile, sistem yedeklerle tekrar işler hâle gelebilmektedir. DDOS saldırıları engellenemezse, aşırı yüklenmeden dolayı, sunucular zarar görmektedir. Bu nedenlerle AW'nin, sunucularını kiraladıkları şirket, AW ile yolları ayırmış; saldırılardan bıktıklarını, AW'nin istenmediğini söylemişler. Can, bir yılı aşkın kapalı kalışlarının nedenini de bu saldırılara ve sunucu şirketlerinin tüm dataları ve yedekleri silmelerine bağlamaktadır. 2015 Mart ayında forumu tekrar açtıklarında, yurtdışındaki bir sunucu şirketiyle çalışmaya başlamışlar. Bilişim ile ilgili yayın yapan bir sitenin yayınladığı habere göre, bu tür saldırılarla karşılaşan Türkiye'deki sunucu şirketlerinin, genelde çözüm olarak "fişi çektikleri", yabancı şirketlerin ise geliştirdikleri yazılımlarla saldırıları engellemeyi denedikleri ortaya çıkmıştır. Amerikan güvenlik kuruluşu Arbor Network'ün, Kasım 2013-Kasım 2014 dönemini kapsayan Küresel Altyapı Güvenliği Raporu'nda bir anket yayınlanmış; dünyanın farklı bölgelerinden servis sağlayıcıları, şirketler ve ağ operatörlerinin 287'sinin katılımıyla görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu ankette ortaya çıkan veriler, DDOS saldırılarının giderek arttığını ve bir numaralı tehdit konumuna yükseldiğini ortaya koymuştur (2015: 95).

DOS'un günümüz internet dünyasında kötü bir fenomen olduğu söylenmektedir. Bu bağlamda internetin 'üretken karakter' ve 'çoklu sesi'ni, 'başkasının emri'ne feda etme tehlikesi de giderek artmaktadır (McLaurin, 2011: 254). Hacker grupları, fikirlerini sevmedikleri, varoluşlarına bile tahammül edemedikleri 'kendinden olmayanlar'ı tehdit edebilmekte, onları siberuzaydan silebilmektedir. Demokratikleşme rüyası, bu tür tehditler, saldırılar, ses kısma ya da yok etme operasyonları ile kâbusa dönüşmektedir. Farklı kimliklerin ve kültürlerin varlığından rahatsız olan, ötekinin diğer ötekiyi dışladığı, tahammülü olmayan grupların birbirleriyle çatıştığı sanal dünyada demokrasinin nasıl özgürlükçü, katılımcı bir demokrasiye dönüşeceği konusu üzerinde daha derin düşünmek gerekmektedir.

Sonuç

AW üzerine gerçekleştirilen bu çalışma, Türkiye'deki sanal cemaatlerin oluşumu, üye profili, işleyişi, tartışma platformları, üyeler arasındaki fikir çatışmaları ve demokratik özgür bir alan olarak tanımlanan internetin kendi içindeki çelişkilerini yansıtması açısından önemli bir veri niteliğindedir. Ancak araştırma özellikle 'ötekileştirilmiş', 'dışlanmış', 'azınlık' olan Alevilerin sanal alanda örgütlenme girişimleri, Aleviliğe bakış açıları ve cemaat olarak çatışmalarına odaklanmıştır. AW'nin gerçek yaşamdaki siyasi ve toplumsal gerçeklerden azade olmadığı, hatta ona göre şekillendiği ve geleneksel cemaat ile sıkı bağları olması sebebiyle sanal ile geleneksel cemaat arasında bir yerde konumlandı-

ğı görülmektedir. Alevilerin gerçek yaşamda tartıştıkları; Alevilik tanımı, Aleviliğe yaklaşımlar, Alevilerin devletten beklentileri, kendi içindeki bölünmüşlükler, politik ve ideolojik tutumlar, inanç tartışmaları gibi temel konuların AW'ye de yansıdığı görülmektedir. Bununla birlikte AW'nin bir sanal cemaat olarak, resmî bağları olmamasına rağmen, gerçek yaşamdaki sivil toplum dernekleri ile ilişkileri olduğu ortaya çıkmıştır. Alevi toplumu içinde Pir Sultan Abdal Derneği'nin temsil ettiği görüşü destekleyen AW, Cem Vakfı gibi devletçi, merkez siyasete yakın olan örgütleri dışlamaktadır. Gerçek Alevinin kim olduğu, gerçek Aleviliğin ne olduğu ya da gerçek Aleviliğin ritüel ve inanış biçimlerinin neler olduğu gibi sorular anlamını yitirmektedir. Çünkü tek bir tanım yapmak, tek bir anlam üretmek mümkün görünmemektedir. Hem etnik hem de dinsel farklılıklardan kaynaklanan inanış çeşitliliklerinin, modern Alevilik diye tanımlanan dönemde sivil toplum örgütleri etrafında toplandığı ortaya çıkmıştır. Forum sitelerine üyelik de bu tür aidiyet eksenli gelişmektedir. Cem Vakfı düşüncesine yakın olanların üye olduğu forumlarla, Pir Sultan Abdal Derneği'nin düşünce biçimine yakın olan sanal topluluklar birbirlerine mesafelidir. AW'nin en önemli özelliklerinden biri, Pir Sultan Abdal Derneği'ni desteklediklerini ifade etseler de üyelerinin bir bölümünün Aleviliğin diğer inanış gruplarına mensup olmasıdır. Bunun sebeplerinden biri, diğer forumlarda görmeye pek de alışık olmadığımız, 'herkese açık', 'şeffaf' olma ilkesi olabilir. Alevilik üst kimliği ile bir araya gelmiş üyelerin paylaştığı ve ürettiği fikirlerin siteye girebilecek herkes tarafından okunabilmesi, Alevi uyanışı olarak tarif edilen, Alevilerin görünür olma isteklerinin bir uzantısı olabilir.

Siteyi günlük ziyaret eden 800 internet kullanıcısının, 100-150 kişisinin üye, geri kalan 650-700 kişinin ise 'misafir' olmaları bu durumun bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. AW yöneticileri bu paylaşımı, "Alevilik insanlığa ait olan hiçbir bilgiyi gizlemeye tenezzül etmez" sözüyle anlatmaktadırlar. Bu bakış açısı, internetin enformasyon sağladığı ve bu vesileyle hiçbir bilginin gizli kalamayacağı görüşünü desteklemektedir.

Alevilik, zaten politik bir olgudur. Aleviler her zaman tartışılan ancak sorunlarına hâlâ çözüm bekleyen bir topluluktur. Doğal olarak kendi içlerinde tartıştıkları politik konular da siteye yansımaktadır. Türkiye gündeminde ne varsa, 'Güncel olaylar/haberler' başlığı altında paylaşılmakta ve anında konu ile ilgili yorumlar yapılmaktadır.

İnternet gerçekle sanalın iç içe geçtiği; gerçeğin sanalı, sanalın gerçeği etkilediği çelişkili bir durum yaratmaktadır. İşte bu yüzden sanal cemaatler, bu tür grupların demokratik haklarını kazanmalarında bir örgütlülük bilinci aşılayabilecek potansiyele sahiptirler. Bu mecralar; genelde apolitik olmuş, Alevilik ile ilgili bilgileri aile, okul vb. tarafından yeterince verilmemiş bir Alevi topluluğunun, kimliklerine sahip çıkarken ve kitlesel olarak eylemlilik içinde olmalarına sebep olabilmektedirler. Çünkü bu tür gruplarda güçlü bir etkileşim bulunmak-

tadır. Ancak Aleviler içindeki bu parçalanma, bir araya gelip örgütlenme gücünü engellemekte, forum içi tartışmalardan ve üyelerle yaptığım görüşmelerden yola çıkarak öne sürdüğüm sanal ortamdaki grup içi kutuplaşma, gerçek yaşamda da sürüp gitmektedir. AW gibi sitelerin Alevilerin sesi olma iddiası, gerçek yaşamda dahi sorunlarını dile getiremeyen Alevilerin yaşadıkları dışlanma ve asimilasyon politikalarına rağmen gerçekleşebilir mi? Bu, internete ulaşımı engelleyen ve demokratikleşmeye ket vuran dijital bölünme ile pek mümkün görünmemektedir. İnternetin giderek yaygınlaşması ile birlikte özgür bir toplum, katılımcı dijital demokrasi hayalleri; yerini, daha fazla denetim ve gözetime bırakmaktadır. Bu denetim ve gözetim sadece iktidar odakları tarafından değil, aynı zamanda siberuzayda varlık gösteren diğer cemaatlerin birbirleriyle çatışmalarının bir sonucu olarak siteyi çökertme, siteyi sanal alemden silmeye kadar gidebilmektedir. 'Benden olmayan yaşamasın' zihniyeti sanal alanda da varlığını göstermektedir.

AW'de yığın hâlinde bir enformasyon bolluğu bulunmaktadır. Sitede, çok sayıda konu başlığı, çok sayıda yorum yer almaktadır. Her bir konu başlığı tek bir araştırmanın konusu olabilir. AW bu kadar çok veri barındırıyorken, özellikle Alevilik, internet, yeni medya, kimlik konularında saha çalışmaları yapan farklı gözler tarafından okunabilir. Bu okumalar sonucunda ortaya çıkacak bulgular karşılaştırılabilir. AW'nin üyeleri ile online görüşmenin yanı sıra, yüz yüze görüşmeler yapılabilir. Araştırmalar, söylem ve içerik analizi şeklinde yöntemlendirilebilir. Bu çalışma, Alevileri web üzerinden okuyan ilk çalışma olması sebebiyle, gelecekte yapılacak çalışmalara 'genel bir değerlendirme' olarak bir öneri sunmaktadır.

KAYNAKÇA

Acun, R. (2011) "Her Dem Yeniden Doğmak: Online Sosyal Ağlar Ve Kimlik", *Millî Folklor*, 89:66-77.

Bard, A., Söderqvist, J. (2015) *Netnokratlar*, Görel Erinç Yılmaz (çev.), Karakalem Yayınları, İzmir.

Bennett, L. (2003) "Communicating Global Activism", *New Media and Society*, 6(2): 143-168.

Bilici, Faruk (2010) "Alevi-Bektaşi İlahiyatının Günümüz Türkiyesi'ndeki İşlevi", Olsson, T. vd. (der.), *Alevi Kimliği* içinde, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.

Bimber, B. (2002) "İnternet ve Siyasi Dönüşüm: Hızlandırılmış Çoğulculuk", *Cogito*, 30: 106-115.

Bozkurt, V. (1999) "Sanal Cemaatler", *Birikim*, 127: 65-72.

Bozkurt, V. (2000) "Gözetim ve Internet: Özel Yaşamın Sonu mu?", *Birikim*, 136: 69-74.

Bulus, E. (2011) "Designing attacks for SMTP servers", *International Journal of Computer Systems Science and Engineering*, 26 (1), 43-48.

Buchstein, H. (1997) "Bytes That Bite: The Internet And Deliberative Democracy", *Constellation*, 4(2): 248-264.

Castells, M. (2005a) *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Ağ Toplumunun Yükselişi*, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Castells, M. (2005b) *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Kimliğin Gücü*, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Ergur, A. (1998) "Nergis Harikalar Diyarında: Sanal gerçekliğin İdeolojik Bağlamı", *Toplum ve Bilim*, 79: 138-161.

Ergül, H., Gökalp, E. ve İ. Cangöz (2012) "*Medya Ne ki... Her Şey Yalan!*", *Kent Yoksullarının Günlük Yaşamında Medya*, İletişim Yayınları, İstanbul.

Erkul, E. R. (2009) "Sosyal Medya Araçlarının (Web 2.0) Kamu Hizmetleri ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği", Türkiye Bilişim Derneği, 116: 96-101.

Ertan, M (2015) "Örtük Politikleşmeden Kimlik Siyasetine: Aleviliğin Politikleşmesi ve Sosyalist Sol", *Birikim*, 310: 53-56.

Foucault, M. (2007) "İktidarın Gözü", *Seçme Yazılar*, Isık Ergüden (çev.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Hathaway, O. A., Crootof, R., Perdue, W. ve P. Levitz (2012), "The Law of Cyber-Attack", *California Law Review*, 100 (4): 817-885.

Hutchings, T. (2015) "Real Virtual Community", *Word & World*, 35 (2):151-161.

İrat, A. M. (2006) Devletin Bektaşi Hırkası: Devlet, Aleviler ve Ötekiler, Çivi Yazıları, İstanbul.

Lindgren, S. ve R. Ludström (2011) "Pirate Culture and Hacktivist Mobilization: The Cultural and Social Protocols of #Wikileaks on Twitter", *New Media and Society*, 13(6): 999-1018.

Lister, M., Dowey, J., Giddings, S., Grant, I. ve K. Kelly (2009) *New Media A Critical Introduction*, Routledge, Londra ve New York.

Massicard, E. (2007) *Alevi Hareketinin Siyasallaşması*, İletişim Yayınları, İstanbul.

McLaurin, J. (2011) "Making Cyberspace Safe for Democracy: The Challenge Posed by Denial-of-Service Attacks", *Yale Law & Policy Review*, 30 (1): 211-254.

Meyer, T. (2004) *Medya Demokrasisi: Medya Siyaseti Nasıl Sömürgeleştirir*, Ahmet Fethi (çev.), İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.

Nagel, T (2002) "Enformasyon Gettoları: İnternet ve Demokrasi Tartışması", *Cogito*, 30: 28.

Özdamar Akarçay, G. (2013) "Kutsalın Foto-etnografisi, Alevilerde İbadet ve Siyaset", *Sahanın Sesleri: İletişim Araştırmalarında Etnografik Yöntem*, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Rheingold, H. (1993) *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, Addison-Wesley, MA.

Öztürk, S. (2013) "Filmlerle Görünürlüğün Dönüşümü: Panoptikon, Süperpanoptikon, Sinoptikon", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 36: 132-151.

Poster, M. (1995) *İkinci Medya Çağı*, Ö. Özer ve Ş. Karasar (çev), 3A Yayınları, Ankara.

Slattery, M. (2010) *Sosyolojide Temel Fikirler*, Sentez Yayıncılık, Bursa.

Stratton, J. (2002) "Siberalan ve Kültürün Küreselleşmesi", *Cogito*, 30: 80-97.

Tilsim, N. (2003) *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*, Dost Kitabevi, Ankara.

Tol, U. (2009) *The Sustainability Crisis of Alevi*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ortadoğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Türkiye Bilişim Derneği, "Bülent Cumhur Erol: Sitelere toplumda gösterilen ilgi çok tatmin edici, emeklerimizin tam karşılığı da budur", *Bilişim*, 140: 60-69.

Türkiye Bilişim Derneği (2015) *Bilişim*, 173.

Underwood, M. (2002) "Kamusal Alan Olarak İnternet", *Cogito*, 30: 120-143.

Wellman, B. (2001) "Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking", *International Journal of Urban and Regional Research*, 25 (2): 227-252.

Zırh, B. ve M. Ertan (2015), "Sunuş", *Birikim*, 309-310: 7-14.

Türkiye'de Twitter'da trol kültürü*

*Mutlu Binark*** - *Şule Karataş**** -
*Tuğrul Çomu***** - *Eray Koca******

Özet: Türkiye'de sosyal medya ortamlarında trol olgusu özellikle Twitter'da Gezi Parkı olayları sırasında ve 17 Aralık yolsuzluk operasyonunu takiben YouTube'da siyasal içerikli, manipülatif ve yanıltıcı içerik dağıtımıyla gündeme geldi. Ancak trol olgusu, yalnızca siyasi amaçlarla yapılmamaktadır. Farklı çevrimiçi ortamlarda farklı trol türleri ve davranışları söz konusudur. Wikipedia trolleri olabildiği gibi, okur yorumları trolleri, sözlük trolleri, hatta oyun trolleri dahi olabilmektedir. Türkiye'de trol olgusunun varlığına ana akım medyadaki haberlerde ve köşe yazılarında dikkat çekilmekle birlikte, doğrudan trol olgusuna yönelik geniş kapsamlı akademik bir çalışma mevcut değildir. Yeni medya çalışmaları alanyazınında bu toplumsal olgu, dünyada 2010'lardan bu yana artan yoğunlukta farklı çevrimiçi ortamlardaki görünümleriyle birlikte incelenmiştir. Bishop'a göre "İnternet trollüğü, 21. yüzyılda bilgisayar jargonunun en hızla yayılan parçalarından birisidir" (2014: 7). Bu çalışmada ise, Türkiye'de Twitter ortamındaki trollük olgusu, trol kültürü ve türleri ele alınmaktadır. Trollüğün hedefleri ve yapılış biçimleri de (dilsel pratikleri) örneklerle serimlenmektedir. Çalışmada trol sözcüğünün etimolojik kökeni, trollük olgusuna ilişkin alanyazındaki farklı tanımlamalar ve trollük türlerine ilişkin sınıflandırmalar, alanyazın ve konunun ilgili 29 uzmanıyla yapılan derinlemesine görüşmelerden oluşan saha çalışmasında elde edilen bulgularla birlikte açıklanacaktır.

Anahtar sözcükler: trol, trollük, Twitter, AK Trol, trol kültürü

Trol olgusu ve Türkiye'de Twitter'da trol kültürü

Günümüzde yeni medya ortamlarının gündelik yaşam akışımızın ayrılmaz bir parçası olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Artık yeni bir toplumsal eko-sistem

(*) Bu çalışma Hacettepe Üniversitesi BAP birimi tarafından desteklenen 2242 no.lu "Sosyal Medya ve Trol Olgusu" adlı çalışmadan yararlanılarak hazırlanmıştır.

(**) Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim üyesi

(***) Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Görevlisi

(****) Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Görevlisi

(*****) Gazi Üniversitesi GSF Yüksek Lisans Öğrencisi

içerisinde yaşamaktayız. danah boyd'un deyişiyle bu yeni toplumsal eko-sistem, yeni medya ortamları tarafından oluşturulmuş 'ağlaşmış kamu'lardır (*networked public*) (2014: 8-9). Çeşitli araçlarla ağa bağlanmak, farklı sosyal medya ortamlarını kullanmak, bu ortamlara içerik üreterek 'üretüketici' (*prosumer*) (Küçüksaraç, 2014) olarak katılmak olsun; günün her anında yeni medya ortamları dolayımı ile kurulan akışta ve bağlantılı olma hali içindeyiz. Bu akışta ve bağlantılı olma halinde neler yapmaktayız? Farklı internet haber sitelerinden haberlere bakmaktayız, Facebook sayfamızdan arkadaşlarımızla bir yandan iletişim kurarken, akışta duvarımıza düşenleri 'beğen'mekteyiz. Bir yandan Facebook fotoalbümümüze hafta sonu yapıp ettiklerimizi yüklerken, bir yandan WhatsApp'ta arkadaş gruplarımızla mesajlaşmakta, onlara sesli mesaj bırakmaktayız. Foursquare'de beğendiğimiz mekânı etiketlerken, aynı mekânda tanıdık biri var mı diye bakmaktayız. Türkiye'de neler olduğuna, sosyal medya fenomenlerinin neler yapıp ettiğine ve o gün neler dediklerine Twitter'daki hashtagler dolayımı ile bakmaktayız. Özellikle bu ortamlarda enformasyon ararken veyahut eğlence amaçlı dolanırken karşımıza yoğun ajitasyon içeren, manipülatif içerikler de çıkmaktadır. Bu içeriklerin bir kısmı 'trollük' olarak adlandırılabilir. Türkiye'de sosyal medya ortamlarında trol olgusu, özellikle Twitter'da Gezi Parkı İsyanı sırasında ve 17 Aralık yolsuzluk operasyonunu takiben YouTube'da siyasal içerikli, manipülatif ve yanıltıcı içerik dağıtımıyla gündeme geldi. Ardından özellikle yoğun olarak 2014 yerel seçimleri, 7 Haziran ve 1 Kasım 2015 Genel seçimlerinde "AK Troller" adıyla bilinen ve AKP yandaşı siyasal içerik üretimi yapan anonim Twitter hesaplarının muhalefet liderlerine ve basın mensuplarına karşı yürüttüğü linç kampanyalarına tanık olundu (Doğu, 2014; Sorkun 2014). Bu örnekler, siyasal trollüğe işaret etmektedir. Bunun yanı sıra, Türkiye'de trol olgusu müzisyen Aylin Aslım ve kendini trol olarak tanımlayan Cihat Akbel'in Twitter ortamındaki karşılıklı gönderilerinin, sanatçı tarafından mahkemeye taşınmasıyla da ana akım medyanın gündemine gelmiştir.[1] Bu örnek olayın gös-

1 Cihat Akbel, anonim (adı ve soyadıyla) bir hesap olarak Twitter'da yer almaktadır ve bir trol olarak Twitter hesabını kullanmaktadır. Cihat Akbel hesabının özelliği, müzisyen Aylin Aslım'la yaşadığı olaydan dolayı mahkemelik olan ilk trol olmasıdır. Müzisyen Aylin Aslım'ın 2012 yılında çektiği bir klibinde "Love Will Tear Us Apart" yazan bir tişört giymesi üzerine Twitter'dan bir hayranı, tişörtteki bu sözlerin sağ görüşlü Ian Curtis'e ait olduğunu söyleyip, solcu ve aktivist bir insanın Ian Curtis'in adını anmaması gerektiğini belirtmiştir ve böylece Twitter ortamında tartışma başlatmıştır. Aslım söylenenlere karşılık olarak "Abazan trollerin en neşeli saatleri bu saatler. Adamsınız, adamın dibisiniz. Sizin de işiniz zor be..." tweetini atmıştır. Trol hesap diye bilinen ama kendi kimliğiyle tweetler atan Cihat Akbel de "Sen bizi kastediyorsun sanırım. Bu yaptığın hiç hoş değil. Yiyosa gel tekme tokat dövüşelim. Seksist değilim, eşitlikçiyim" şeklindeki tweetiyle Aslım'a yanıt vermiş ve tartışma daha da büyümüştür. Akbel ve arkadaşları, Aslım'ın kendilerinden özür dilemesi için "#ozurdileaylinaslim" hashtagi ile bir başlık oluşturmuşlardır. Aslım'ın sanatçı arkadaşlarının da bu hashtag, sanatçıya yönelik bir linç girişimidir diye Aslım'ı savunan tweet atmalarıyla birlikte, bu başlık trend topic haline gelmiştir. Aslım'a konserinde orak, tırpan fırlatalım vb. içeriğe sahip tweetlerin atılmasının ardından, sanatçı olayı mahkemeye taşıyacağını açıklamıştır. Ancak troller bu işi gitgide daha fazla eğlence unsuru haline getirmişler; ürettikleri içerikteki şaka ve espri unsuru aşırıya kaçmıştır. Bundan sonra Aslım, başta Cihat Akbel olmak üzere, Twitter'da kendisine tehdit ve hakaret eden herkesle mah-

terdiğiyse, trollük olgusunun bir diğer türü olan eğlence amaçla yapılan trollüğün varlığıdır. Bu örnekten de anlaşılacağı üzere trollük, yalnızca belli bir siyasi partinin lehine kamuoyunu yanıltmak ve yönlendirmek amacıyla yapılmamaktadır. Farklı çevrimiçi ortamlarda farklı trol türleri ve davranışları söz konusudur. Wikipedia trolleri olabildiği gibi, okur yorumları trolleri, sözlük trolleri, hatta oyun trolleri dahi olabilmektedir.

Türkiye'de trol olgusunun varlığına ana akım medyadaki haberlerde ve köşe yazılarında dikkat çekilmekle birlikte,[2] doğrudan trol olgusuna yönelik geniş kapsamlı akademik bir çalışma mevcut değildir. Bu çalışmada ise, Türkiye'de Twitter ortamında trollük olgusu, trol kültürü ve türleri ele alınmaktadır. Trollüğün hedefleri ve yapılış biçimleri de (dilsel pratikleri) örneklerle serimlenmektedir. Çalışmada trol sözcüğünün kökeni, trollük olgusuna ilişkin alanyazındaki farklı tanımlamalar ve trollük türlerine ilişkin sınıflandırmalar alanyazın ve konunun ilgili 29 uzmanıyla yapılan derinlemesine görüşmelerden oluşan saha çalışmasında[3] elde edilen bulgularla birlikte açıklanacaktır.

kemede hesaplaşacağını açıklamıştır. Mahkeme 1,5 sene sonra sonuçlanmış ve trol diye anılan, o tarihte Uludağ Üniversitesi'nde öğrenci olan Cihat Akbel, 5 aylık bir hapis cezası almıştır. Ancak cezası ertelenmiştir. Eğlence trolü olarak sınıflandırabileceğimiz Cihat Akbel trol olarak sözedimlerinde; iğneleme ve tiye alma gibi davranış özelliklerini sergileyerek Aslım'ı trollerle ilgili yaptığı yorumdan dolayı eleştirmiştir. Bu durum içine diğer trollerin de katılmasıyla birlikte Aslım'a yönelik sanal uzamda toplu bir linç girişimine dönüşse de Akbel'in bu olayda ilk olarak hedef aldığı Aslım'dan ziyade onun kullandığı "abazan" ifadesidir denilebilir. Bu örnekten de görüleceği üzere, trollerin belli bir hedefi –özelikle bu örnekte olduğu üzere, kişiyi– ilk başta çevrimiçi daha sonrada çevrimdışı yaşamda hedef göstererek, hakaret eden, küçük düşüren ve saldırgan sözedimleri gerçekleştirmeleri, eğlence niyetini aşmaya, zorbalığa dönüşmeye başlayabilir ve o kişinin gündelik yaşamına psikolojik ve toplumsal olarak zarar verebilen tehditler içerebilir. Bu nedenle trollük, nefret söylemi, siber zorbalık ve zorbalık arasındaki sınırları oluşturan sözediminin arkasındaki niyet, söylemsel pratikler önemlidir. Trollüğün nerede biteceği, yıkıcı ve bozucu içerik üretiminin sınırının ne olacağı ve bu söylemsel pratiklerin trol hesapların okurları, takipçileri tarafından 'ciddi olarak' alımlanmasının nerede başlayacağı da önemli bir tartışma konusudur.

2 Örneğin; Fuat Avni adlı sızıntı enformasyon yayan bir Twitter hesabını trol olarak niteleyen bazı haberler için: http://www.sabah.com.tr/yasam/2015/04/21/paralel-trol-sizdirdi-supheliler-kacti; http://www.aktifhaber.com/aktroll-desifre-oldu-o-aktroll-bakin-kim-cikti-1168433h.htm; http://www.aktifhaber.com/ak-troll-ekibi-goruntulendi-1167446h.htm; http://www.aktifhaber.com/fuatavni-hazineden-beslenen-yeni-ak-trollerden-yeni-algi-operasyonu-1164853h.htm; AK Troller olarak bilinen siyasi manipülasyon amaçla işletilen bazı hesaplar hakkındaki haberler için: http://www.aktifhaber.com/ak-trolleri-korkutan-karar-1160991h.htm; http://www.taraf.com.tr/politika/ak-trolleri-korkutan-karar/; http://www.aktifhaber.com/esat-c-davasinda-ak-trolleri-korkutan-emsal-karar-1160751h.htm; http://www.aktifhaber.com/ak-trollere-ortulu-odenekten-pay-mi-ayriliyor-1158898h.htm; http://www.grihat.com.tr/aktrollerin-hesaplari-kapatildi-13596h.htm; http://www.aktifhaber.com/aktrollerin-idolleri-bakin-kimmis-1130746h.htm; http://www.grihat.com.tr/varank-ve-soylunun-ak-trol-ekibi-yenilendi-16018h.htm; http://www.hurriyet.com.tr/gundem/28805267.asp; http://www.zaman.com.tr/politika_hukumet-torpilde-sinir-tanimiyor-500-ak-trol-sinavsiz-ise-alindi_2289774.html; http://www.sozcu18.com/esat-c-davasinda-ak-trolleri-korkutan-emsal-karar-20431h.htm.; http://t24.com.tr/haber/ak-trollerin-haritasi-cikarildi,312933; http://www.cumhuriyet.com.tr/m/haber/siyaset/387547/Ak_trollerin_haritasi_cikarildi.html.

3 Saha çalışması kapsamında, bir bilişim hukukçusu, bir internet haber sitesi sahibi, anaakım bir gazetenin okur yorumları sorumlusu, bir sosyal medya programcısı ile medya ve yeni medya alanında etik konusu üzerine araştırmalar yapan akademisyenlerden oluşan 29 kişi ile 1 Ocak-31 Mart 2015 tarihleri arasında kayıtlı-izinli derinlemesine görüşmeler (Geray, 2011; Bü-

Trollük nedir?

Trollük 21. yüzyıl internet jargonu içinde en hızlı yayılan kavramlardan biridir (Bishop, 2014). Mamafih, gündelik dilimizde yer bulan trol kelimesinin etimolojik kökeni konusunda ortak bir görüşün henüz oluşmadığı görülmektedir. Trollüğe dair ilk tanım, 1990'ların ortasında *Netlingo* adlı bir kitapta yapılmıştır (Jansen ve James, 2002, akt. Bishop, 2014: 8). Trol konusu ile ilgili alanyazına bakıldığında kelimenin birbirinden farklı üç olaya dayandırıldığı görülmektedir. Bunlardan ilki, İskandinav mitolojisinde yer alan ve trol adı verilen korkunç yaratıklara işaret etmektedir (Crystal, 2006). Jorge Luis Borges, Margarita Guerrero ile birlikte düşsel varlıkları incelediği yazısında trolleri 'kötücül cinler' olarak adlandırmaktadır (2015: 264). Köprü altlarında pusuya yatarak avını bekleyen bu kötücül canavarların davranış özelliklerinden dolayı internet trolleriyle benzerlik gösterdiği düşünülmektedir (Bergstrom, 2011). Bir diğer görüş, kavramın balıkçılıkta yer alan trol avcılığından beslendiğini iddia etmektedir. Amy Binns özellikle kavramın çevrimiçi kullanımının, mitolojik canavardan ziyade bu avcılık terimine dayandığını savunmaktadır (2012:547). İnternet trollüğünün dayandırıldığı bir diğer kavram ise Jonathan Bishop'un çalışmasında dile getirdiği 'MiGler için trolleme' ifadesinden gelmektedir (2014:8). 'MiGler için trolleme' kavramı 1960'larda Amerikan donanmasındaki pilotlar tarafından Vietnam Savaşı sırasında düşmanın savaş pilotlarını provoke etme amaçlı kullanılan saldırı pratiklerini ifade etmektedir.

Trollük, temelde, insanları faydasız ve zaman tüketici tartışmalara çekme çabasıdır (Herring vd., 2002; Ansong vd., 2013). Judith Donath trollüğü "kimlik aldatmacası üzerine bir oyun" olarak tanımlamaktadır (1999: 45). Bishop ise trol kavramının İngilizce konuşulan ülkelerde internetin kötü kullanımını ve istismar amaçlı kullanımını tarif etmek için kullanılmaya başlandığını dile getirmektedir (2014: 7). Trollük süreci yanlış bilgi içeren bir mesajı kasıtlı olarak bir gruba ya da mecraya göndermekle başlar. "Trollük her şeye inanan aptalları oturduğun yerden izleyip gülmektir" (Andrew, 1996, akt. Ansong vd., 2013: 42). Hakaret etme ve provoke etme amacı güden kışkırtıcı mesajlar göndermenin yanı sıra trollük, insanları dahil oldukları grubun amacından ya da ortamda yürütülen tartışmanın amacından saptırmayı amaçlamaktadır (Herring vd., 2002). Araştırmanın saha çalışmasının katılımcısı İsmail Hakkı Polat, trollüğü şu sözlerle tanımlamaktadır:

> Trol aslında bizim güzel atasözlerimizden biriyle, bir delinin attığı taşı kırk kişinin çıkartamaması anlamına gelir bence. Dolayısıyla işte bunun 21. yüzyılda internete teza-

ker-Alyanak, 2014) yapılmıştır. Bu çalışmada konusunda uzman bu kişilerin görüşlerinden yararlanılarak Türkiye'deki trol olgusu ve türleri açıklanmıştır. Çalışmada görüşülenlerin tüm katılımcıların ayrıntılı listesi için H.Ü. "Sosyal Medya ve Trol Olgusu" adlı araştırma projesi nihai basılı raporuna bakılabilir.

> hür etmiş hali diyebiliriz; yeni medyaya tezahür etmiş hali... İnternet üzerindeki kamusal alanda herhangi birinin ve bir argümana, bir gruba, bir kişiye yönelik anlamsız, mantıksız ne diyeyim hani akıl ve mantığı zorlayacak biçimde o kişilerin argümanlarını, kişiliklerini sorgulamak ya da işte alaya almak, aşağılamak, bazen bunu nefret söylemi noktasına taşımak olarak tanımlayabiliriz.

Polat, trolü metaforik bir dil kullanarak betimlerken, Erkan Saka ise daha yalın bir şekilde trollüğü şu şekilde ifade etmektedir: "Trol daha çok böyle süregiden bir tartışmaya provokatif bir şekilde müdahale eden kişi, kullanıcı diye düşünülebilir." Her iki görüşün de üzerinde durduğu nokta, trollerin çevrimiçi bir ortamda var olan tartışmaya yıkıcı, bozucu müdahalelerde bulunan kişiler olmasıdır. Polat ve Saka'dan ayrı olarak Emek Çaylı Rahte, trollüğü iki farklı açıdan ele almaktadır. Çaylı Rahte, trollerin iki farklı yönüne şu sözlerle dikkat çekmektedir:

> Bir yandan sevimli gibiler; bazen bizi çok güldürüyorlar; çok zekice şeyler yazıyorlar; hatta bazen gündem yaratıyorlar. Bazen de sevimsizlikleri baskın çıkıyor; böyle tatsız şeylere neden oluyorlar. O yüzden böyle trolleri bu ikircikli yönleri ile tanımlayabiliriz diye düşünüyorum.

Çaylı Rahte, trollerin hem yaratıcı yönlerine hem de iletişimsel eylemi bozucu yönlerine dikkat çekerek, trollüğün ikircikli durumunu dile getirmektedir. Twitter'daki trol hesapların, kimi zaman gündemdeki bir konuya ilişkin esprili, kinayeli ve yaratıcı bir eleştiri, kimi zaman hakarete, küçük düşürmeye ve linç etmeye dek varan kızgın ve saldırgan içerikler ürettiği görülebilmektedir. Özellikle Türkiye'de siyasi amaçlı trollük yapan Twitter hesaplarında ve AK Trol olarak adlandırılan trol hesaplarda; AKP'nin destekçisi olarak gündemi değiştirmek, enformasyonu bozmak, çarpıtmak, AKP destekçisi propaganda yapmak ve toplumdaki muhalif grupları hedef göstermek, muhalif gruplara ve siyasi partilere yönelik olarak nefret söylemi üretmek, yaymak ve hatta linç kampanyası organize etmek sistematik hale gelmiş, hatta kurumsallaşmıştır.

Sarah Nicol (2012) tarafından kaleme alınan "Cyber-bullying and Trolling" adlı makalede trollüğün siber zorbalık ile eş tutulduğu görülmektedir. Nicol siber zorbalık ve trollük olmak üzere iki tür çevrimiçi zorbalığın var olduğunu ve trollüğün de bir zorbalık biçimi olduğunu iddia etmektedir (2012: 3). Bu noktada çevrimdışı bir sorun olarak zorbalığın çevrimiçi ortama taşınmasıyla, trollüğün bir zorbalık uzantısı olduğu görüşü ortaya atılmaktadır. Nicol gibi Shefali Virkar (2014) da çevrimiçi zorbalık ve trollük olarak iki çeşit siber zorbalığın mevcut olduğunu dile getirmektedir. Bununla beraber Virkar, iki kavramın birbirine yakın olmasına rağmen aralarında bazı farklar bulunduğunu belirtmektedir. Çevrimiçi zorbalık, hedef alınan kişiye kasıtlı olarak psikolojik ve fizyolojik zarar vermeyi amaçlamaktadır (2014: 34). Çevrimiçi zorbalıkta genelde zor-

ba hedefini tanır ve zorbalık süreklilik gösterir. Trollük ise net bir hedef olmadan yapılan aldatıcı ve yıkıcı bir pratiktir. Trollük davranışında kasıt vardır, fakat belirlenmiş bir yol izlenmez ve çoğunlukla hesap anonimdir. Siber zorbalıkta niyet daha açıktır (Campbell, 2005, akt. Virkar, 2014: 34). Virkar ise trollüğün çoğunlukla canı sıkılan anti-sosyal kişilerin internette zaman geçirme alışkanlığı olduğunu iddia eder (2014). Bu noktada, bu çalışmada trollük olgusunun siber zorbalık olgusu ile eş olmadığı düşünülmektedir.

Trol olgusunun ortaya çıkışı

Yeni medya çalışmaları alanyazınında bu toplumsal olgu, dünyada 2010'lardan bu yana artan yoğunlukta farklı çevrimiçi ortamlardaki görünümleriyle birlikte incelenmiştir. Gabriella Coleman (2014), Anonymous üzerine yaptığı kapsamlı çalışmasında trollük kültürünün ortaya çıkışına ilişkin saptamalar yapmaktadır. Coleman'a göre, Anonymous'un kökleri, internette kimi zaman esprili kimi zamanda rahatsız edici dil kullanan trollükte bulunmaktadır (2014: 3). Coleman'a göre trollerin amacı kişileri kızdırmak, rahatsız etmek, insani olarak zarar verici enformasyon yaymak, kişilerin ünlerine zarar vermektir (2014: 19); bu nedenle trol olarak davranan kişilerde saldırgan sözcük kullanımları yaygındır. Trollük olgusu, ilk olarak Usenet ve diğer e-posta gruplarında ortaya çıkmıştır. Bu gruplarda trollük, tartışma gruplarına katkı sunulmaması, tam tersine bu tartışmaların baltalanması şeklinde kendini göstermiştir (2014: 39). Trollük kültürünün gelişmesi ise özellikle 2003'te kurulan 4chan ile görülmüştür (2014: 41).[4] Özellikle 4chan'ın anonimlik özelliğinin, meme kültürünün, trollüğün gelişmesine katkı sağladığı söylenebilir (2014: 45). Bu noktada, anonim kimlik inşası altında sözediminin kullanıcıya ne sağladığı üzerinde kısaca duralım. Charles Ess'e (2010: 32) göre, uydurma veyahut takma isimlerin arkasına saklanmış gerçek kimliklerin gerçekleştirdiği iletişim eylemi, büyük bir özgürlük ve güvenle görüş alışverişini, enformasyon transferini, örgütlenmelere ve çeşitli toplumsal hareketlere desteği mümkün kılar. Bu da özellikle otoriter siyasi rejimlerde bir mücadele stratejisi olarak değerlendirilir. Ancak hiç kuşkusuz, bu anonim iletişim biçimi Mutlu Binark ve Günseli Bayraktutan'ın (2012: 170) dikkat çektiği üzere, kolaylıkla bir tür 'ağız dalaşı' olarak ortaya çıkan ve bir anda alevlenen tartışmaların temel motivasyonu haline gelebilmektedir. Bu ağız dalaşına dönüşen iletişim pratiği ise bir yandan düşüncelerin fütursuzca ifade edilmesiyle ortamdaki hiyerarşileri ortadan kaldırmakta, öte yandan da iletişimsel eylemin doğası gelişecek müzakereyi baltalamaktadır.[5]

4 Anime porno için www.2chan.net yaygın olarak kullanılırken, İngilizce benzeri bir hizmeti vermesi için 4chan kurulmuştur. 4chan ile ilgili bkz. https://tr.wikipedia.org/wiki/4chan.

5 Burada göz önünde tutulması gereken husus, anonimlik olgusu ile trollük olgusunun eş tutulmaması gereğidir. Her anonim hesap trol değildir. Bu konuya çalışmanın trollük türleri kısmında, saha çalışmasından bulgularla tekrar değinilecektir. Ayrıca internette anonim varlık göster-

Jamie Barlett da *The Dark Net* (2014) adlı çalışmasında internette trollük kültürünün ortaya çıkışını ele almış ve alanyazındaki betimleyici araştırmalardan farklı olarak trollük yapan kişilerle görüşmüştür. Barlett'in görüştüğü kişiler trollüğü şöyle tanımlamaktadır:

> Trollük, insanlara zorbalık yapmak değildir; tam tersine durumları kilitlemek, yeni senaryolar yaratmak, sınırları zorlamak, fikirlerin ortaya çıkmasını sağlamak, bir tepkinin verilmesini sağlamanın en iyi yolunu hesaplamaktır. (Barlett, 2014: 21)

Barlett'in görüştüğü bir trol hesaba göre, trollük bir kültürdür ve bir düşünme şeklidir. Barlett de trollüğün izini tıpkı Coleman gibi Usenet gruplarına kadar götürmektedir. 1992 yılında alt.folklore.urban grubunda, ilk kez trollük olarak adlandırılacak yeni bir tür, hakaret içerikli yazışmalar görülmüştür (Barlett, 2014: 28). 1999 yılında trollük olgusu için, ilk kez bir alt.grup açılmıştır. Trollerin Usenet grupları dışında, bilinirliklerini arttıran eylem ise Barlett'in kronolojisine göre, "Project Chanology" adlı Scientology Kilisesi'ni hedef alan eylem olmuştur (2014: 36).

Türkiye'de ise trollük olgusunun ortaya çıkışını Ahmet Sabancı, 4chan kültürünün İnci Sözlük'te başlamasıyla ilişkilendirerek, şu şekilde açıklamaktadır:

> Türkiye'deki internette trollük İnci Sözlük'le başladı bana göre. Çünkü İnci Sözlük organize trolllüğü, 4chan'deki trol kavramını oluşturan atmosferi, Türkiye'ye lokalleştirerek getirmeyi başarabilen grup oldu. Sonrasında buradan koparak farklı sosyal ağlarda, farklı sitelerde buna devam edenler oldu. Kimileri hâlâ İnci Sözlük'te devam ediyor ama ancak o bir dönemdi ve hani sona erdi bir anlamda. Şimdiyse trollük daha çok ideolojilerin, siyasi partilerin elinde gibi; genelde Twitter'da görüyoruz bunu.

Trollük olgusu, genel olarak nefret söylemi ve siber zorbalık gibi yeni medya ortamlarında arzu edilmeyen veyahut kamusal olarak onaylanmayan sözedimi ve davranış biçimleriyle birlikte tartışılmaktadır. Bu noktada trollerin; nefret söylemini besleyen önyargıları, etiketlemeleri ve ayrımcı dilsel pratikleri kullandığını ama nefret söylemini yaymak ve üretmek için yapılmış içeriklerden 'hedef' açısından farklı olduğunu belirtelim (Çomu ve Binark, 2013; Binark, 2010). Sosyal medya ortamlarındaki trollerin kamusal alandaki sözedimleri özellikle kışkırtıcı, hakaret içeren, saldırgan sözcüklerin kullanımlarını içerir. Bu tür sözedimleri kamusal alanda rasyonel bir tartışma kültürünün gelişmesine hizmet etmek amacı taşımaz. Daha ziyade, ortamdaki iletişim pratiğini bozmak amaç-

mek, yukarıda açıklandığı üzere, otoriter siyasal rejimlerde bir gereklilik olarak ortaya çıkabilir. Bu konuda Alternatif Bilişim Derneği'nin "Kullanıcı Hakları Bildirgesi"nin 13. maddesinde yaptığı şu açıklama oldukça yerindedir: "İnsanlar şeffaf yasal zorunluluklar olmadığı sürece internet ortamındaki faaliyetleri nedeniyle kimliklerini açıklamaya zorlanamazlar. *Anonim olmak her kullanıcının hakkıdır.* Temel bir hak olan mahremiyet hakkı internet üzerinde yasal güvence altında olmak zorundadır." (http://www.alternatifbilisim.org/wiki/Kullan%C4%B1c%C4%B1_Haklar%C4%B1_Bildirgesi adresinden 7 Kasım 2015 tarihinde erişilmiştir)

lanmaktadır. Trollerin bu tür saldırgan ve kışkırtıcı sözedimlerini kullanmalarının nedenlerinin trollerin türüne göre değiştiğini de söylemek mümkündür. Lincoln Dahlberg, internetteki tartışma grupları üzerine yaptığı çalışmasında bu grupların, saldırgan sözedimleri ürettiğini, iftira atma, tahrik, dedikodu veya en basitinden 'laf atma' ediminde bulunduklarını gözlemlemiştir. Bu tür sözedimlerin ise ortamdaki katılımcılar için nitelikli bir etkileşim olanağı sağlamayacağının altını çizmiştir (2001: 618, akt. Özçetin vd., 2012: 57). Web 2.0 ortamlarının kamusal alan olarak rolü ve demokrasi kültürüne katkısı yakın zamanda birçok araştırmada gündeme gelmiştir (Özçetin vd., 2012; Castells, 2013; Bayraktutan vd., 2013; Gerbaudo, 2014; Çoban, 2014; İnceoğlu ve Çoban, 2015). Zizi Papacharissi (2004) siberuzamda karşımıza çıkan saldırgan ve incitici sözedimlerini 'kabalık' ve 'gayri medenilik' (*incivility*) olarak ikiye ayırarak ele almaktadır. Papacharissi'ye göre,

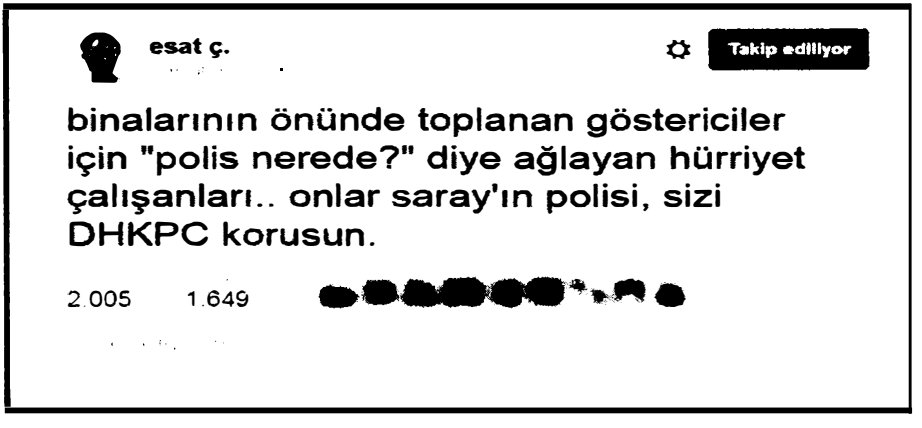
> Medenilik her zaman demokratik katılım için bir tür gereklilik olarak görülmüştür. Genelde kibarlık ya da nezaket olarak tanımlanan medenilik, işlevsel demokratik bir toplumun göstergesi olarak ele alınmıştır. Vatandaşlık, demokrasi ve kamusal tartışma üzerindeki konuşmalar medeniliği bir erdem olarak ele alır ve onun yokluğunun demokratik bir toplum için yıkıcı sonuçları olacağına dikkat çeker. (2004: 260)

Ona göre, gayri medenilik ve nezaketsizlik arasında da ince bir ayrım vardır. İnsanlar birbirlerine karşı kaba davrandıklarında değil ama bir bütün olarak toplumdaki belli bir gruba karşı saldırgan ve özellikle düşmanca tavır aldıkları zaman demokrasi kültürüne zarar verirler. Papacharissi, "Gayri medeniliğin olumsuz kolektif bir yönü vardır; yani, demokrasinin kolektif geleneklerine karşı saygısızlık söz konusudur" demektedir (2004: 267). Burak Özçetin, Umut Tümay Arslan-Yeğen ve Mutlu Binark da (2012: 63-64) Türkiye'de internette kamusallık üzerine yaptıkları saha çalışmalarında benzeri bir durumu saptamışlardır. İnternet ortamında birbirine benzer kişiler sanal cemaat örgütlenmeleri içinde toplanmakta, kişi kendi gibi olanı, benzerini aramaktadır. Bu durumun sonucu kişinin kendinden farkı olanlarla ya iletişim kurmaması ya da kursa dahi gayri medeni söylemsel pratikler üretmesidir. Bu gayri medeni söylemlerin – Papacharissi'nin izinden giderek söyleyecek olursak– demokrasi kültürüne katkısı yoktur. Hatta bu gayri medeni sözedimlerinin belli bir grubu, cinsiyet kimliğinden, etnik köken, din ve mezhep ile ideolojik aidiyetinden dolayı hedef alarak, nefret söylemine[6] doğru evrilmesi (Çomu ve Binark, 2013), kişi ve grupları hedef göstererek, linç kampanyasına ve nefret suçuna dönüşmesi dahi söz

6 Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin 1997 yılı 20 sayılı tavsiye kararında yer alan tanımıyla 'nefret söylemi' (*hate speech*) ırkçı nefret, yabancı düşmanlığı, anti-semitizm ve hoşgörüsüzlük temelli diğer nefret biçimlerini yayan, teşvik eden, savunan ya da haklı gösteren her türlü ifade biçimidir. Hoşgörüsüzlük temelli nefret, saldırgan milliyetçilik ve etnik merkeziyetçilik (*ethnocentrism*), ayrımcılık ve azınlıklara, göçmenlere ve göçmen kökenli kişilere karşı düşmanlık yoluyla ifade edilen hoşgörüsüzlüğü içermektedir (Weber, 2011: 3).

konusu olabilmektedir.[7] Örneğin, 7 Haziran 2015 Genel seçimlerinden sonra, *Hürriyet* gazetesi ve Doğan Medya Grubu AK Troller tarafından Twitter'da, Erdoğan ve AKP karşıtı oldukları savıyla sistematik bir şekilde hedef gösterilmiştir. 6 ve 8 Eylül 2015'te gerçekleşen Dağlıca baskını ve Iğdır saldırısını müteakip, *Hürriyet* gazetesinin Bağcılar'daki binasına bir grup insan saldırarak, *Hürriyet* gazetesi çalışanlarını "*Hürriyet*'i, Madımak'a çevirelim" şeklinde tehdit etmiştir. Bu linç kampanyasının örgütlenmesinde özellikle AK Trollerden @esatreis adlı Twitter hesabı rol oynamıştır. Yine aynı trol hesap tarafından HDP, siyasal ve toplumsal linç için hedef gösterilmektedir.[8] Bu konuda atılan tweetlere birkaç örnek verecek olursak:

Görsel 1.[9]

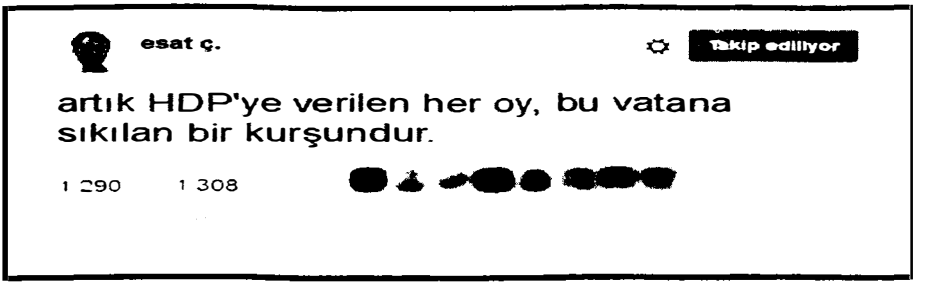


7 Bu konuda bkz. http://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/09/150906_hurriyet_saldiri; http://www.diken.com.tr/ak-troller-hurriyete-karsi-kilic-kusandi-teroriste-hesap-sor/; http://sosyal.hurriyet.com.tr/yazar/ahmet-hakan_131/sen-ey-pkk-ey-hukumet-ey-hdp-ey-turkiye_30012290; http://t24.com.tr/haber/hurriyet-yonetmeni-ergin-hukumet-tedbir-almayip-cumhurbaskani-kinamayinca-ikinci-saldiriya-ugradik,309056. AK Troller konusunda, detaylı bilgi için bkz. *Nokta* dergisi, 15: 25-27.

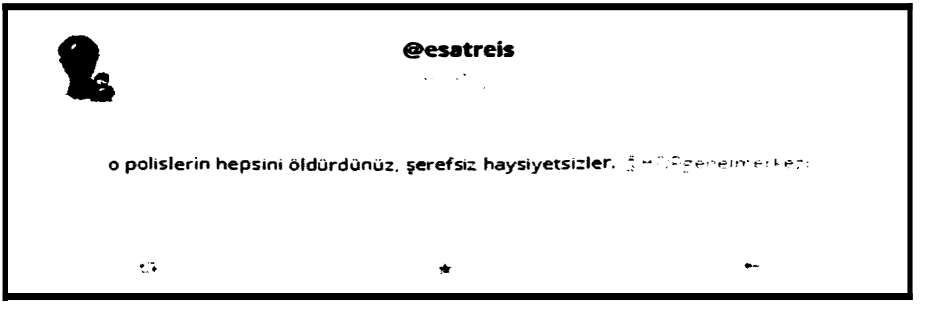
8 8 Eylül 2015'de Ülkü Ocaklarının düzenlediği "Teröre Lanet Yürüyüşü" sırasında Ankara'daki HDP Genel Merkezi saldırıya uğradı; Kırşehir'de HDP Milletvekili adayı bir kişinin kitapevi yakıldı. Bkz. http://bianet.org/bianet/insan-haklari/167477-hdp-genel-merkezi-ne-saldiri; http://bianet.org/bianet/siyaset/167475-kirsehir-de-hdp-binasina-saldiri-saldirganlar-dort-isyerini-yakti.

9 http://twitter.com/esatreis/status/640632867618488320

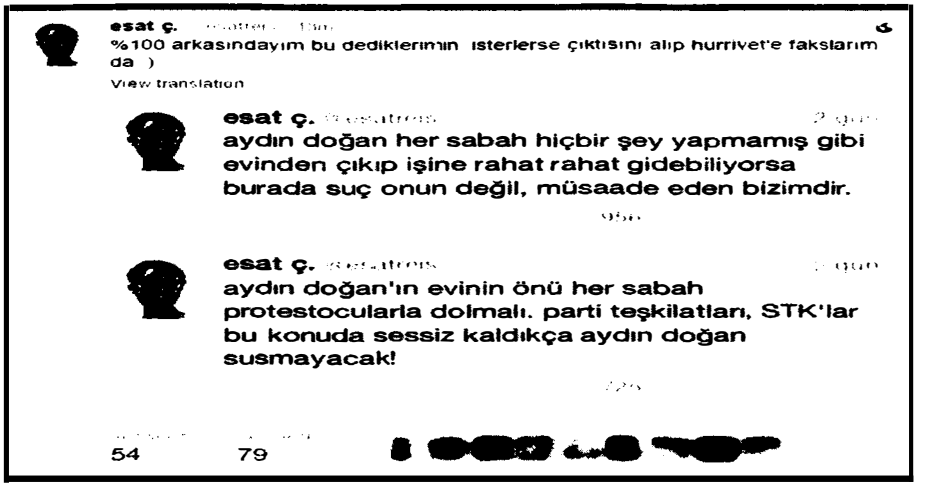
Görsel 2.[10]



Görsel 3.[11]



Görsel 4.[12]



10 http://twitter.com/esatreis/status/641170430779367424

11 http://twitter.com/esatreis/status/641601890879467520 adresindeki tweet, daha sonra silinmiştir. Kayıtlarına http://sosyal.today/twitter/status/esatreis/641601890879467520 adresinden ulaşılabilmektedir.

12 http://twitter.com/esatreis/status/641601890879467520

Trollüğün davranış biçimleri

Trol hesaplar ilk başta internette saçma işler yapan sıradan insanlar olarak görülebilir (Schwartz, 2008). Peki bir trol nasıl davranır? Trol davranışlarını inceleyen ilk ampirik çalışma Susan Herring ve arkadaşları (2002) tarafından gerçekleştirilmiştir. Herring vd. trollerin davranışlarını üç kriter eşliğinde açıklamaktadır: İlk kriter, samimi davranışlarda bulunmaktır; ikinci kriter, kışkırtıcı yem atmaktır; üçüncü kriter ise, faydasız tartışmaları körükleyerek insanların zamanlarını çalmaktır (2002: 375). Çevrimiçi feminist bir gruptaki tartışmaları inceleyen Herring vd. grup içinde trollük yapan bir grup üyesinin davranışlarını yukarıda açıklanan kriterleri temel alarak incelemektedir. Çevrimiçi feminist gruba üye olan kullanıcı, ilk olarak grup üyelerini kendisinin samimi olduğuna inandırmıştır. Trol üye, grupta sadece feminizm hakkında tartışmak üzerine bulunduğunu söylemektedir. Daha sonra ise ikinci aşamaya geçerek gruba kışkırtıcı yem atar. Bu yem feminizm üzerine hakaret içeren yorumlardır. Ama trol üyenin asıl hedefi üçüncü aşamada ortaya çıkmaktadır. Rasyonel tartışma boyutlarını aşan yorumlarıyla asıl amaç, grup üyelerini faydasız tartışmalar içine çekmektir. Bu araştırmaya örnek teşkil eden trol vakasından anlaşılacağı üzere trol davranışları var olan çevrimiçi grubu bölmeye ve dağıtmaya yöneliktir. Trollüğün davranış biçimleri arasında yer alan yem atma ve kışkırtma, bu çalışma kapsamında da örnek verilen Twitter trollerinin söylemsel pratiklerinde çok görülen davranışlardan olmuştur.

Bir araştırmasında Usenet gönderilerine içerik analizi yapan Claire Hardaker (2010, akt. Virkar, 2014: 34), trol davranışlarının dört özelliği bulunduğunu söylemektedir: bunlar sırasıyla, saldırganlık (*aggression*), yalancılık (*deception*), bozuculuk (*disruption*) ve pervasızlıkdır (*unrestrained success*). Bir gösteri olarak ortaya çıkan trollüğün 'acımasız alaycılık'tan, 'riayetsiz muziplik'ten ve kimi zaman da tacizden beslendiği görülmektedir (Coleman, 2012: 115). Alanyazında provokatif davranışlardan istismara kadar pek çok negatif davranış trollük olarak adlandırılmaktadır (Binns, 2012).

Saha çalışmasının katılımcılarından Yalçın Arı trollerin davranışlarını şu ifadelerle anlatmaktadır:

> Bir kere trol ciddi şeylerle dalga geçer. Ciddi şeylerle dalga geçildiği zaman anlarsınız ki bu trol vakasıdır yada nerdeyse hemen herkese ayrı şekilde davranır. Yani bir şeyin tersini yaptırmak trollüğün önemli davranış biçimlerinden bir tanesidir. Troller genelde küfrederler; küfretmek bir trol davranışıdır. Genelde bir imajı photoshoplar, üzerinde değişiklik yapar, onunla alay ederler. Bir futbolcudur, bir siyasetçidir bu. Genelde bir şeyin yapısını değiştirmek trollüğün alametlerindendir.

Arı'nın belirttiği gibi trol davranışları ciddi şeyler üzerinden kurgulanır. Bir diğer görüşmeci Ahmet Sabancı ise trol davranışlarının özelliklerini şöyle belirtmektedir:

> En başta mümkün olduğunca yüksek seviyede, absürde yakın seviyede tüm ifadelerini kullanır ve mümkün olduğunca ekstrem kavramları, ekstrem tanımları kullanmayı tercih eder. Bu sayede karşı tarafı provoke edebilmesi daha kolay olur. Bunun yanı sıra trollerin büyük bir kısmı aslında karşı tarafa uyguladıkları şeyin sinir bozuculuğunu, bunun rahatsız ediciliğini bilirler ve hani bunu keyfî olarak yaparlar. Üçüncü olarak, kimi troller aslında inanmadıkları şeyleri de savunabilirler. Sadece karşı taraftakini rahatsız etmek onu, rahatsız olma ve öfkeyle birlikte verdiği tepkiden keyif almak amacıyla ki zaten trollerin en önemli özelliklerinden birisi de bana göre karşı taraftan aldıkları reaksiyondan keyif alıyor olmaları...

Sabancı'nın üzerinde durduğu nokta trol davranışlarının abartıya kaçan, rahatsız edici ve sinir bozucu özellikleridir. Arı ve Sabancı'nın yanı sıra trol davranışlarını saha çalışmasının katılımcılarından Mehmet Emin Babacan şu şekilde sıralamaktadır:

> İlgisiz içerik oluşturmak; abartılı içerik oluşturmak; gereksiz, zaten var olan, içerik oluşturmak; sitelerin belirlediği araç ve yöntemleri kötü amaçlı kullanmak; herkesi ve her şeyi sürekli eleştirmek; böylece her konuda bilgili görünmek; zekice ve profesyonel yöntemler geliştirmek; özellikle kamuoyunda tanınan isimleri, kendileri, davranışları veya politikaları hakkında şüpheye düşürmek.

Saha çalışmasının katılımcılarından Bilge Narin, trollerin amacının benimsenen bir gönderi atmak değil; tam tersine beğenilmemek ve eleştirilmekten haz alma şeklinde açıklayarak, davranışlarındaki bu niyete dikkat çekmektedir:

> Trol, insanların fikirlerine şiddetle karşı çıkmasından mutluluk duyarlar. Yani bir trolün amacı söylediklerinin toplum tarafından benimsenmesi, toplum tarafından desteklenmesi değildir. Açıkçası tam tersine; üzerlerine gelinmesi, fikirlerinin tartışılması, fikirlerinin beğenilmemesi bir trole popülerlik katar; mutlu eden bir özelliktir bu.

Twitter'daki trollerin de mizah yapmak amacıyla, özellikle kinaye yapmak amacıyla yaygın olarak meme'ler ürettiklerini görmek mümkündür (Tekin, 2015). Caps veya meme'ler olarak bilinen bu üretimler, kullanıcıların kendilerinin varolan bir görsel, metin ya da ses ögesini kullanarak, kendi iletilerini metne yerleştirmeleri, monte etmeleri işlemidir. Meme'lere kaynaklık eden asıl metin, yaratıcı bir şekilde kullanıcı tarafından dönüştürülmüş, yeni bir metin haline gelmiştir.

Alanyazın ve saha çalışmasında derlenen uzman görüşlerinin ortak noktası olarak şu denebilir: Trol davranışları çevrimiçi ortamda normal olarak adlandırılan davranış biçimlerinin dışında kalmaktadır. Trollerin kendilerine özel davranış biçimleri ve üslupları bulunmaktadır. Her ne kadar bu davranışlar var oldukları ortamda bir tür rahatsızlığa sebep olsa da zekice ve yaratıcı şekilde hazırlanan içeriklerin, özellikle kullanıcı türevli içerik üretimi olan capslerin veyahut meme'lerin sosyal medya ortamlarına zenginlik kattığı söylenebilir.

Trollüğün gerçekleştiği ortamlar

Trollük olgusunu ele alan alanyazına bakıldığında trollerin sözlükten dergilere, sosyal medya ortamlarından dijital oyunlara, haber sitelerinden bloglara çok çeşitli mecralarda faaliyet gösterdikleri görülmektedir. Yapılan araştırmalar insanların topluluk oluşturduğu her türlü çevrimiçi platformun ve herkese açık tartışma gruplarının troller tarafından hedef olarak seçildiğini göstermektedir.[13] Troller, insanların bam tellerine dokunarak, sinirlendirerek, onları duygusal ve aptalca tepki verir durumlara sokmaktadır ve bunu herkese açık kamusal alanlarda yapmayı özellikle tercih etmektedir (Virkar, 2014). Faruk Bildirici trollüğün en yoğun olarak görüldüğü ortamın Twitter olduğunu şu sözlerle belirtmektedir:

> Twitter'da yoğun olarak görüyorum. Facebook'ta, diğerlerinde çok daha az görüyorum. Twitter'da daha fazla sanırım; bunun nedenlerinden birisi de Twitter'ın anlık etkileme gücünün daha yoğun olması.

Özellikle politik krizlerde, politik kutuplaşmaların ve sansürün yoğun olduğu dönemlerde bu mecralarda trollük faaliyetlerinin arttığına görüşmecilerin çoğu dikkat çekmektedirler. Bildirci bu konuda, "Toplumsal hareketliliğin başladığı dönemlerde ya da iktidara yönelik muhalif düşüncelerin daha çok seslendirildiği o pik noktalarda görüyoruz bence" derken; örneğin, Mehmet Emin Babacan,

> Daha önce seçim dönemlerinde, Gezi Parkı olayları, 17-25 Aralık operasyonları, iktidar-muhalefet mücadeleleri gibi siyasal temelli konularda görülmektedir. Aynı şekilde yaklaşmakta olan genel seçimler (7 Haziran 2015) öncesi dönemde de görmek mümkün olacaktır.

şeklinde, toplumdaki politik kutuplaşma dönemlerinde trollerin varlığına dikkat çekmektedir. Bu çalışmada da, 1 Kasım 2015 Genel seçimleri öncesinde özelikle siyasi amaçlı trol hesapların özellikle Twitter'da yurttaşları galeyana getirmeyi amaçlayan, manipülatif, kışkırtıcı ve eksiltilmiş ya da abartılmış içerikleri yaydıkları görülmüştür.

Trollüğün nedenleri

Trollerin neden trollük yaptığı sorusuna Amy Binns, ilk olarak bilgisayar dolayımlı iletişimde ortaya çıkan kimlik belirsizliğini, diğer bir deyişle anonimliği

13 Alanyazında farklı çevrimiçi ortamlarda görülen trol vakalarını inceleyen çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Örneğin, bir çalışmada Wikipedia ortamı analiz edilirken (Shachaf ve Hara, 2010), başka bir çalışmada haber siteleri, forumlar ve bloglar özelinde trollük tartışılmaktadır (Cramer, 2013). Bir sosyal medya mecrası olarak Facebook özelinde tartışılan trollük vakasının (Phillips, 2011) yanısıra Reddit.com sitesi üzerinden yürütülen trol tartışması da (Bergstrom, 2011) alanyazında karşımıza çıkmaktadır.

neden olarak görmektedir (2012: 549). Ona göre, gerçek dünyada ket vurulan dürtüler çevrimiçi dünyada dışa vurulmaktadır. Herring ve arkadaşlarının çevrimiçi feminist bir grup üzerinden yürüttükleri trol araştırması da bu düşünceyi destekler niteliktedir. Çalışmada, çevrimdışı yaşamda feministlere ya da eşcinsellere karşı duyulan nefretin bu grupları çevrimiçi ortamda da hedef haline getirdiği ortaya konmuştur (2002: 381). Diğer bir ifadeyle, çevrimdışında var olan nefret duygusu trollerin motivasyon aracı olabilmektedir; böylece gündelik yaşamda sahip oldukları cinsiyetçi önyargıları bir kere daha bu ortamda üretmektedirler. Saha çalışmasının katılımcısı Narin de trollerin cinsiyetçi, mezhep ve etnik kimlik ayrımcılığı veya ırkçılık üreten söylemsel pratiklerine dikkat çekmektedir:

> Mesela bir trol diyelim ırk, cinsel yönelim gibi konularda azınlıkta kalanları hedef seçebilir. Mesela ne yapabilir Türklüğü, heteroseksüelliği ya da erkek olmayı kutsayıp; kadınlara, Alevilere ya da azınlıkta kalan diğer insanları hedef seçerek kendisini üstün ırk gibi, kendisini üstün insan gibi resmedebilir. Tam tersini de yapabilir, yani azınlıkta kalanları kutsayıp asıl toplumda baskın olan kitlelere bir saldırı niteliğinde yazılar da yazabilir. Yine baktığımız zaman kutsal değerlere, bizim hani genel yargılara, kutsal değerlere karşı düşen fikirlerini acıtıcı biçimde dile getiren troller de vardır. Mesela bir trol, dinî değerleri karşısına alan bir trol "Kabe'ye pisleyen kuş" diye bir başlık açabilir. Bu gerçekten rahatsız edicidir. Toplumun geri kalan ya da Müslüman kesiminde rahatsızlık yaratabilecek bir başlıktır.

Shachaf ve Hara (2010: 365), İbranice Wikipedia'nın sistem yöneticileriyle yaptıkları görüşmelerin sonucunda bulgulanan trol motivasyonlarını şu şekilde sıralarlar: "Can sıkıntısı, dikkat çekmek, intikam almak, eğlence ve zevk amaçlı, bir topluluğa ve diğer insanlara zarar vermek". Alanyazında belirtilen ve trolleri güdüleyen motivasyonların yanı sıra saha çalışmasında farklı trollük nedenleri saptanmıştır. Bu saptamalardan birini Serhat Koç şu ifadelerle yapmaktadır:

> Yani büyük ihtimalle zamanı bol olan insanlar ve zamanını tamamen buna vakfetmiş olan iki tür insan olabilir bunlar. Bir tanesi dediğim gibi işte canlı yayınları arayarak, canlı yayınları sabote etmeye çalışan gruplar gibi tamamen boşluktan ve yaşlarının getirdiği bir durumdan kaynaklı olarak, insanları bir şekilde kandırabilmeyi, onları kötü duruma düşürmeyi, onların yaptıkları işi bozmayı amaçlayan gruplar olabilir bunlar. Ya da dediğim gibi tamamen zamanını buna harcayan, belki bunun için para alan veya başka menfaatleri, çıkarları olan insanlar olabilir ve bütün gününü bilgisayar başında geçirip kendi ideolojisinin veya fikirlerinin dışında yoğun bir bilgi paylaşımı yapan insanların o bilgi paylaşımlarına karşı sürekli bir anti-propaganda yapmak amacıyla bir trolleme tekniği geliştirmiş olabilirler.

Koç, trollüğün menfaat ve çıkar sağlamak amacıyla yapılmasına değinmektedir ve trolleri boş zamanı çok olan kişiler olarak betimlemektedir.

Türkiye'de Twitter ortamında yapılan trollüğün nedenleri, saha çalışmasının katılımcıları tarafından iki ana başlık altında değerlendirmiştir: kişisel ve politik nedenler. Trollüğün kişisel yönüne dikkat çeken Aslı Telli Aydemir, "Biraz ego tatmini olduğunu düşünüyorum ben trollüğün" ifadesinde bulunmuştur. Erkan Saka ise trollüğün politik nedenlerini şöyle dile getirmektedir:

> Bir de doğrudan hani siyasi hedefleri olan ya da toplumsal hedefleri olan ve aslında kamusal düzende kamusal tartışma demokratik sonuçlar doğurabilecek bir tartışmada tartışmayı engelleme amaçlı trollemeler var. Bir de daha da ötesinde hani engellemenin ötesinde sindirme amaçlı var. Yani özellikle bahsedilen bu işte AK troller vakasının aslında böyle siyasi propagandadan çok, bizzat var olan muhalefeti sindirme muhalifleri rolü var. Yani zaten böyle bir söylem analizi yapıldığında ortaya çıkacak şey hani bayağı bir tehdit boyutunun yüksek olduğu gözüküyor. Yani yalnızca tartışmayı bitirmek değil, bir de bu sıralanabilir belki, hani doğrudan doğruya tehdit boyutu.

Melih Kırlıdoğ da, "Eskiden 'kara propaganda' denilen eylemin internet ortamındaki hali" şeklinde, siyasi amaçla yapılan trollük olgusuna dikkat çekmektedir. Farklı siyasi görüşleri sosyal medya ortamlarında sindirmek, değersiz kılmak ve kışkırtmak amacıyla gerçekleştirilen siyasi trollük faaliyetleri, saha çalışmasının katılımcıları tarafından yoğun olarak dile getirilmiştir. Saha çalışmasının bir diğer katılımcısı ise trollüğü gerçek dışı, siyasi ve ekonomik çıkar amaçlı olmak üzere üçe ayırmaktadır:

> Ben üç tür üzerinde durabilirim: Twitter'da ve Facebook'ta yapılan gerçek dışı paylaşımlar; paylaşımların altındaki yorumlarda ortamı germeye çalışan ifadeler yazmak; siyasi veya ekonomik çıkarlar için yapılanlar. (Alaaddin Faruk Paksoy)

Bu ayırımda, gerçek dışı paylaşımlar ayrımı, eğlence amaçlı trollüğe; siyasi ve ekonomik çıkar amaçlı trollük ise siyasi amaçlarla yapılan trollüğe işaret etmektedir.

Ece Temelkuran, trollük olgusunu olumsuzlarken, trollüğün nedeninin ego ego tatmininde yattığına işaret ederek şunu ifade eder:

> Trolden daha kötüsü, espri yapmaya çalışan trol. Ama beterin beteri kesinlikle, en kötü zamanlarda, millet kan ağlarken acılı insanlara esprili laf geçirme ihtirasıyla dolup taşan trol. İnsan psikolojisinin alacakaranlık kuşağı orası işte. (2015:5)

Trollüğün hedefinin kim olduğu sorusuna saha katılımcılarından Arı aşağıdaki şekilde net bir dille yanıt vermektedir:

> Çoğunlukla merkezî yapılardır; çoğunlukla kurumsallaşmış, ciddi ve değişime kapalı olan yapılar trollüğün hedefidirler. Değişime kapalı kişiler de böyledir. Zamanla buna ayak uyduramayan kurumlar ve yapılar, sanatçılar, siyasetçiler, futbolcular göz önünde olan herkes bence trollüğün hedefi konumundadırlar ve bu troller için alaya alın-

> mayacak, dalga geçilmeyecek –bazı troller için tabii ki– neredeyse hiçbir şey yoktur. Bunlar trollerin hedefidirler.

Arı'nın da ifade ettiği gibi trollerin hedefi çevrimiçi ortamda var olan herkestir. Yapılan görüşmelerde de daha önce ifade edildiği üzere, troller her türlü konuyla ve değerle dalga geçebilmektedirler. Bu noktada trollerin insanlardan ziyade olayları, değerleri, ortamda yürütülen tartışmaları ve toplumun gündemini hedef olarak seçtikleri görülmektedir. Bu noktada Ceren Sözeri de, özellikle trollerin internet ortamını kullanma becerisinin karşısında hedeflerinin güçsüzlüğüne işaret etmektedir:

> Bir gazeteci şöyle tanımlamış: Biraz militarist bir yaklaşım ama "Trol sniper gibidir, bir grup içerisinde o en zayıf olanı seçer, o internet ortamında kuralı bilmeyen olanı seçer ve başlar onu tahrik etmeye, soruları ile onu yönlendirmeye ve ondan sonra o kitleyi ortadan kaldırmaya veya işte dağıtmaya veya işte kuralları bozmaya."

Eğlence trollerinin ürettikleri içeriklerde Arı'nın dikkat çektiği tarzda bir yönelim daha belirgindir. Siyasi amaçlı troller ise, kendilerine karşı siyasi grupları ve temsilcilerini doğrudan hedef almakta ve amaçları, daha öncede belirtildiği üzere yanıltıcı ve kışkırtıcı içerik üretimleri dolayımı ile demokratik kanaat oluşumunu engellemektir.

Trollüğün türleri nelerdir?

Trollük türlerine ilişkin ilk sınıflama, Bishop'ın (2014) klasik trollük ve anonim trollük ayrımıdır. Klasik trollük bir toplumun ortak eğlencesi için yapılmaktadır ve topluluk içindeki bağları güçlendirme amacı taşımaktadır. Anonim trollük ise özel bir topluluğu hedef olarak seçen birinin kendi eğlencesi için o topluluğa zarar vermesidir. Bishop trollüğü, "Lolz" ve "Lulz" ifadelerini kullanarak iki ayrı kategoride daha incelemektedir. Bu kategorileri eğlence trollüğü (*kudos trolling*) ve kışkırtıcı trollük (*flaming trolling*) olarak belirlemektedir. Bu kategorilere göre eğlence trollüğü Lolz ile eşit tutulurken, kışkırtıcı trollük Lulz ile eşit tutulmaktadır. Eğlence için trollükte amaç bir topluluk içindeki bağları güçlendirmek iken; kışkırtıcı trollükte insanların kişisel zevk adına istismar edilmesi söz konusudur (Bishop, 2014: 10). Lolz eğlenme amaçlı yapılan alt kültür mizahı olarak tanımlanırken, Lulz zarar verme, istismar etme gibi bir takım zarar verici davranışları tanımlamak için kullanılmaktadır (Virkar, 2014: 36). Bir yanda klasik trollük, eğlence trollüğü ve Lolz; diğer yandan da anonomik trollük, kışkırtıcı trollük ve Lulz birbiriyle eş anlamlı olarak kullanılmaktadır ve işleyişleri birbirine benzerdir.

Eğlence trollüğünün yanı sıra bir diğer trol türü olarak belirtilen siyasi veya ideolojik manipülasyon amaçlı trollük daha önce de belirtildiği üzere provokatif dil kullanımıyla ortaya çıkmaktadır. Buna göre, her kışkırtıcı dil kullanan ve

çoğunlukla anonim olan kişileri trol olarak mı adlandırmamız gerekir? Sarphan Uzunoğlu (2015: 85) çoğu zaman tüm anonim hesapların doğrudan trol hesaplarıyla karıştırıldığını dile getirmektedir. Kanımızca, "Fuat Avni" adlı Twitter'daki hesap, anonim hesapla trol hesap ayrımını belirgin kılan bir örnektir. Saha çalışmasının katılımcılarından Faruk Bildirici "Fuat Avni" adlı Twitter kullanıcısının trol olarak adlandırılmaması gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

> Fuat Avni'yi cemaat örgütlenmesinin sözcüsü gibi görüyorum doğrusu ya başka zeminlerde söyleyemediklerini onun aracılığı ile söylüyorlar; o nedenle trol başka bir şey dediğim gibi; yönlendirmek var; kışkırtmak var dediğim gibi. Adam bir akşam TMSF şeye el koyacak dedi. Bank Asya'ya el konuldu şimdi. Bilgi veriyor adam bir şey yapmıyor ki.

Bildirici'nin dikkat çektiği üzere, Fuat Avni sadece kendi görüşü dâhilinde bir çevrimiçi platformda bilgiler paylaşan anonim bir hesaptır. Twitter'da sızıntıcılık yapan anonim hesapların trol değil, belli bir siyasi oluşumu desteklemek amacıyla yapılan içerik üretimleri olduğu söylenebilir. Benzer şekilde, kendisinden farklı ideolojileri yıpratma, küçük düşürme amacıyla da gönderi üreten hesaplar vardır. Bu hesapların başında örneğin WUAttack yer almaktadır. Kamuoyunda bu ve benzeri hesaplar, daha önce de belirtildiği üzere 'AK Troller' olarak gündeme gelmektedir (Doğu vd., 2014). Burak Doğu vd.ye göre,

> 'AK Trol' olarak adlandırılan bu hesapların, AKP tarafından maaşlı olarak istihdam edildiği iddia edilmekte; özellikle Gezi Parkı olaylarından sonra aktif olarak kullanılmaya başlandığı, hükümet ve Gülen Cemaati arasındaki çatışmada yoğun içerik üretildiği ve özellikle hashtag altında AKP taraftarlarını örgütlediği ve bir araya topladığı görülmektedir. (2014, 101-149)

Özetle, Türkiye'de hem eğlence amaçlı hem de siyasi amaçla yapılan iki farklı trollük olgusu mevcuttur.

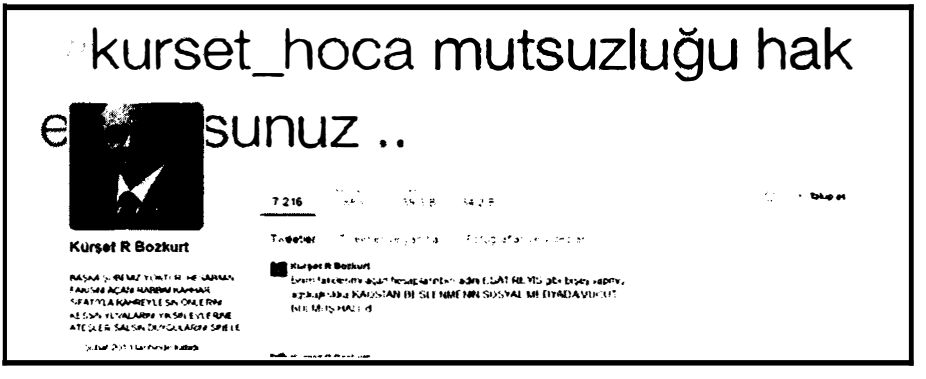
Trollerin performansları: sözedimleri ve capsler

Trol hesapların sahiplerinin genel olarak, 'kişisel marka' yaratım süreci gibi hesaplarını ve bu hesaplarındaki profillerini inşa ettikleri söylenebilir. Erwing Goffman'ın (2009) benliğin sunumunda mutfak önü ve mutfak arkası farkını açıkladığı 'performans' kavramında belirttiği gibi; trol hesapların Twitter arayüzünde sanki bir sahnedeymişçesine 'seyirci'lerine oynadıklarını, sözedimlerini sahne olarak konumlanan arayüzde performe ettiklerini görülmektedir. Sözedimlerindeki yaratıcılığı, belli sözcükleri kullanmalarını veyahut arayüze girdiklerinde FAV'layarak selam almaları[14] bu performansa örnek olabilir. Ali-

14 Twitter dilinde FAV'lamak, favori almak anlamına gelmektedir.

ce E. Marwick ve danah boyd'un (2010) çalışmalarında Twitter hesap sahiplerinin "hayal edilen bir seyirciye" yönelik olarak tweet attıklarının altı çizilmiştir. Araştırmacılara göre, Twitter'da öz-sunum, statik profil inşası ile değil; akan tweetler ve takipçilerle etkileşim aracılığıyla gerçekleşmektedir (2010: 3). Bu çalışma kapsamında, eğlence trollerinde profil inşasının sürekli olarak değiştirildiği gözlemlenmiştir. Bu değişikliğin bizatihi kendisi trol hesabın 'Twitter sahnesi'nde yarattığı öz-sunum ve trol kimliğinin performansı ile yakından ilişkilidir. Örneğin, "Kürset Hoca" bu şekilde öz-sunumunu sürekli değiştiren, bu nedenle hayranları tarafından takip edilen, sürekli yeniden ve yeniden mizahi bir şekilde yaratılan profil öz-sunumundan (profil görseli ve hesap bilgisi dahil) dolayı beğenilen bir trol hesaptır. Siyasi trol hesaplarından "Esat Ç." de hesap bilgilerini ve arayüz tasarımını kimi zaman değiştirmektedir. Aşağıda "Kürset Hoca"nın öz-sunumunu nasıl değiştirdiği örneklendirilmektedir:

Görsel 5.[15]



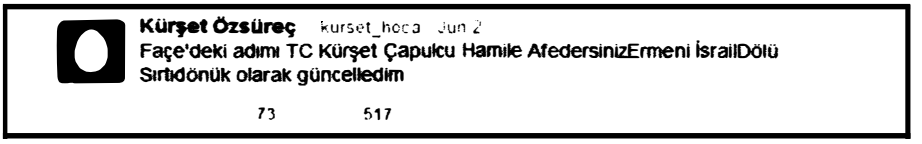
Görsel 6.[16]



15 http://twitter.com/kurset_hoca adresinin 15 Mayıs 2015 tarihli arayüz görüntüsü.

16 http://twitter.com/kurset_hoca adresinin 6 Ağustos 2015 tarihli arayüz görüntüsü.

Görsel 7.[17]



Marwick ve boyd'un çalışması (2010: 8) Twitter ortamında 'mikro-şöhret' olgusunu kısaca ele almaktadır. Twitter'da çalışma kapsamında gözlemlenen bazı trol hesapların mikro-şöhret niteliği taşıdığı söylenebilir. Örneğin, bazı tweetler anaakım geleneksel medyada paylaşılmakta, tweetlerinden alıntı yapılan trol hesapları söz konusu olmaktadır. Hatta @esatreis adlı AK Trol hesabı Ağustos 2015 tarihinden bu yana http://www.haber10.com haber sitesinde köşe yazarı olmuştur. Trol hesapların bir anlamda kişisel markalaşma ve mikro-şöhret olarak kendilerini inşa etme sürecinde özellikle kullandıkları dilsel pratikler önemlidir. Trol hesapların söylemsel pratiklerinde dikkat çeken unsurları şu şekilde sıralayabiliriz: yaratıcı dil kullanımı ve sözcük oyunları; alaycı dil kullanımı ve bilgiçlik taslamak; küfür ve cinsiyetçi dil kullanımı; gereksiz ve aşırı eleştiri yağmuruna tutmak. Twitter'da gözlemlenen trol hesaplar çok yoğun bir oranda küfürlü ve cinsiyetçi dil kullanımına sahiptirler. Özellikle eğlence trolleri küfür olarak adlandırılan sözcük kalıplarını, "aq, amk" vb. şekilde kısaltarak paylaşımlarında, gündelik dilsel pratiklerinde sıklıkla kullanmaktadırlar.

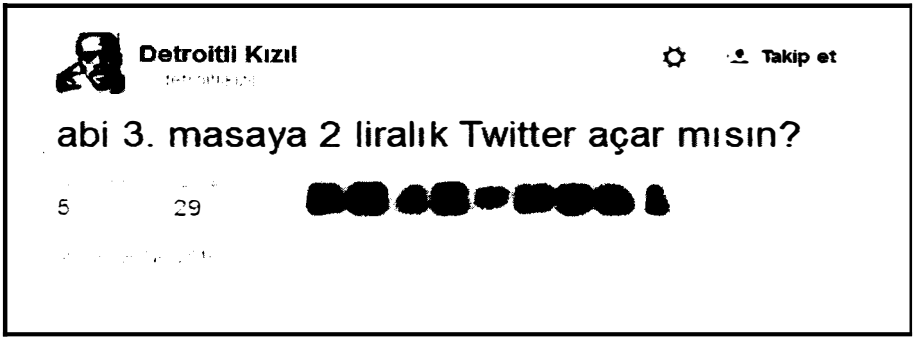
Sözcük oyunları ile yaratılan mizahi hava, bazı durumlarda meme'ler olarak adlandırılan kullanıcının kendisinin hazırladığı görseller ile birlikte desteklenmektedir. Örneğin, 7 Haziran 2015 Genel seçimleri için partilerin milletvekili adaylarını belirlediği bir dönemde kendisini HDP'nin (Halkların Demokratik Partisi) Burdur Milletvekili aday adayı olarak sunan @kurset_hoca Twitter hesabından paylaştığı görseller ile yaratıcı dil kullanımını metinlerarası bir düzeye taşımıştır. Yaratıcı dilin ve sözcük oyunlarının kullanıldığı görseller aynı zamanda trol kullanıcıların, bu görsellerin yaratılması için gerekli bilgi ve beceriye sahip olduklarını göstermektedir. Çalışmada yukarıda daha önce açıklandığı üzere, caps ya da meme'ler olarak adlandırılan ve görsel ile metni bir araya getiren bu yaratıcı içerikler trol kullanıcıların paylaşımlarında yoğun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu paylaşımlar trol hesapların ilgili oldukları konular hakkında görüşlerini ifade ederken farklı yollar tercih edebildiklerini ve bunun için de belirli bir mesai ve emek harcadıklarını gözler önüne sermektedir.

Trol hesapların, söylemsel pratiklerinde alaycı bir üslup benimsediği de gözlemlenmiştir. Bu alaycı üslup bazı troller tarafından var olan sosyal ve toplum-

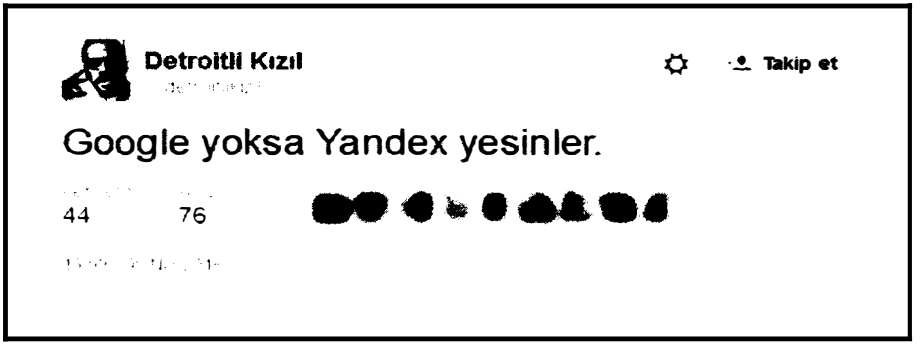
17 http://twitter.com/kurset_hoca/status/605835037003513857

sal olguları mizahileştirmek için kullanılabilmektedir. Eğlence trolleri hemen hemen her konuyu alay konusu yapabilmektedirler. Örneğin; 6 Nisan 2015 tarihinde sosyal medya ortamlarına erişimin engellenmesi üzerine, erişim yasağı delinerek aşağıdaki gönderiler paylaşılmıştır:

Görsel 8.[18]



Görsel 9.[19]



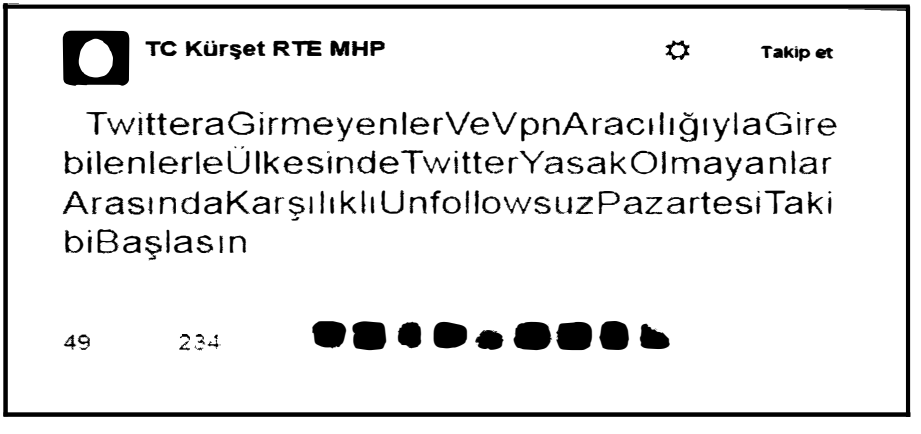
18 http://twitter.com/detroitlikizil/status/585081982650077186

19 http://twitter.com/detroitlikizil/status/585142188465647618

Görsel 10.[20]



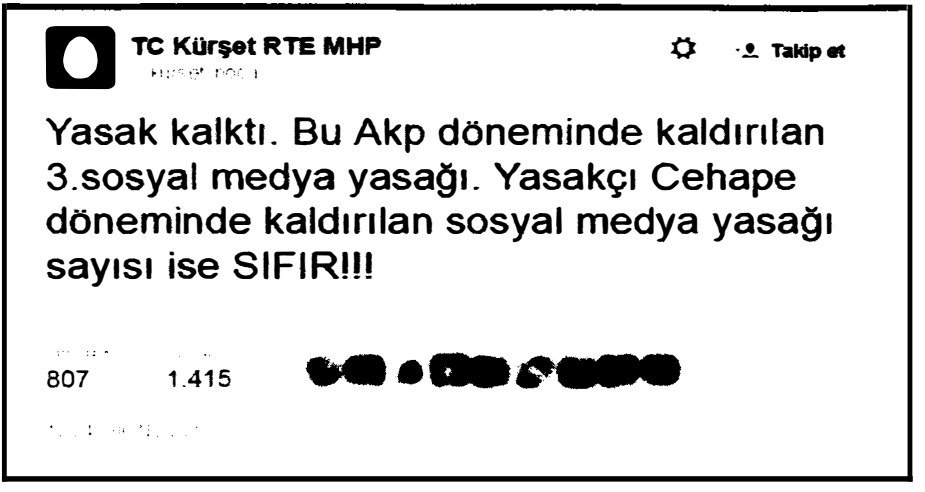
Görsel 11.[21]



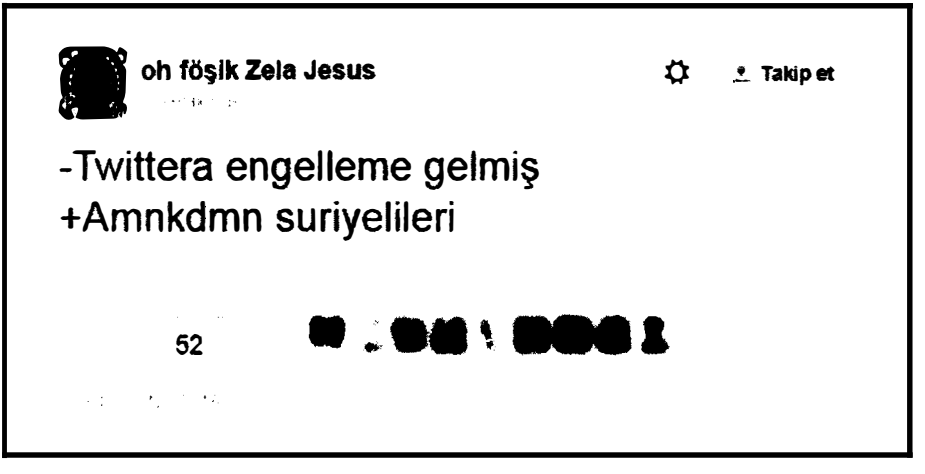
20 http://twitter.com/kurset_hoca/status/585069681435930624

21 http://twitter.com/kurset_hoca/status/585119811673399298

Görsel 12.[22]



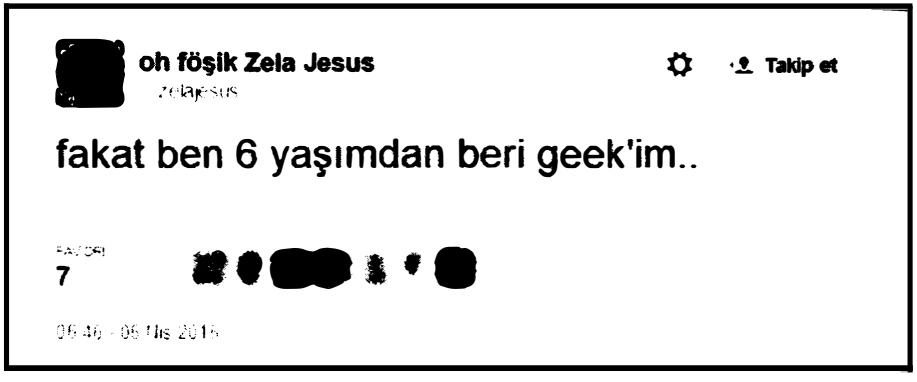
Görsel 13.[23]



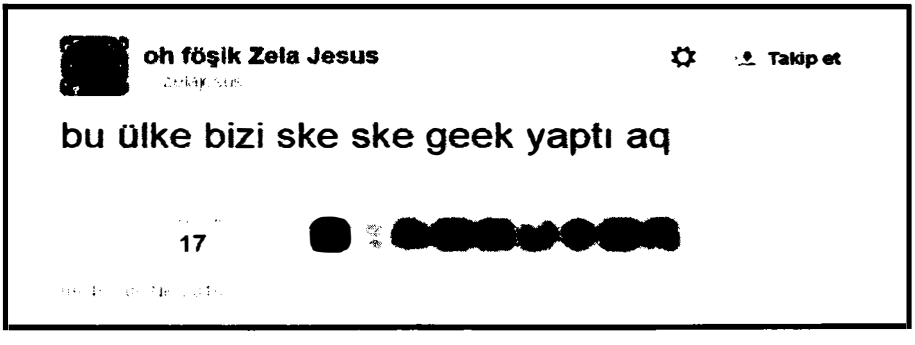
22 http://twitter.com/kurset_hoca/status/585131033194008576

23 http://twitter.com/zelajesus/status/585047948196708352

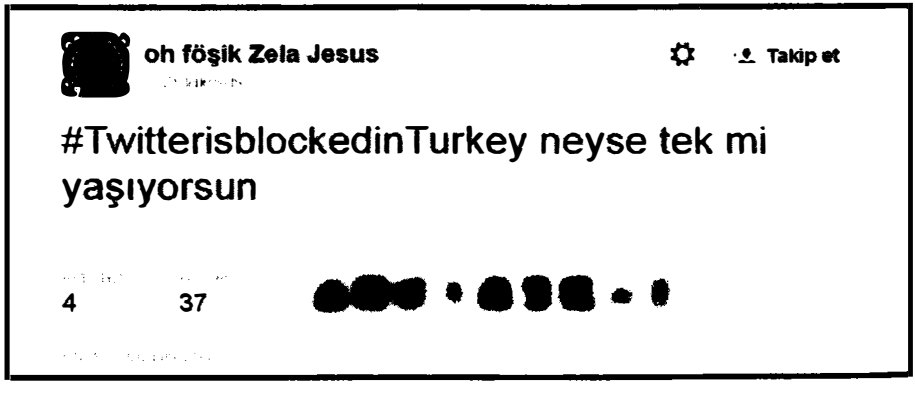
Görsel 14.[24]



Görsel 15.[25]

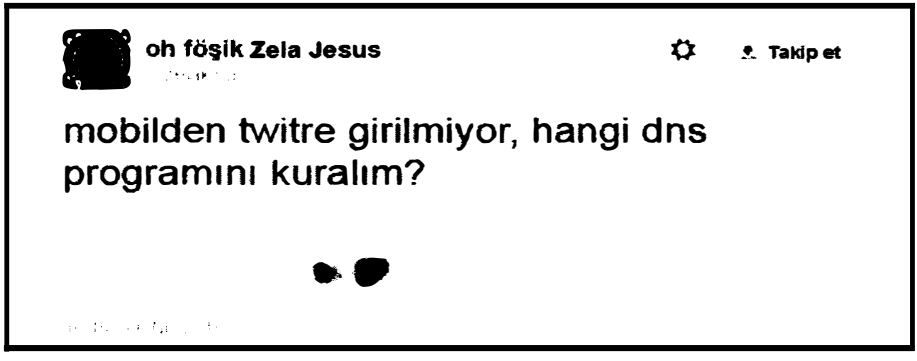


Görsel 16.[26]

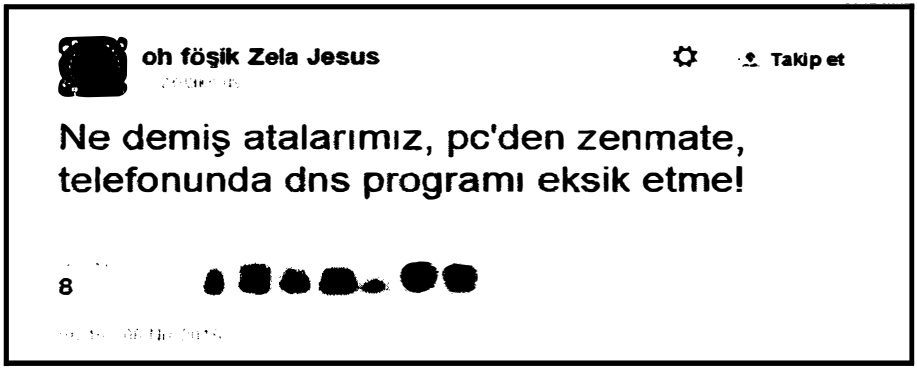


24 http://twitter.com/zelajesus/status/585045910981365760
25 http://twitter.com/zelajesus/status/585045739316912129
26 http://twitter.com/zelajesus/status/585043569565540352

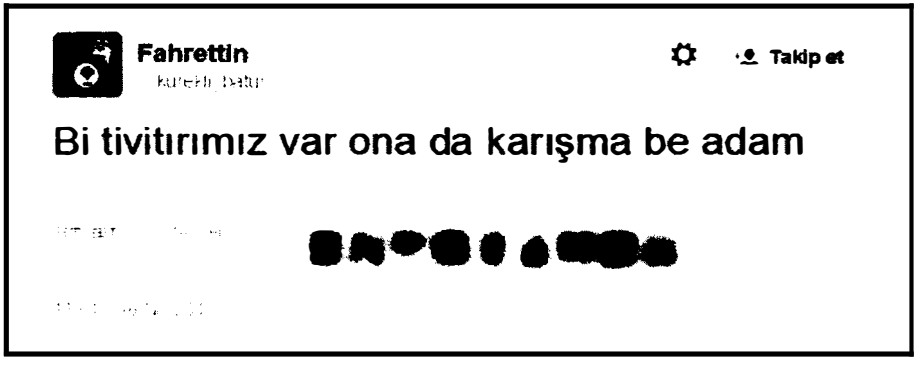
Görsel 17.[27]



Görsel 18.[28]



Görsel 19.[29]



27 http://twitter.com/zelajesus/status/585038198771965953

28 http://twitter.com/zelajesus/status/585038009692774400

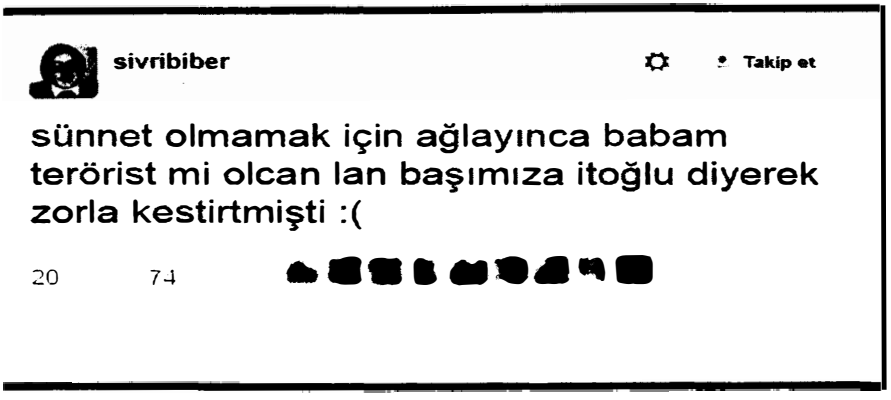
29 http://twitter.com/kurekli_batur/status/585122656179085312

Yukarıdaki gönderiler incelendiğine, trol hesapların Twitter yasağına rağmen tweet attıkları, yasağa rağmen bir şekilde sosyal medya ortamlarına eriştikleri ve özelikle, AK Troller hariç, diğer trol hesapların bu yasakları eleştiren bir söyleme sahip oldukları, esprili dil kullanımından anlaşılmaktadır. Trol hesapların tweetlerindeki metinlerarasılık, benzetmeler ve parçabütün ilişkileri ile yan anlamlar internette çeşitli ortamlara erişimin hükümet tarafından yasaklanması yönünde alınan kararın eleştirildiğini ve benimsenmediğini göstermektedir. Burada özellikle "Retweet, VPN kullanmıyorum, Çünkü ben Müslüman'ım" içerikli caps sosyal medya ortamlarında çok yoğun olarak dolaşıma girmiştir. Hatta internet özgürlüğünü savunan yurtdışındaki bazı STK'lar bu caps'i ciddiye alarak, trollerin bu 'oltasını yutmuş'lardır.

Türkiye'de Twitter'da eğlence amaçlı içerik üreten trol hesapların söylemsel pratiklerine dikkatle bakıldığında şu husus görülmektedir: Eğlence trolleri sistematik olarak belli bir kişiyi hedef almamaktadır. Daha ziyade, bu trol hesaplar tarafından gündemdeki bir konuyu ve bir olayı; tartışıldığı, doğallaştırıldığı zeminden ve sağduyudan farklı olarak ele almaya davet eden sözedimleri üretilmektedir. Örneğin, 6 Eylül 2015 Dağlıca baskını ve 8 Eylül 2015 Iğdır saldırısının ardından AKP/seçim hükümetinin ürettiği söylem ve sosyal medya ortamlarında özellikle AK Troller tarafından inşa edilmeye çalışılan 'sözde sağduyu' bazı eğlence trolleri tarafından eleştirilmiştir. Bu troller, AKP/seçim hükümetinin olaylara ilişkin açıklamalarının ırkçı ayrımcı nefret söylemi ürettiğini, bu söylemin akıl dışılığını, hamasiliğini ve kültür endüstrisinin bir parçası olarak kullanılması durumunu aşağıdaki şekilde alaycı sözedimleri ile ortaya sermektedir. Bu sözedimlerin trollük davranış biçimine uygun olarak yer yer provaktif, küfür içeren sözcüklerden oluştuğu görülmektedir. Konu edindiği olayı sözcük veya görüntüler ile eleştirirken, özellikle konular arasında parça bütün ilişkisi kurulması ve dilin yaratıcı bir şekilde kullanılması söz konusudur.[30] Örneğin:

30 Twitter'de kadın olduğu varsayılan veya kadın kimliği ile performans gösteren bazı anonim trol hesapların cinsiyetçi dil kullandıkları, böylece heteroseksist erkek egemen dili, erkek egemenlinden kurtararak, dilin erilliğine müdahale ettikleri düşünülmektedir. Ancak bu tartışma bu çalışmanın kapsamı dışındadır. Benzeri bir saptama Gülsüm Depeli (2015) tarafından Türkiye'deki kadın bloggerların dilleri için de yapılmaktadır.

Görsel 20.[31]

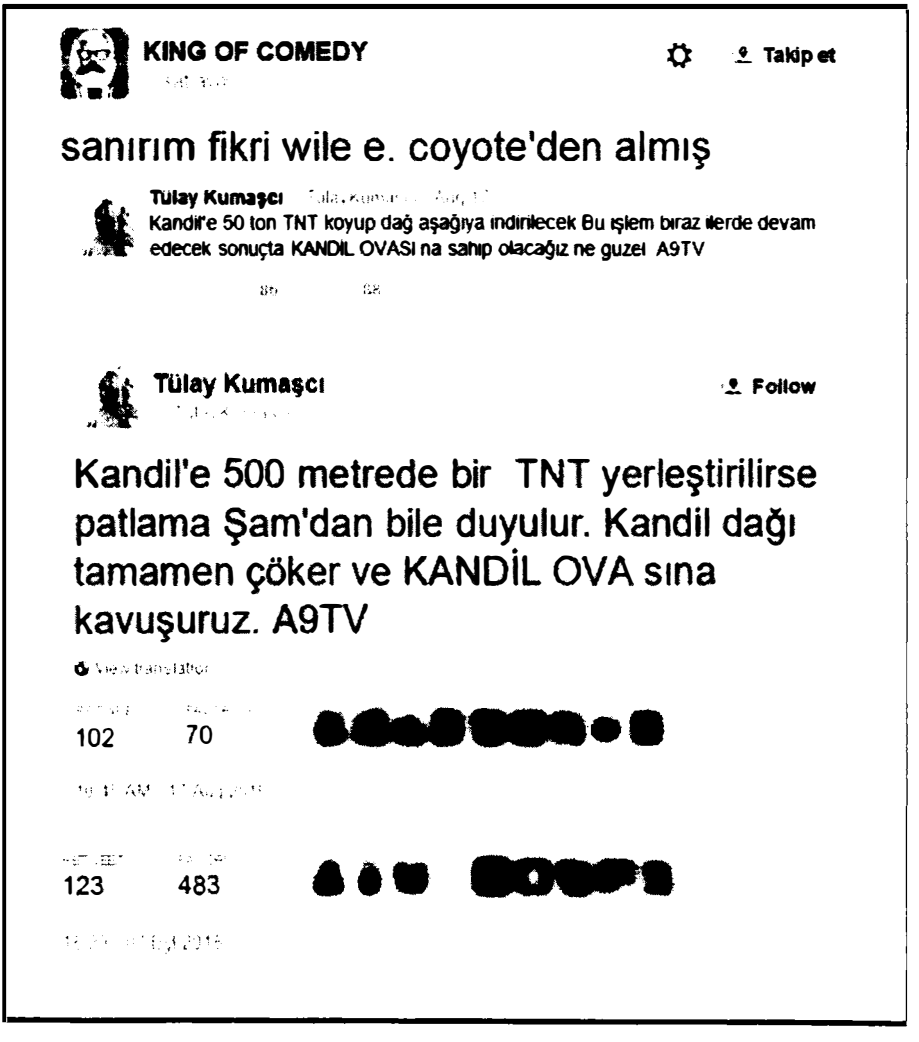


Görsel 21.[32]



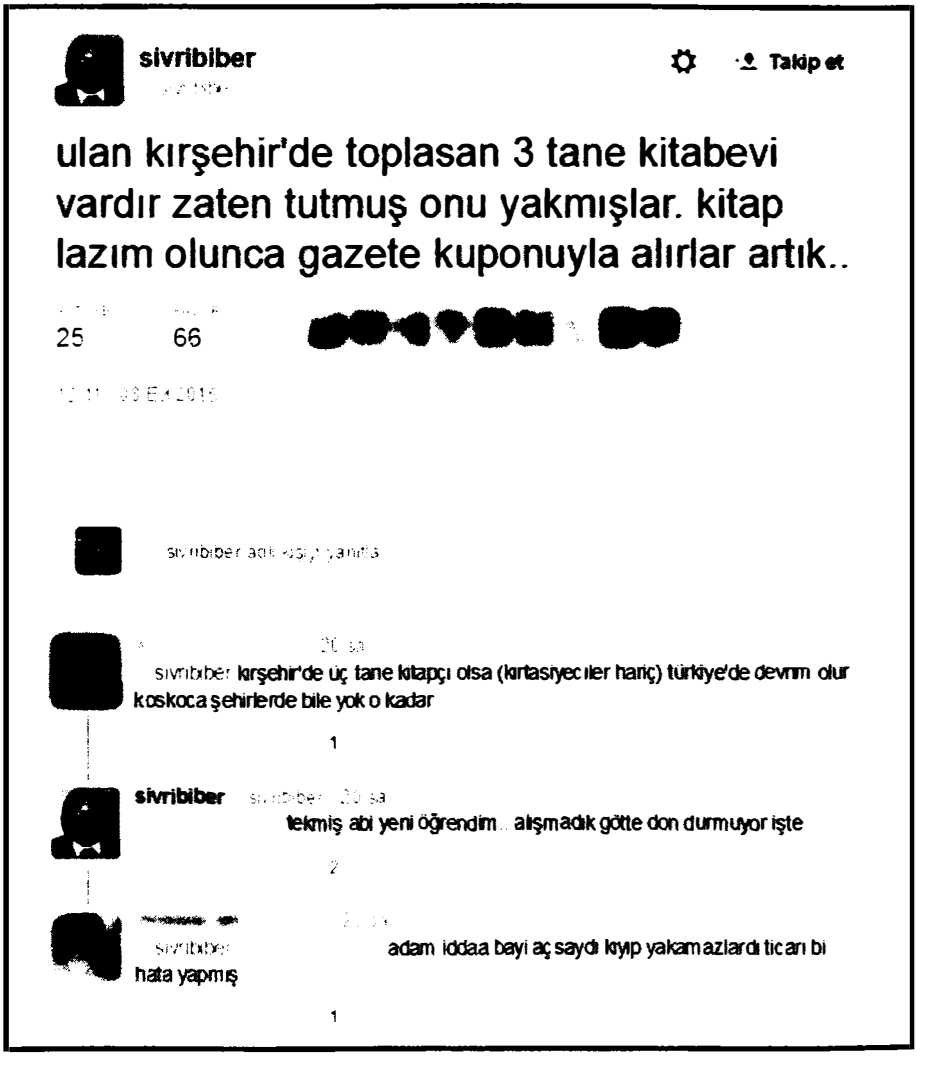
http://twitter.com/sivribiber/status/640992500904251392
http://twitter.com/zelajesus/status/640842013554905088

Görsel 22.[33]



33 http://twitter.com/satrayni/status/640987654012715008

Görsel 23.[34]



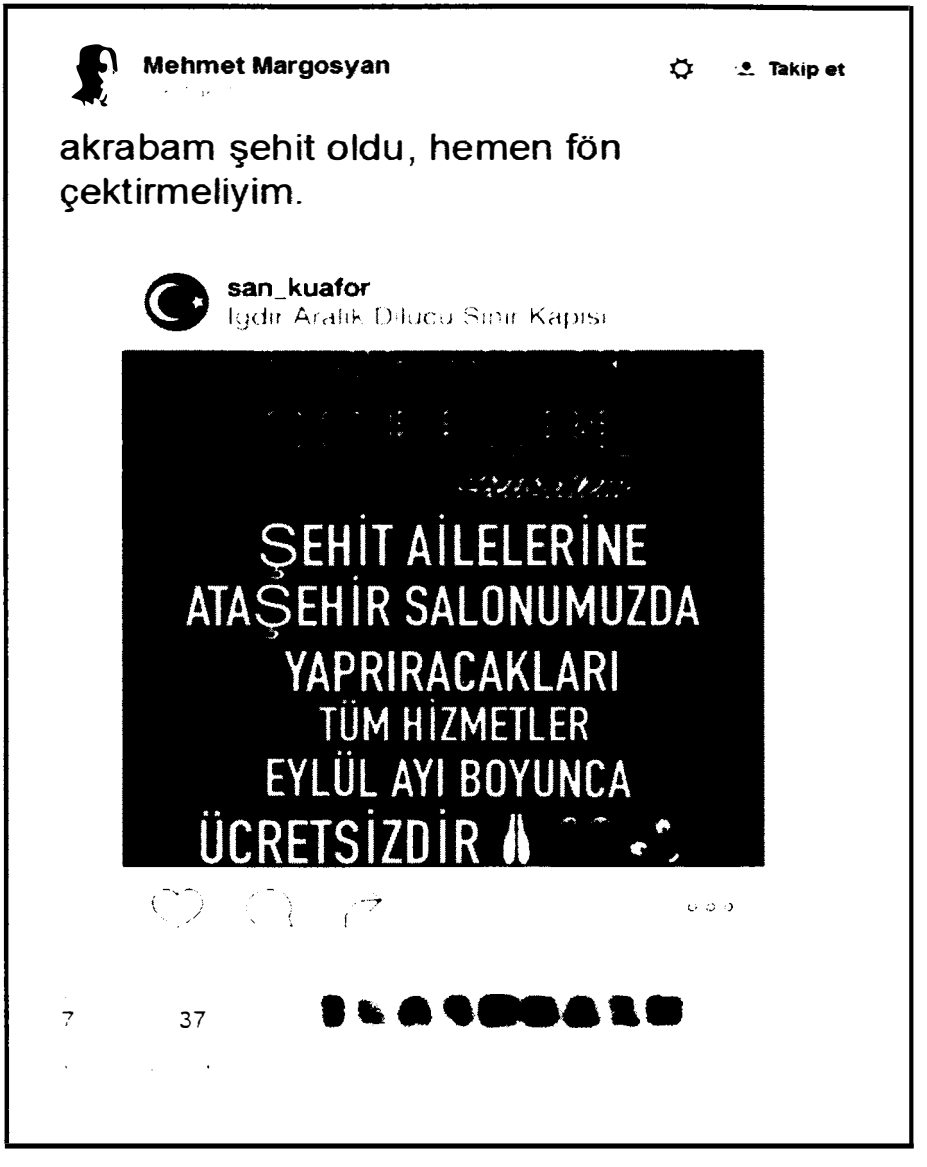
34 http://twitter.com/sivribiber/status/641297881165598720

Görsel 24.[35]



35 http://twitter.com/satrayni/status/641362450575527936

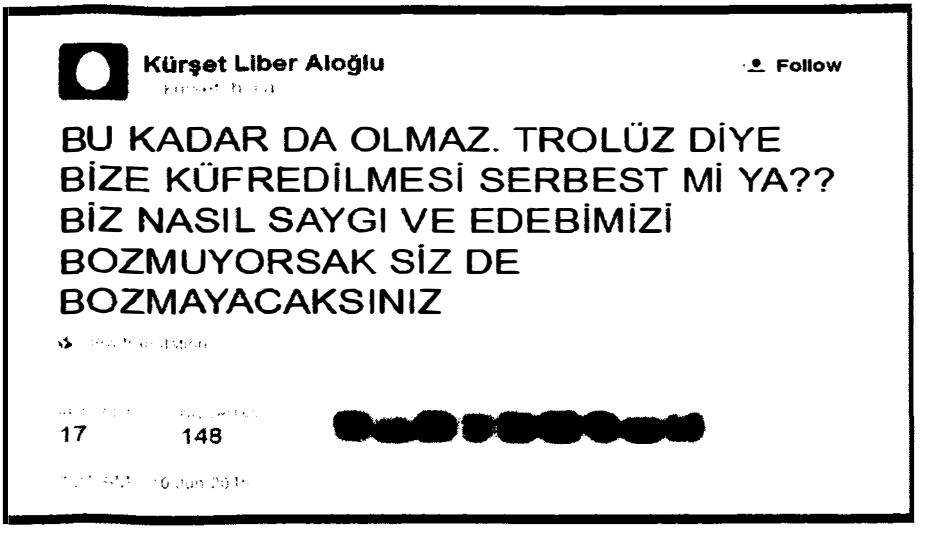
Görsel 25.[36]



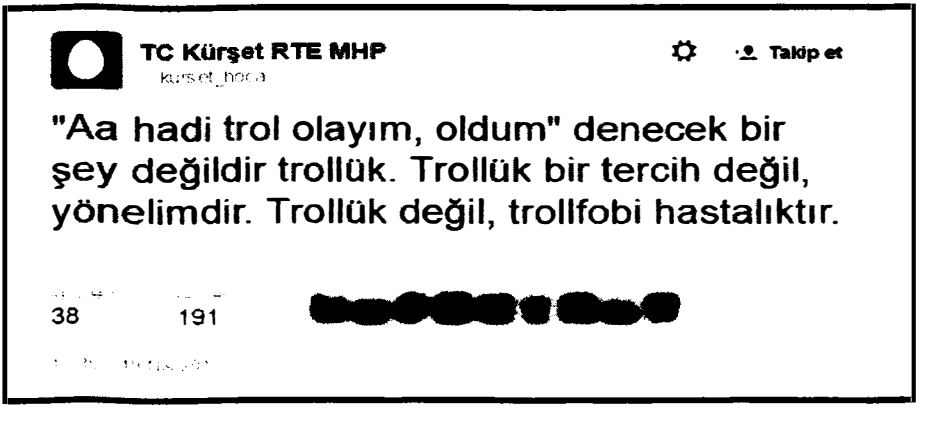
36 http://twitter.com/kofiakofo/status/641716085100781568

Sonuç yerine

Görsel 26.[37]



Görsel 27.[38]



Kamuoyunda trollük olgusundan duyulan rahatsızlık, kullanıcının yarattığı içeriklerden kaynaklanmaktadır. Trollüğün de tektipleşleştirilmesi, eğlence amaçlı yapılan ve çoğunlukla hakim değerleri ve söylemi yapıbozuma uğratan içerikler ile siyasi amaçlı yapılan manipülatif içerik üretiminin aynı potada ele

37 http://twitter.com/kurset_hoca/status/608640134649655296

38 http://twitter.com/kurset_hoca/status/589813442485321728

alınmasına yol açmaktadır. Oysa, özellikle Türkiye'de Twitter'da görülen trollük olgusu iki farklı şekilde gerçekleşmektedir: siyasi amaçla yapılan manipülatif içerik üretimi ve eğlence amaçlı yapılan, gündemdeki bir olayı ve konuyu ele alan, hakim değer ve kanaatleri tiye alan, o olay ve konuya eleştirel yaklaşmaya davet eden içerik üretimleri. Daha önce de belirtildiği üzere, trollerin söylemsel pratiklerinde hakaret ve küfür içeren sözedimlerinin kullanımı, ayrımcı ve nefret söylemi içeren etiketlemeler, basmakalıp yargıların kullanımı yoğun olarak görülmektedir. Ancak, bu söylemsel pratiklerden hangisinin 'düz anlamları'yla üretildiği, hangisinin yan anlamsal olarak aslında ele aldığı konuyu, olguyu eleştirdiğinin farkına varmak için okuryazarlık düzeyimizin ve eleştirel muhakeme donanımımızın gelişmiş olması gerekmektedir. Trollerle mücadelede kullanılan en yaygın strateji trollerin sözedimlerini görmezden gelme durumudur. Çevrimiçi forumların deneyimli katılımcıları, bir trolün cesaretini kırmanın en iyi yolunun onu görmezden gelmek olduğunu bilirler. Çünkü yanıt vermek, trolleri bozucu/kargaşaya yol açan gönderilere devam etmeye teşvik etmektedir bu nedenle sıkça şu uyarı gösterilir: "Lütfen trolleri beslemeyiniz" (Haque). Trollerin ürettiği içeriklere gülüp geçmek, gülüp geçemiyorsak da bu üretimleri ve paylaşımları ciddiye almamak kullanıcı olarak Twitter arayüzünde yapabileceğimiz en akıllıca seçimdir. Trollerin ürettiği bu kullanıcı türevli içeriklerle başa çıkmanın bir diğer yolu da bu içeriklere karşı diğer kullanıcıların 'farkında olması'nı ve trollerin ürettiği içeriklerden doğacak manipülasyon ve paniğe karşı yeni medya okuryazarı olunmasını sağlamaktır. Yukarıda @kurset_hoca adlı trol hesabın da altını çizdiği gibi kullanıcı, sosyal medya ortamlarında gayrimedeni sözedimlerinin hiçbir şekilde demokratik müzakere kültürünün gelişmesine ve çoğalmasına katkıda bulunmayacağının farkına varmalıdır. Trollük olgusunu ele alırken kanımızca, Türkiye'de belki de dikkat edilmesi gereken en önemli husus, trollüğün yapılış amacıyla da bağlantılı bir biçimde yaratıcı sözedimleri ve toplumsal satir içeren üretimlerin, hangi noktada ayrımcılık ve nefret söylemine ya da siber zorbalığa evrilebileceğidir. Trollüğün neden yapıldığı konusu ise özellikle eğlence içerikli üretim yapan, gündemdeki olay ve olgularla dalga geçen trol hesaplarla yapılacak çevrimiçi veya dışı etnografi ile ortaya çıkartılabilir. Trollüğün sadece yapılışı değil, neden trol hesapların takip edildiği de ayrı bir çalışmanın –alımlama çalışmasının– konusu olabilir. Trollerin sözedimlerindeki sinizmin, ironinin, kimi zaman abartılmış mizahi dozun gerek bu hesapların sahipleri tarafından neden üretildiğini gerekse bu hesapların takipçileri tarafındansa nasıl alımlandığını sormak; bizi gündelik yaşamın, kamusal ve özel alanın sorgulanmasına, bu alanlarının demokratikliğinin, gündelik yaşamın siyasiliğinin (niteliğinin) tartışılmasına kadar götürebilir.

KAYNAKÇA

Ansong, E. D., Takyi, T., Damoah, D., Ampomah, E. A. ve W. Larkotey (2013) "Internet Trolling in Ghana", *International Journal of Emerging Science and Engineering (IJESE)* 2(1): 42-43.

Arslan-Yeğen, U. ve M. Binark (2012) *İnternet Mecraları, Kanaat Oluşumu ve Dolaşımı: Kamusal ve MahRem Arasında*, TÜBİTAK SOBAG 110K051 NO'LU Proje.

Barlett, J. (2014) *The Dark Net*, Windmill, Londra.

Bayraktutan, G., Binark, M., Telli Aydemir, A., Çomu, T., Doğu, B. ve G. İslamoğlu (2013) *Sosyal Medya Ortamlarının Siyasal İletişim Uygulamaları Açısından İncelenmesi: Türkiye'de 2011 Genel Seçimlerinde Facebook ve Twitter'ın Siyasi Parti ve Liderler Tarafından Kullanılması*, TÜBİTAK SOBAG 111k263 No'lu Araştırma Projesi.

Bergstrom, K. (2011) "Don't Feed the Troll: Shutting Down Debate about Community Expectations on Reddit.com", *First Monday* 16(8): 1-10.

Binns, A. (2012) "Don't Feed the Trolls", *Journalism Practice*, 6(4): 547-562.

Bishop, J. (2014) "Dealing with Internet Trolling in Political Online Communities:Towards the This Is Why We Can't Have Nice Things Scale", *International Journal of E-Politics*, 5(4): 1-20.

Binark, M. (2010) "Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Türetilmesi", Çomu, T. (yay. haz.) *Yeni Medyada Nefret Söylemi* içinde, Kalkedon Yayınları, İstanbul, 11-53.

Binark, M. ve G. Bayraktutan (2013) *Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*, Kalkedon Yayınları, İstanbul.

Binark, M., Bayraktutan, G. ve E. Kepenek (2012) "Uğursuz Bir Tesadüf Olarak Yeni Medyada Etik", Akbal-Süalp, T. ve Çelik, B. (Der.) *Devrim yahut Vasat: Üretim, Deneyim ve Teknoloji* içinde, Bağlam Yayınları, İstanbul, 157-178.

Borges, J. L. ve M. Guerrero (2015) *Düşsel Varlıklar Kitabı*, İletişim Yayınları, İstanbul.

boyd, d. (2014) *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*, Yale University Press, New Haven.

Büker-Alyanak, Z. (2014) "Etnografi ve Çevrimiçi Etnografi" Binark, M. (yay. haz.) *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri* içinde, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 117-163.

Cammaerts, B. (2008) "Critiques on the Participatory Potentials of Web 2.0", *Communication, Culture and Critique*, Sayı: 1, 358-377.

Castells, M. (2013) *Umut ve İsyan Ağları: İnternet Çağında Toplumsal Hareketler*, Koç Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Cramer, M. L. (2013). "Building Engagement and Community in the Age of Trolls" http://www.econtentmag.com/Articles/News/News-Feature/Building-Engagement-and-Community-in-the-Age-of-Trolls-88714.htm Erişim 16.06.2015

Crystal, D. (2006) *Language and the Internet*, Cambridge University Press, Cambridge.

Coleman, G. (2014) *Hacker, Hoaxer, Whistleblower, Spy: The Many Faces of Anonymous*, Verso, Londra.

Coleman, E. G. (2012) "Phreaks, Hackers, and Trolls: The Politics of Transgression and Spectacle" Mandiber, M. (der.) *The Social Media Reader* içinde, New York University Press, New York.

Çoban, B. (2014) *Sosyal Medya Devrimi*, Su Yayınları, İstanbul.

Çomu, T. ve M. Binark (2013) "Yeni Medyada Nefret Söylemi" Çınar, M. (yay. haz.) *Ayrımcılık ve Medyada Nefret Söylemi* içinde, UHDV, İstanbul, 199-216.

Depeli, G. (2015) "Kadın Bloggerlar: Yeni Dil, Yeni Kadınlık, Yeni Tartışmalar", *Folklor/Edebiyat Dergisi*, Sayı 83, 271-294.

Doğu, B., Özçetin, B., Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Telli Aydemir, A. ve G. İslamoğlu (2014) *Siyasetin Yeni Hali: Vaka-i Sosyal Medya*, Kalkedon Yayınları, İstanbul.

Donath, J. S. (1999) "Identity and Deception in the Virtual Community", Smith, M. A. ve Kollock, P. (der.) *In Communities in Cyberspace* içinde, Routledge, Londra, 29-59.

Ess, C. (2010) *Digital Media Ethics*, Polity Press, Cambridge.

Geray, H. (2011) *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*, GenesisKitap, Ankara.

Gerbaudo, P. (2014) *Tweetler ve Sokaklar* (Çev. Osman Akınhay), Agora, İstanbul.

Goffman, E. (2009) *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu.* (Çev. Barış Cezar) Metis Yayınları, İstanbul.

Haque, A. (Tarih Yok) "Twitch Plays Pokemon, Machine Learns Twitch: Unsupervised Context-Aware Anomaly Detection for Identifying Trolls in Streaming Data", http://web.stanford.edu/~akhaque/downloads/cs363d_paper.pdf Erişim 09.05.2015.

Herring, S., Job-Sluder, K., Scheckler, R. ve S. Barab (2002) "Searching for Safety Online: Managing 'Trolling' in a Feminist Forum", *The Information Society* 18(5): 371-384.

İnceoğlu, Y. ve S. Çoban (2015) *İnternet ve Sokak*, Ayrıntı, İstanbul.

Küçüksaraç, B. (2014) "Prosumer Kadınlar ve Kendin Yap Bloglarında Üretim ve Tüketim Pratikleri", Sayımer, İ. (Der.) *Yeni Medya Araştırmaları: Kavramlar Uygulamalar Tartışmalar içinde*, Literatürk, Konya, 51-98.

Marwick, A. E. ve d. boyd (2010) "I Tweet Honestly, I Tweet Passionetely: Twitter Users, Context Collapse, and The Imagined Audience", *New Media and Society*, xx(x):1-20.

Nicol, S. (2012) "Cyber-bullying and Trolling", *Youth Studies Australia*, 31(4): 3-4.

Özçetin, B., Arslan, U. T. ve M. Binark (2012) "Türkiye'de İnternet, Kamusallık ve Demokratik Kanaat Oluşumu", *Folklor/ Edebiyat*, 2012/4, S:72, 51-76.

Papacharissi, Z. (2004) "Democracy Online: Civility, Poiteness and the Democracy Potential of Online Political Discussion Groups", *New Media and Society*, 26(2): 259-283.

Phillips, W. (2011) "LOLing at Tragedy: Facebook Trolls, Memorial Pages and Resistance to Grief Online", *First Monday* 16(12): 1-12.

Schwartz, M. (2008), "The Trolls Among Us" http://www.nytimes.com/2008/08/03/magazine /03trolls-t.html?pagewanted=all&_r=0 Erişim 13.03.2015

Shachaf, P. ve N. Hara (2010) "Beyond Vandalism: Wikipedia Trolls", *Journal of Information Science*, 36(3): 357-370.

Sorkun, Ö. E. (2014) *Cyberspace Controls Before and After Turkey Gezi Park Protests*, Yayınlanmış yüksek lisans tezi, Vrije Universiteit Brussel, Brüksel.

Tekin, D. (2015) "Kolektif Bir Kahkaha: İnternet Meme'leri", *Yeni Medya Çalışmaları II. Ulusal Kongre*, 26-17 Şubat 2015, İstanbul.

Temelkuran, E. (2015) "Kızları da alın artık trollüğe", *Penguen*, 671, 5.

Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E., Binark, M., Börekçi, S., Çomu, T. (2009) *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook. Görülüyorum Öyleyse Varım*, Kalkedon Yayınları, İstanbul

Uzunoğlu, S. (2015) "Hegemonya İçerisinde Direniş: Anonimlerin Yükselişi", İnceoğlu, Y. ve Çoban, S. (der.) *İnternet ve Sokak* içinde, Ayrıntı, İstanbul.

Virkar, S. (2014) "Trolls Just Want to Have Fun: Electronic Aggression within the Context of e-Participation and Other Online Political Behavior in the United Kingdom", *International Journal of E-Politics*, 5(4):21-51.

Weber, A. (2011) *Nefret Söylemi El Kitabı* (Çev. Metin Çulhaoğlu), http://www.ihop.org.tr/dosya/coe/nefret_soylemi.pdf Erişim 21.04.2015.

Cyber-Proletariat üzerine Nick Dyer-Witheford ile söyleşi

Ergin Bulut

Ergin Bulut: Son kitabınız Cyber-Proletariat ile başlayalım. Adında siber sözcüğü yer almasına rağmen kitabınıza Türkiye'nin Soma'da yaşamış olduğu maden faciası ile giriş yapıyorsunuz. İçinde olduğumuz tarihsel anla ve kısmen de finans kapitalizmin algoritmalarıyla alâkalı bir çalışmaya endüstriyel emekle başlama fikri nasıl ortaya çıktı?

Nick: Aslında kitaba böyle giriş yapmam, tatsız bir tesadüften kaynaklanıyor. Soma faciası, Deep Knowledge Ventures adlı biyoteknoloji alanında uzmanlaşan Hong Konglu risk sermayesi şirketinin, kendi mütevelli heyetine bir yapay zeka atandığını duyurmasıyla aynı gün yaşandı. Soma'da madencilerin katledilmesiyle yapay zeka patronun ortaya çıkmasının zamansal olarak yakın olması bir şeyi; yani dijital kapitalizmin fütürist vaatleriyle yine dijital kapitalizm içinde olan ve aslında artık dünyada kalmadığı düşünülen aşırı düzeydeki proleter sömürüsü arasındaki çelişkiyi berraklaştırmış oldu. Söz konusu çelişki de bu kitabın merkezinde yer alıyor. Soma'ya dair yaşananlara biraz daha bakınca Gezi Parkı ve sibernetik sermayeden geri alınarak radikal amaçlarla bir şekilde tekrar kullanıma sokulan sosyal medya gibi başka çelişkiler ve karmaşık durumlar ortaya çıktı. Sosyal medyanın radikal eylemlerde kullanılması zaten "Facebook devrimleri" diye adlandırılan karmaşık tartışmaları da beraberinde getirdi. Sonuç olarak Soma'daki facia ve ona gelen radikal tepkiler, proletaryanın sömürüsü ve 21. yüzyıl devrimci potansiyeli gibi *Cyber-Proletariat* kitabına yön veren önemli temaları oluşturdu. Red Hack'in Soma'yı işleten şirketin finansal işlemlerini sekteye uğratması gibi eylemlerinden, kitap baskıya girdikten sonra haberdar oldum. Yoksa kitapta bunlardan bahsetmek isterdim.

EB: Özellikle postmodernizmin tarihsel bağlamında –Michael Hardt ve Antonio Negri başta olmak üzere Otonomist Marksizmden gelen katkıları da düşündüğümüzde– 'işçi sınıfı' ve 'proletarya' kavramlarının kullanımdan düştüğünü gözlemledik. Bugün çokluk ve prekarya gibi kavramlar daha çok kullanılıyor. Ancak siz son çalışmanızda işçi sınıfı ve proletarya arasında bir ayrım yapıyor ve ikincisinin kullanılmasını öneriyorsunuz. Bunu açıklar mısınız? 'Proletarya' terimi dijital kapitalizmi anlamak açısından neden çok önemli?

Nick: İşçi sınıfından ziyade proletarya dememin sebebi, aslında bugün bir gerçekliğe işaret eden şu ucuz şakayla alâkalı: Kapitalizm çalışmıyor (*Capitalism is not working*) ve işçi sınıfının büyük bir kısmı işsiz. Marx'ın kendi döneminde olduğu gibi proletarya bugün de emeğiyle geçinen sınıfın güvencesizliğini, iş ve işsizlik arasında gidip gelmesini simgeliyor. Proletarya, sermaye içinde emeğiyle yaşamak zorunda olan sınıf demek. Her ne kadar proleterleri ücretli işçilerle eş tutmak gibi bir eğilim olsa da Marx proletaryanın tanım gereği bir güvencesizlik durumu olduğu konusunda netti. Yani Marx'ın tanımına göre eğer proleterseniz; işyerindeki sömürünün 'doldurduğu boşluktan' toplumsal açıdan 'var olmama' ve işsizliğin getirdiği 'mutlak boşluğa atılma' riskini sürekli hissedersiniz. Dolayısıyla proletarya, sadece sermayenin girdabına ücretli emek olarak katılıp bu girdapta hızla dönüp giden insanları kapsamaz. Aynı zamanda topraktan koparılıp istihdam bulamayanları, sibernetik otomasyon ve iletişim nedeniyle üretimden koparılanları ve tüm bu nedenlerden dolayı da çeşitli şekillerde başkasına bağımlı emek üzerinden geçimini ücretsiz olarak sağlamak zorunda kalanları veya tamamen yaşayan bir enkaz olarak hayatını sürdürmek zorunda olanları da kapsar.

EB: Son dönemlerde Mark Zuckerberg'in dünyanın farklı yerlerinden insanları internete bağlamaya dair giderek artan bir arzusu olduğunu gözlemliyoruz. Bu arzuya politikacılar da destek veriyor. Hindistan Başbakanı Modi'nin Silikon Vadisi'ne ziyaretinde de bunu gördük. Medya ve kültürel çalışmalar da dijital medyanın özgürleştirici yanlarına dair söylemi benimsedi. Özellikle de cep telefonlarının Küresel Güney'deki yoksul nüfusların ekonomik açıdan gelişmesiyle eş tutulması söz konusu. Akıllı telefonlara dair bu pozitif tutum ve Cyber-Proletariat *kitabınızda kullandığınız 'artık nüfus' kavramı arasındaki ilişkiye dair ne söylersiniz?*

Nick: Marx metayı, kapitalizmin 'hücre biçimi' (*cell form*) olarak tanımlamıştı. Kötü bir kelime oyunu ve tersine çevirme suretiyle bugün dünya piyasasının genotipik metası olarak cep telefonuyla (*cell phone*) karşı karşıyayız. Bu öyle bir piyasa ki insanların sürekli hareket ve iletişim hâlinde olmasını, hıza ayak uydurmasını, mekân içerisinde hareket ederken bile 'mekânı zamanla aşmalarını' ve metaların küresel olarak dolaşımıyla karşımıza çıkan 'evrensel ilişkilenmenin' pratik olarak gerçekleşmesini gerektiriyor. Bu meta dolaşımına, en göçmen meta diyebileceğimiz emek gücü de dahil. Böyle bir bağlamda cep telefo-

nu proleterleşmeyi ortadan kaldıran değil, proleterleşmeyi çekilir kılan bir şey olarak görülmeli. Sürekli krizle boğuşan, temel sosyal hizmetlerden yoksun, işlemeyen altyapıların ortasında bir de savaş, sivil düzensizlik ve doğal afet tehlikesiyle karşı karşıya olan, sermaye ya da devletten alamadığı desteği ancak aile ve cemaat ilişkileriyle alabilen güvencesiz ve göçebe gibi yaşayan küresel bir iş gücü, cep telefonu teknolojisini hızla benimsemekte. Cep telefonları, hayat ve emeğin güvencesizleşmesinden dolayı bu bağlamlarda bir gereklilik hâlini aldı. Bu anlamda sibernetik bir döngüsellik ortaya koyuyorlar. Dijital temelli küreselleşme süreçleri, elektronik değer zincirleri, yüksek teknolojiye dayalı tarım ve spekülatif elektronik meta piyasaları üzerinden geçim ekonomilerini feci şekilde dağıttığı gibi hem kırsaldan kente göçü hem de ulus ötesi sınırlar boyunca kaotik koşullarda göçü tetikledi. Dolayısıyla söz konusu koşullar nedeniyle insanlar proleterleşme sürecinde hayatta kalabilmek için sibernetiği gündelik hayatlarında kullanmak durumunda kalıyor. Üstelik söz konusu cep telefonu temelli teknolojiler, sermayeye 'enformel' ve güvencesiz ücretli iş alanlarını daha da açmak suretiyle, proleterleşmenin güvencesizliğini daha da yoğunlaştırıyor.

EB: Greig de Peuter'la beraber video oyunları hakkında, Games of Empire *(2009) adında bir kitap da kaleme aldınız. Video oyunlarını, Hardt ve Negri'nin* İmparatorluk *adlı çalışmasıyla nasıl bağlantılandırdınız? Güncel kapitalizmi anlamak açısından video oyunları ne anlamda faydalı? Bir de 'çokluk'un küresel kapitalizme direnme adına kendi oyunlarını geliştirmesi konusunda kitapta olduğu gibi hâlâ iyimser misiniz?*

Nick: Greig ve ben uzun zamandır otonomist Marksizmin çeşitli akımlarıyla ilgileniyoruz. Hardt ve Negri'nin *İmparatorluk* kitabı 2000 yılında tam da küreselleşme karşıtı hareketin yükseldiği dönemde çıktığında, biz bu kitabın radikal deneyselci tutumundan ilham almıştık. *Games of Empire* kitabını yazmak; hem Hardt ve Negri'nin büyük önem atfettiği iletişimsel, duygulanımsal ve yüksek teknoloji temelli işi tanımladıkları gayrı maddi emeği hem de otonomist siyaset ile dijital oyuncular arasındaki birtakım bazı bağlantıları araştırmanın bir yoluydu. Zaten bahsettiğim bu iki grup da bir anlamda ağ kültürünün ön saflarında yer alıyor.

Bu kitap için gerekli araştırmayı yapmak, bazı açılardan *İmparatorluk*'un gayrı maddi emeğe dair tezlerini onaylarken bazılarını da sorgulamama neden oldu. Evet gerçekten de Greig ve ben, ana akım video oyunlarındaki emperyal militarizm ve cinsiyetçiliğin yanı sıra şaşırtıcı denilebilecek sayıda heyecan verici ve düzeni alt üst etmeyi amaçlayan pratikler de gördük ve bunlara 'çokluğun oyunları' adını verdik. Ancak dijital oyun endüstrisine yakından bakarsanız sadece oyun stüdyolarının ya da oyun modifiye eden takımların gayrı maddi emeğini değil; acımasız pratiklerle dolu elektronik montaj hatlarını, çatışmalı coğrafyalardaki mineral madenlerini ve dijital atık sahalarını da görürsünüz. Dola-

yısıyla dijital kapitalizm içerisinde feci derecede maddi bir emek ve bu iş gücünü bölen derin ve bölgesel çatlaklar olduğunu söyleyebiliriz.

Zaten beni çokluktan ziyade siber-proleterleşme çerçevesinde düşünmeye iten şeylerden birisi de bu oldu. Bu düşünce biçimi, Kuzey Amerika ve Avrupa'da binlerce gayrı maddi emekçiyi bir anda işinden eden ve bu insanları işsizliğin ve güvencesizliğin ağlarına atan 2008 finansal kriziyle güçlendi.

Bugün artık çokluk içerisinden –ya da en azından proleter– video oyuncularının sistem karşıtı oyunlar tasarlayabilme kapasitelerinin devam ettiğine şüphem yok. Üstelik bu oyunların bazıları oyun endüstrisinin yapısını ve pratiklerini eleştirme odaklı. Ancak Occupy hareketinin ve 2011'deki diğer isyanların başarısızlığı sonrasında, siyasal örgütlenme stratejileri meselesi ve buna dair sorular daha fazla ilgimi çekiyor. Şayet sistemi alt etme amaçlı oyunlar; dijital sermayeyi zorlamak amacıyla ikna edici ve etkili örgütsel pratiklerle yan yana getirilebilirse, işte o zaman McKenzie Wark'un *Molecular Red* adlı son kitabında bahsettiği, devrimci duygulanım ve bakışı ifade ederek açıkça ortaya koyan bir tür yenilenmiş 21. yüzyıl "Proletcult"ının[1] parçası hâline gelebilirler. Ancak sistem karşıtı oyun pratikleri, oyun endüstrisinde sendikalaşma veya grev gibi militan bir örgütlenmeyle bağ kurmadığı sürece, sibernetik kapitalizmin bitmek tükenmek bilmeyen yörüngesi etrafında dönüp duran marjinallikler olarak kalma riski var.

EB: *Biraz da eleştirel teorinin yabancılaşma ve sömürü gibi merkezî kavramlarını tekrar medya çalışmaları bünyesine katan Internet 2.0'dan bahsedelim. Medya çalışmaları içerisinde bu kavramların, kullanıcıların deneyimini açıklayıp açıklayamadığı konusunda bir tartışma var. David Hesmondhalgh gibi yazarlar Internet 2.0 için bu kavramların kullanılmasına çok sıcak bakmıyor. Christian Fuchs, Nicole Cohen ve Trebor Scholz gibi isimler ise bu konuda farklı bir yerde duruyor. Size göre bizim Internet 2.0 platformlarında geçirdiğimiz boş zaman için, Foxconn'daki işçilerin maddi deneyimi gibi sömürü kavramı kullanılabilir mi?*

Nick: 2004 sonrasında hayatımıza giren Internet 2.0 ve sosyal medya modeli, arama sonuçları ve kullanıcıların ürettiği içeriğin temelindeki bedava emeğe dayanıyor. Örneğin 1,17 milyar kişi Google'ı kullanırken, Google 50.000 kişiyi istihdam ediyor. 1,35 milyar Facebook kullanıcısı var ancak Facebook'ta çalışan sayısı 8.000. Twitter 232 milyon kullanıcıya sahip fakat şirket 3.500 kişiyi istihdam ediyor. Buna ek olarak üretim ve tüketimin iç içe geçtiği bedava içe-

1 McKenzie Wark söz konusu kitapta Lenin'in siyasi rakibi ve bilim kurgucu Alexander Bogdanov'un kurduğu Proletcult'tan bahseder. Altyapı, teknoloji ve bilime dair ilgisiyle bilinen Bogdanov'un öncülüğünü yaptığı Proletcult; kültür, bilim ve emeğin radikal anlamda modernist bir proleter medeniyetinin çatısı altında birleştirilmesini öngörür. Bu yaklaşım, doğal dünya ile yapay üretim dünyası arasındaki sınırların daha büyük bir bütüne doğru çözüldüğü yeni deneyimlerin önemini vurgular. Wark, Bogdanov'un daha açık uçlu bir Marksizm vurgusu yaptığını ve yeni üretim örgütlenmeleriyle ilgilendiğini yazar. Örneğin Proletcult'ın kültüre dair yaklaşımı öğretmen-öğrenci modelini değil, katı hiyerarşiden kaçınan stüdyo modelini önemser ve yaratıcılığın bu şekilde öğrenilmiş davranışın önüne geçebileceğini öne sürer (ç.n).

rik üretiminin mobilizasyonu söz konusu. Bedava emeğin getirdiği rekabet, bir yandan da gazeteciler gibi 'eski medya' profesyonellerini zora sokuyor. Ek olarak Facebook ve Google'daki niş reklamların, mikro-işletme girişimlerinin artmasına yol açtığını ve istikrarlı istihdam olmamasının yol açtığı durgunluğu giderdiğini görüyoruz.

Facebook ve diğer sosyal medya platformları, başka sermaye biçimlerinin yarattığı metaların dolaşımını hızlandırma işlevi görüyor. Meta dolaşımını hızlandırması ise ya kendilerine reklam veren müşteriler sayesinde ya da satış listeleri ve reklamcıların hedef kitlelerinin sosyal diyagramlarıyla mümkün oluyor. Dolayısıyla Facebook'un gelirleri, doğrudan üretken sermayenin farklı biçimlerinden gelmekte. Ancak Facebook bu reklam gelirlerini elde edebilmek için reklamcıları ikna etmek zorunda. İzleyici/kullanıcı çekmek için ise Facebook'un dikkat çekecek içeriğe ihtiyacı var. 'Eski' medya söz konusu olduğunda bu içeriği, kültür işçileri (senaristler, televizyon prodüksiyon ekipleri, aktörler vs.) sağlardı. 'Yeni' sosyal medyada ise içeriği, ücretsiz katkıları, eski medyadaki ücretli işçilerin emeğinin yerini alan platform kullanıcıları üretiyor. Dolayısıyla platform kullanan kişilerin ürettiği içerik, Facebook'un ya da benzer sosyal medya platformlarının gelirlerini artırıyor çünkü söz konusu platformlar bu gelirleri başka kapitalistlerden elde ediyor. Bu başka kapitalistler de Facebook'a online reklam için yaptıkları ödeme ile kendi mallarının dolaşım süresini kısaltmayı umuyor çünkü dolaşım süresinin kısaltılması, sermayenin toplamdaki ciro zamanını hızlandırıp artı değer elde edilmesini kat be kat çoğaltıyor. 'Bedava emek' ifadesi, işte bu oldukça karmaşık bahsin kısaltılmış hâline tekabül ediyor.

EB: Cyber-Proletariat *kitabınızda, sibernetiğin kurucusu Norbert Wiener ve Amerikan Birleşik Otomobil İşçileri Sendikası Başkanı arasındaki bir yazışmadan bahsediyorsunuz. Bu yazışma, dijital dönemde teknolojinin diyalektiğine dair bir örnek teşkil ediyor. Şöyle ki bir taraftan dijitalin sunduğu olanaklar hepimizi heyecanlandırıyor. Bağlantı hâlinde olma, katılım ve hatta 'devrim'den bahsediyoruz. Diğer tarafta da dijitalin karanlık yanı, yani gözetim ve devlet iktidarıyla karşı karşıyayız. Size göre eleştirel teknoloji teorisinin dijital konusundaki sözü ne olmalı?*

Nick: *Cyber-Proletariat*'nın hipotezi şu: Dijitalleşme, sermayenin organik bileşiminde, yani insanların makinelere oranında bir değişime yol açtı ve bu durum da çelişkili bir şekilde sermayenin gezegendeki nüfusun giderek daha fazlasını kapsamasının önünü açtı. Söz konusu dönüşüm, işçileri hem insan hem de kolektif olarak sermayenin işlemleri açısından giderek daha önemsiz kılıyor. Bu süreç, yeni bir sınıfsal bileşimin teknik temelini de ortaya çıkardı. Burada farklı derece ve yöntemlerle sömürülen veya üretim alanlarından dışlanan, bazı durumlarda tam bir yoksulluk içinde yaşayan proleterler olduğu gibi, bir taraftan da artan gelirlerine rağmen giderek artan eşitsizlik nedeniyle kendilerini çelişkili bir durumda bulan proleterlerle karşı karşıyayız. Bu proleterlerin ta-

mamı ise evrensel bir ekolojik felaketin, sınıfsal açıdan farklı yaşanan sonuçlarıyla karşı karşıya.

Sibernetik sermayenin temel sorunu, ücretli işle kurulan herhangi bir bağın ve hâliyle de kapitalizmin insanla olan ilişkisinin ortadan kalkmasına dair bir eğilim göstermesi. Marx zaman zaman sermayenin kendisini otomasyon aracılığıyla ortadan kaldıracağına dair tahminlerde bulunmuştu. Ancak bugün Sergei Brin, Larry Page ve bilişim dünyasının diğer egemenlerinin fikrî yandaşları ve takipçileri, bu senaryoyu kesinlikle reddediyor ve sermayenin hepten tekilleşmesinden başka bir şey hedeflemiyor. Genç Marx'ın da söylediği gibi "insan olmayan bir iktidar sonunda her şeye hükmediyor". Artarak otomatikleşen bir toplumsal düzenleme rejimine yönelik eğilimleri de sorumsuz bir sosyo-teknik kalkınma kaynaklı gidişatın tehdidi altındaki diğer türlerle aynı bağlamda okumak lazım.

Bu duruma verilecek bir cevap, sibernetiğin plütokratik, oligarşik ve hırsızlık temelli sermayeden kopartılıp yeni bir toplumsal gidişat için yeniden oluşturulmasını gerektirir. Sibernetiğin söz konusu sermaye ilişkilerinden koparılması söz konusu olduğunda, bir yandan da ne kadar ya da daha ne kadar fazla sibernetik teknolojinin iyi bir hayat için aslında gerekli olduğunu sorgulamak gerekebilir. Gerek iklimin ısınmasıyla alâkalı ekolojik sorunlar gerekse sibernetik sermayenin insana olan ihtiyacı ortadan kaldırma eğilimi, yeni toplumsal yatırımlar ve toplumsal pratikler gerektirir. İçinde olduğumuz bu tarihsel an, insanların zamanının makine zamanından ayrılmasını, tedarik zincirlerine olan bağımlılığın azaltılmasını, sağlıklı yerel ekonomilerin canlandırılmasını, sorumlu kamu gözetimi biçimlerini, akıllı makineler dünyasında hayat için gerekli eğitim ve akıl sağlığına dair büyük yatırımları elzem kılıyor.

Adına ne dersek diyelim, böylesi bir proje, farklı sınıf katmanları boyunca mobilizasyonu olanaklı kılan ve Ernst Bloch'un yeni insani olasılıklara doğru bir ilerleme hattı veya cephe şeklinde tanımladığına yakın bir oluşumu gerektirir. Ancak bu sefer bir halk cephesinden çok, giderek merhametsiz bir iktidar tarafından sömürülen ve dışlanan küresel işgücünün farklı katmanlarını bağlayan bir 'insan cephesi'nden bahsediyorum. Bu cephe farklı emek örgütlenme biçimlerini birbirine bağlayan; çalışanları, güvencesizleri ve işsizleri birbiriyle ilişkilendiren bir yapı olmalı. Yeni koordinasyon mekanizmaları kurmalı. Öncü bir partiden ziyade belki de yayılmış bir partiden söz ediyorum. Finansal krizlerin yanı sıra savaş ve ekoloji gibi çoktan gezegeni tehdit eden krizler için aktif bir geçiş planlaması ve hazırlık olmalı.

Böylesi bir oluşum, üretici güçlerin gelişmesinin otomatik olarak ilerici bir güzergâha evirileceğine dair hızlandırıcı (*accelerationism*)[2] bakış açısıyla uyum-

2 Emeğin teknolojiyle ilişkisine dair tartışmalar, son dönemde *'accelerationism'* adı verilen bir akım ve manifestoyla tekrar canlandı. Nihilist yazar Nick Land'in sermayenin ve makinelerin yıkıcı ve durmaz gücüne dair karanlık fikirlerine soldan bir yaklaşım olarak *accelerationism*; yerelci siyaseti, doğrudan eylem ve sonsuz yataycılık gibi eğilimleri reddeder. Ancak aynı şekilde,

lu olmayacaktır. Yalnızca üretim ilişkilerinin sekteye uğraması, üretici güçleri yeni yönlere doğru serbest bırakabilir. Bahsettiğim cephe, akademisyenlerin hem araştırma hem de eylem gündemine sahip olduğu bir hazırlık cephesi olacaktır. Yine böylesi bir cephe, Ernst Bloch'un bahsettiği 'ilerlemeye dair sıradan ve otomatik inanç'tan beslenen 'boş iyimserliği' karşısına aldığı gibi, 'adına kader denen şeyi hedef alan karşı-özgürlük hareketini' gerçekleştirmeye kararlı 'militan bir iyimserlik'ten kaynağını alır.

Land'in "soyut gezegen zekâsı önünde sadece bir engel olarak insanın sonunda gözden çıkarılabilir" (Dyer-Witheford, 2015: 194) olduğu kehanetine de karşı çıkar. Çare olarak ise "geç dönem kapitalizmin getirdiği olumlu yanları korumayı, bu sistemin değer sisteminin, yönetişim yapılarının ve kitlesel patolojilerinin izin verdiğinden ileri gitmeyi", "bir tür yüksek teknoloji komünizmi"ni önerir (ç.n).

"Belirleyemediğimiz işbölümleri ya da bilişsel kapitalizm" Tiziana Terranova ile söyleşi

Ayhan Ayteş

Ayhan Ayteş: Amber Festival 2015'te yaptığınız konuşmanın konusuyla ilgili bir soruyla başlayalım. Temel olarak emek, sanatsal üretim ve öznelliğin üretimi arasındaki bağlantı ve bu birbiriyle ilişkili üretim süreçlerinin bio-bilişsel kapitalizmde değerlenmesi (valorizasyon) *üzerine bir soru. Bu soruna, döngünün diğer tarafından bakmak mümkün müdür? Spesifik olarak, bio-bilişsel sanatsal üretim platformları tarafından kolaylaştırılan toplumsal ilişkilerin, toplumsal direniş anlarında sanatsal üretimi etkilediği durumlardan bahsediyoruz. Bunu, özellikle Gezi protestolarına atfen bir soru olarak düşünün. Başlangıçta, protestolar Gezi Parkı'na mekânsal açıdan yakın yaşayan kognitarya (zihin emekçileri) tarafından desteklendi. Protestoların sınıfsal bileşimine dair tartışmalar hâlâ sürse de isyana katılan yaratıcı sınıf, online ve offline ağları üzerinden, isyana performatif ve söylemsel anlamda büyük katkı sağladı. Söz konusu gruplar dijital medya üreticisi, reklam yazarı, dizi oyuncusu, habercilik gibi meslekleri sayesinde, ana akım medyanın manipülatif taktiklerinin farkına vardıkları gibi bunları teşhir de edebildiler. Bu örneğin ışığında, bilişsel kapitalist üretimin içerisinde ve dışında yer alan sanatsal emek arasındaki döngüsel ilişkiyi, özgürleştirici potansiyel açıdan nasıl değerlendirmeliyiz?*

Tiziana Terranova: Sorduğunuz soru, 'bilişsel kapitalist üretim' denen bir şey olduğu düşüncesine dayanıyor. Bu tez Mario Tronti, Sergio Bologna ve Toni Negri'nin başını çektiği post-workerist İtalyan Marksist geleneği takip eden Carlo Vercellone, Yang Moulier Boutang, Andrea Fumagalli ve Cristina Morini'nin yazılarında ileri sürüldü ve geliştirildi. Öte yandan Franco Berardi, semiokapitalizm kavramını kullanıyor. Ancak sanırım yine de tartışmanın özü çok benzer. Hatta bunu Paul Preciado'nun öne sürdüğü 'farma-porno kapitalizm' gibi feminist kavramlarla karşılaştırmak da ilginç olabilir. Bilişsel kapitalizm; Marx'ın tarif ettiği endüstriyel kapitalizm modeli ve Fordizm krizi sonrasında

yaşayan emeğin karakteristiğindeki değişim üzerine yapılan araştırmalar sonucunda 1990'larda formüle edilen 'gayri-maddi emek' kavramından türeyen, Marksist teoride yeni bir gelişme. Aslında bilişsel kapitalizmi karakterize eden şey, değer üretiminin kökeninde, türlerin bilişsel kapasitesini, özellikle de lengüistik ve iletişimsel kapasitesini bulduğumuz fikridir. Dolayısıyla bu emek biçimi aslında toplumsaldır, yani insan ilişkilerine bağlıdır. Endüstriyel emek ekonomik büyümeyi yoğunlaştırdı ve genişletti ama artık itici ya da organize edici güç değil. Vazgeçilmez olmakla beraber kapitalist değerlenmenin motoru olarak oldukça marjinal. 'Bilişsel' terimi çok dar olduğundan, bugün pek çok yazar –bir bakıma Christina Morini'nin savunduğu gibi emeğin feminizasyonunun bir biçimini de tanımlayan ilişkisel, şefkatli ve duygulanımsal durumlarla entegre etmek amacıyla– bio-bilişsel emek kavramını kullanmayı tercih ediyorlar. Bio-bilişsel emek kavramı, bu tür emeğin ana ürünleri olarak deneyimler, duygular, duyuşlar ve hizmetlerin üretimine atıfta bulunur. Sonuçta üretilen şey öznellik ve bu da ekonominin '*antropogenetic*', yani insan kaynaklı olma biçimine dikkat çekiyor. Ekonominin temelinde, öznellik üretimi olduğu ortaya çıkar. Sanatın basitçe maddi objelerin üretimi olmaktan daha çok öznellik üretimi olduğunu savunsak da bio-bilişsel kapitalizmin merkezinde bir çeşit estetikleşme süreci var. Dolayısıyla, sanatsal üretim artık ekonominin üretken olmayan ya da marjinal bir parçası gibi düşünülemez. Bilakis, sanat ekonominin merkezine çok yakın.

Sizin de söylediğiniz gibi, Gezi Parkı örneğinde sanatçıları siyasi mücadelelerde ve protestolarda görüyoruz. Gezi Parkı protestoları sırasında, sanatçıların gözetleme, veri toplama, 'backend' programlama ve sosyal medyanın işleme mekanizmalarının ifşa edilmesi amacıyla sosyal ağ platformları konusunda bilgilerini kullanmalarındaki rollerine ilişkin Ebru Yetişkin'in önemli araştırmasını okudum. Aynı zamanda İtalya'daki sanatçıların önderlik ettiği işgal eylemlerini de düşünerek söylüyorum – her zaman ilginç bir şeyler olur. Pek çok şey sanatsal emeğin nasıl yapılandığına da bağlı. Örneğin Milan'da pazarlama, reklamcılık, moda ve tasarıma yakın bir sanatsal emek yapılanması varken, Roma ve Napoli'de aktörler, teknisyenler, video sanatçıları ve müzisyenler gibi performans sanatlarına daha yakın bir yapılanma var. Tabii daha yakından bildiğim örneklerden bahsediyorum ama eminim ki küresel düzlemde daha pek çok benzer örnek bulabiliriz. Bundan yola çıkarak temel bir argüman ileri sürülebilir: Sanatsal üretimin öznellik üretimi temelli olması yanında, onun ekonomik değerlenmeye olan bu yeni yakınlığı, sanatçı önderliğindeki müdahaleleri oldukça etkin kılıyor. Bu etkinlik daha çok onların öznellik üretim süreçleri (algı, duyuş, inanç, arzu) konusundaki yakın bilgilerinden kaynaklanıyor ama aynı zamanda sosyal ağ platformları gibi dijital teknolojilerin gittikçe artan rollerine de bağlı. Teknik ve sanatsal bilginin bu birleşimi çok güçlü bir kombinasyona yol açıyor.

AA: Eğer bu toplumsal ve yaygın kapasitede genelleştirilebilecek bir potansiyelse, bunu Operaismo akımının toplumsal fabrika kavramıyla ilişkilendirmek mümkün müdür? Bu potansiyel yoluyla acaba mücadele ve protesto anlarında sanatsal üretimin toplumsala yaygınlaşmasını da açıklayabilir miyiz? Gezi örneğinden yola çıkarsak, orada Situationist özelliklere sahip çok belirgin bir yaratıcı gerilimin açığa çıktığını gördük. Her şey tamamıyla birey yerine 'olay'a ilişkindi; kimse sanatını imzalamadı ve sanat komüne ait bir üretimdi. Bu neoliberal sanat platformundaki sanatçı/küratör/bienal ağında yaratılan süreçlerin tam tersi bir durum.

Tiziana: Evet, elbette. En post-workerist kavramlardan birisi de –özellikle Toni Negri tarafından açımlandığı biçimiyle– toplumsal fabrika kavramıdır. Fabrikadaki çalışma düzenine karşı verilen mücadeleyi itkileyen temel güçlerden birisi olan çalışmanın reddi; kendisini 1960'lı ve 1970'li yıllarda genelleştirilmiş sanatsal üretim arzusu olarak ifade etti. Bu okumaya göre kapitalizm, bu yeni yaratıcı ifade taleplerinin ardından ve çalışmanın reddini yeni bir çalışma biçimine dönüştürerek bir dönüşümden geçti. Bunun sonucunda, kapitalizm gittikçe artan bir şekilde değeri, formel olarak çalıştığımız yerler ve zamanlar dışında yakalıyor.

Sosyal ağlar, açıkça bunun en iyi örneklerinden biri. Facebook gibi şirketler bir milyondan fazla profile ev sahipliği yapan bir platformu sadece birkaç bin çalışanla yürütebiliyorlar. Bu, özünde maaşlı emeğin çalıştığı saat miktarına dayanan Marx'ın artı değer teorisini yeniden değerlendirmemizi gerekli kılıyor. Platformun kullanıcıları, içeriğin çoğunluğunu sağlıyor ama bu internetin genelinde de geçerli. Ekonomik değerlenme; duygulanımların ifadesinin, bedenin biçimlendirilmesinin, ilişkilerin yaratılmasının ve sürdürülmesinin, görsel/işitsel içeriğin üretimi ve paylaşımının veriye dönüştürülmesi yoluyla sağlanıyor. Mesela, Christian Marazzi müşterilerin, aldığı malları kendisinin monte ettiği IKEA modeline de gönderme yapar. Bu mümkün çünkü yaratıcı ifade gittikçe artan bir biçimde profesyonellerin ayrıcalıklı alanı olmaktan çıkıp hepimizin parçası olduğu bir şey hâline geliyor. Instagram gibi bir sosyal ağ örneğini ve fotoğrafçılığa ne olduğunu düşünelim. Bu, genelde sıradan günlük yaşamın sosyal ağlarına aktarılan ama Gezi Parkı örneğindeki gibi bir olay durumunda sıradan şartların dışında bir güce kavuşan networking ve bilgisayar gibi üretim araçlarını (sabit sermaye) daha tanıdık bir hâle getirdi. Bence sıradışı şartlarda sanatçılarla sosyal ağ kullanıcıları arasındaki güçlü sinerjiyi yaratan da bu. Herkes hem kendi GIF, fotoğraf ve videolarını üretebiliyor hem de sanatsal müdahalelerde (paylaşım ve katılım) bir ara nokta olabiliyor. Sizin 'neoliberal art platformu' ifadeniz de çok iyi. Bir yandan üretimi stabilize etme ve tutma amacına hizmet eden bir şey anlamını taşıyor. Bir yandan da kodun, algoritmaların önemine ve backend/frontend arasındaki ayrıma yönelik imalı bir atıfta bulunuyor. Örneğin Facebook gibi sosyal ağlarda gerçek adın tanımlanması önemli bir gereklilik. Böylece sosyal ağları (ve sanatı), tanımlanamayan maskelerden oluşan

bir tür anonim harekete neyin dönüştürebileceği konusunda spekülasyon yapılabilir. İtalya'da da bilişsel emekçiler ve ağ sanatçıları tarafından başlatılan toplumsal grev girişimi; spesifik emek biçimlerine (tasarımcılar, öğrenciler, garsonlar, araştırmacılar vs.) referansla tasarlanan anonim yüzler ya da maskeler yaratan bir kampanya yoluyla yürütüldü.

AA: İtalya'dan verdiğiniz örnekler çok ilginç. Bütün bu alternatif yaratıcılık örneklerini, bilişsel kapitalizmin psikopatolojilerine yönelik bir kolektif terapi olarak değerlendirmek mümkün mü? Bunu şu nedenle soruyoruz. Son çalışmalarınızdan birisinde[1] *bu psikopatoloji türlerine dair iki ana örnekten bahsediyorsunuz: anhedoni, yani zevk alamama ve ADD (dikkat toparlayamama bozukluğu). Bir anlamda ikisi de Bernard Stiegler'in savunduğu gibi bilişsel kapitalizmde arzuların yok edilmesi ve bunun yerini dürtülerin almasıyla ilgili. Bu bağlamda, sözünü ettiğimiz bu kolektif yaratıcı süreçleri, anlamsız mekanik dürtülerimizin kalıbını kırmaya ve arzulayan öznelliklerimizi yeniden kurmaya yönelik girişimler olarak değerlendirmek mümkün müdür?*

Tiziana: Bernard Steigler'den Jodi Dean'e ve Benjamin Grosser'in 'metrikleşme' (*metrification*) kavramına kadar sosyal medya üzerine yapılmış pek çok çalışma var. Bu çalışmalar, saplantısal ve takıntısal olmasından dolayı arzuyu dürtü döngüsüne hapsettiği için (Jodi Dean'in tarifiyle) sosyal ağların patolojik olduğunu ileri sürüyor. Bu yüzden değerin üretimi ve hapsedilmesi anlayışımıza ilişkin olarak, Preciado'nun 'farma-porno kapitalizm' teorisine işaret edebiliriz. Öte yandan, Preciado olmasa bile daha çok Dean ve Stiegler'in önerdiği türden bir çerçeve konusunda kararsızım. Dean zevkin rolünü vurgulayarak, katılım ekonomisine yönelimimizin altındaki mekanizmaları doğru ifade ediyor ancak garip bir biçimde bunların epistemolojilerini fazla zorlamıyor. Biliyoruz ki insan sermayesinin öznesi olan *homo economicus*'un oluşumunda rasyonel çıkar ve onun tatmin arayışı vardır. Gabriel Tarde'ın gözlemlediği gibi, ekonomik rasyonalitenin özünde, özneyi kişisel bilgi yatırımı olan inanç faktöründen yoksun bırakan ahlakçı bir zevk ve acı ekonomisi vardır. Sadece zevke odaklanarak *homo economicus*'un epistemolojisini gereğinden fazla onaylamış olmuyor muyuz? Ayrıca, 'bilişsel kapitalizmin psikopatolojisi' kavramını değerlendirirken daha çok bu sözde psikopatolojilerin düşünülenden daha fazla belirsiz olma biçimleriyle de ilgileniyordum. Dolayısıyla ADD adı altındaki ilaçların bir araya getirdiği semptomların yaygınlık türü, bir anlamda Google ve Facebook gibi online devlerin dikkati toplama çabaları ve çalışmanın reddi arasındaki bir gerilime işaret etse de bunun bütüncül bir hapsetme süreci olarak çözümlendiğini sanmıyorum. Ancak bilişsel kapitalizmin zevk yoksunluğuna yönelik güvensizliği

1 Terranova, T. (2013) "Ordinary Psychopathologies of Cognitive Capitalism", De Boever, A. ve W. Neidich (der.) *The Psychopathologies of Cognitive Capitalism* içinde, Archive Books, Berlin, 45-69.

doğru bir önerme çünkü bunu rekabet etme motivasyonunun eksikliğiyle ilintilendiriyor ve bu ciddi bir problem. Zevki hiçbir değişim üretmeden başlangıca dönen enerjinin boşaltımı olarak tarif edecek olursak, hiç zevk alamayan bir öznedense keyif almaktan kendisini alamayan bir özneye sahip olmak daha iyidir. Jodi Dean'in dediği de bu zaten. Bilişsel kapitalizmin önemli bir bileşeni olarak sosyal ağların aynı zamanda potansiyel olarak neyin işe yarayıp neyin yaramadığına ilişkin bir çeşit toplumsal bilgi biçimi üretebilen pedagojik teknolojiler olduğunu da düşünüyorum. İnanıyorum ki sosyal ağların sınırları ve kendimiz hakkında olabildiğince çok veriyi üretmeye yönelik belli iletişim modaliteleriyle bizi kısıtlama biçimleri, aynı zamanda bize onları aşmamız gerektiği düşüncesine yöneltiyor.

Dolayısıyla sorduğunuz soruyu şöyle cevaplayabilirim: Evet, sosyal ağların ve genel olarak bilişsel kapitalizmin izin verdiği dayanışma biçimleri eninde sonunda oldukça yıldırıcı. Bu sınırların ötesine çıkmaya başladığımızda ve bu duruma karşıt olarak ortak hareket edildiğinde bir mutluluk hissi, yaratıcı potansiyelin yenilenmesi ortaya çıkıyor. Öte yandan, kolektif yaratıcı emek pratiklerinin de sınırları olabileceği olasılığını da azımsamamak gerekiyor. Örneğin, Finlandiya kökenli prekarya için bir *hedge-fund*(!) oluşumu olan Robin Hood Minor Asset Management kooperatifiyle yaptığım ortak çalışmada; duygulanımsal emeğin kültürel ekonomi ve sanat pazarı tarafından ele geçirilmesi ve aynı zamanda özellikle bireysel sosyal ilişkilerin gücünün etrafında dönen özgür yaratıcı girişimlerin yol açtığı tükenme üzerine konuştuk. Sanırım sosyal ağ teknolojileri, toplumsal enerjilerin hapsedilmesi ve tüketilmesi biçimlerini de sunan eski dayanışma biçimlerinin sınırlarını aşmak bakımından da vazgeçilmezler.

AA: Bununla ilintili olarak, Amber 2015'teki panel sırasında işbölümünün sosyal ağlardaki ortak ilişkiler tarafından içerilmesinden bahsettiniz. Bu konuya biraz açıklık getirebilir misiniz?

Tiziana: Elbette. Lazzarato'nun Gabriel Tarde'ın ekonomik psikolojisini yeniden okuması benim çok ilgimi çekti. Bu Bruno Latour'un da yaptığı bir şey ancak Lazzarato, Tarde'la siyasi mücadelenin yeni biçimlerini tahayyül etmek bağlamında ilgileniyor ve bu okuma benim için daha ilginç. Diyor ki Marksist düşünürler tarafından bile sosyal dayanışma denen şey çok uzun bir süredir işbölümü modeline bağlı olarak düşünüldü. İş bölümü, toplumsal emeğin üretkenliğindeki büyümenin asıl nedenidir. Ancak, Tarde'a göre Marx'ın tarif ettiği işbölümü, değer üretiminin gerçek hareketleri ile aşırı şekilde kodlanmıştır ve bunu da 'duygudaş dayanışma' olarak adlandırır. Bu, günümüzdeki özgür ve otonom üretim biçimlerinin pek çoğunun (*open source*'tan işgallere ve farklı ortaklaşma biçimlerine kadar) her zaman geçici işbölümüyle sonuçlanan, inanç ve arzuların karşılıklı veya asimetrik tutsaklığının, yakınlıklarının ve zıtlıkların, sempati ve antipatinin sosyal etkileşiminin yol açtığı işbölümünün şekillendir-

diği gönüllü katılıma dayanıyor. Lazzarato'nun Tarde'dan aldığı bir başka şey de bizim buluşçu kapasitemizi harekete geçirirken bizi yeniden üretime tutsak etmeyen duygudaş dayanışmanın heyecan verici olmasına karşın, işbölümüyle yapılan işin sıkıcı olduğu düşüncesi. Duygudaş dayanışma her zaman eğlenceli midir ya da işbölümü hep sıkıcı mıdır bilmiyorum ama şundan eminim: Kapitalizm, farklı derecelerde özgürlüğe ihtiyaç duyan taklit ve buluşa dair bir ekonomik psikoloji üzerinden işleyen bir şeyi alıyor ve daha sonra ritmini, değerlerini ya da hedeflerini sizin belirlemediğiniz bir işbölümüne dönüştürüyor. İster ticari sosyal ağlar ister üniversitelerde, pazarlama veya tasarım alanındaki yaratıcı işler söz konusu olduğunda bu çok can sıkıcı bir şey.

AA: Özel sayıya verdiğiniz değerli katkıdan dolayı teşekkür ederiz.

Tiziana: İstanbul'da olmak benim için bir zevkti. Bu fırsat için çok teşekkür ederim.

Abstracts (İngilizce özetler)

The Source of human capital: Immaterial labour

UTKU ÖZMAKAS

This article focuses on Michael Hardt and Antonio Negri's notion of "immaterial labour", which is inherited from Italian Autonomist movement. First of all, the transformation of the figure of work and worker is examined in the context of "post-modernisation of economy" and post-Fordist production, which is regarded as part of the transition from society of discipline to society of control. From this point of view, various dimensions of immaterial labour are portrayed, and then major critiques are discussed. After this, the relationship, established by Michel Foucaut, between governmentality and neo-liberalism is evaluated and the concept of 'competition' is highlighted in this context. Building on this, the ways in which late Foucault's thoughts enable us for new possibilities of interpreting immaterial labour is discussed. It is argued that Foucault's concept of 'human capital', which was introduced in the scope of 'genetic' case in his *The Birth of Biopolitics*, can be employed as a critical tool in discussing Hardt and Negri's conception of immaterial labour.

Keywords: Immaterial labour, Michael Hardt, Antonio Negri, Michel Foucault, human capital.

*

Traces of digital capitalism in communication field: Processes of production, circulation, labor and consumption

ZAFER KIYAN

While production and circulation are increasingly becoming digitalized and being shaped according to logics of network, reorganization of labor becomes necessary,

commodities with digital content proliferate, business methods change and finally consumption processes transform as well. These changes indicate a digital emphasis in today's capitalism. Traces of the changes vary with respect to different sectors. This study focuses on the changes in communication field. In the first and second sections of the study, a historical presentation of transformations in production, circulation, and consumption processes that base on communication will be made by putting an emphasis on their results. In the third section, total amount of consumption related to communication activities will be investigated by discussing the situation in various media sectors. The fourth and fifth sections focus on dominant actors of communication field and their specific business methods. A discussion on commodities and the labor in their creation will be done in the two subsequent sections. In the final section, communication based consumption processes will be analyzed. The main hypothesis of the study is that the transformation in capitalism is not about the *essence* but about the *form*.

Keywords: Digital capitalism, production, circulation and consumption processes, labour, commodity.

*

The transformation of engineering practice in digitalized production schemes

EZGİ PEHLİVANLI-KADAYIFÇI

This study examines the change regarding the means of production in engineering and the change of its social image with respect to digitalized production schemes. Increasing utilization of digital means of production in post-Fordism has led to a transformation in the practice of engineering. Findings of this study have been derived from my PhD research that I carried out through 2012 and 2015.

Keywords: Engineering, digitalized production schemes, Turkey, post-Fordist transformation.

*

Labor market segmentation: Call centers in Turkey

EBRU SEÇKİN - AYŞE NUR GÖKTEN

Advances in information and communication technologies in the last four decades changed the organization of production, the conditions of employment, and their geographies. As some phases of automatized production moved away from the center to remote areas in the periphery, spatially and substantially differentiated forms of management created local and global networks. One of the managerial responses to these processes of transformation was call centers. In Turkey, call centers drew attention when they started to choose less developed regions

of the country as the locations of their new branches in 2005. Several administrators and politicians regarded this development as an opportunity for the stagnant economies of less developed regions. However, issues concerning the short and long term effects of these investments, their possible successes or failures in terms of knowledge transfer and 'capacity building' (i.e. contributing to creating a qualified labor force) have not been discussed thoroughly. The aim of this paper is to discuss the characteristics of employment in call centers and its implications in terms of regional development perspectives. In this respect, the paper focuses on the employment criteria as described by managers and on the job satisfaction and career prospects as described by the employees.

Keywords: Labour market segmentation, call centers, Turkey, regional development.

*

AleviWeb: "A virtual and real community" in cyberspace

GÜLBİN ÖZDAMAR AKARÇAY

The study discusses how the Alevi community, which has been transformed through digitalization due to the recent developments in new media technologies, defines itself and what kind of identities they establish via the website *AleviWeb* (AW). For the purposes of the study, the content of the webpage was analyzed and at the same time the users and administrators of the webpage were contacted to carry out in-depth interviews. The common view reported by both the users and the administrators is that real intermingled with virtual and all aspects of life have their corresponding equivalences in virtual world. However, AW members object the term 'virtual community', due to the recent negative connotations about the concept "community" in Turkey. In parallel with the real life, the Alevi have disagreements among themselves in virtual environment as well. Such disagreements are mostly reflected in different definitions of the Alevi sect and the discussions based on Alevi identities. The assumption that forums cannot be considered a rational platform for hot debates and what is observed in the forum discussions bring the conclusion that it seems very difficult for Alevis to reach a consensus in AW platform, which is often seen as an opportunity to unite. The study also discusses digital divide due to the differences in internet use as well as cyber attacks aiming to mute certain webpages based on beliefs and ideologies such as AW within the context of the internet and democracy.

Keywords: *AleviWeb*, Alevis, virtual communities, digital divide, cyber attacks.

*

Trolling culture on Twitter in Turkey

MUTLU BİNARK, ŞULE KARATAŞ, TUĞRUL ÇOMU, ERAY KOCA

Trolling phenomenon has become a current issue as the political, manipulative and misleading content distributions especially on Twitter during the Gezi Park protests and on YouTube following December 17 Corruption Operations in Turkey. However, trolling is not only done by political purposes. There are different trolling types in different online environments. Just like Wikipedia trolls, readers' comment trolls, dictionary trolls and even gaming trolls may exist. Although trolling phenomenon is pointed out in several columns and news articles in the mainstream media, a wide direct academic research about trolling has not been conducted. This social phenomenon has been analyzed increasingly in the new media literature since 2010's with its appearance in different online environments. According to Bishop, "Internet trolling is one of the fastest spreading pieces of computer jargon of the 21st century" (2014: 7). This study investigates the trolling phenomenon on Twitter, trolling culture and types on trolling in Turkey while defining the aims of trolling and language practices along with some examples. In this study, etymology of trolling, different definitions on trolling in the literature and classifications on trolling types are explained by using the literature and the field research findings which include in-depth interviews with 29 experts of the subject.

Keywords: Trolling, Twitter, Turkey, internet, AK troll.

Yazarlara not

Toplum ve Bilim'e gönderilen yazıların başka bir yerde yayınlanmamış ya da yayınlanması amacıyla başka bir yere iletilmemiş olması gereklidir. Yazarlar, yazıları ile birlikte bir sayfayı geçmeyen İngilizce-Türkçe birer özet, açıklayıcı nitelikte anahtar sözcükler/keywords iletmelidirler. Ayrıca yazarlar, isimlerinin başına bir asteriks koyarak makalenin ilk sayfasının altında kendilerini ünvanlarıyla tanıtmalıdırlar.

Yazıların toplumbilim@iletisim.com.tr adresine word.doc olarak gönderilmeleri gerekir. Dergiye ulaşan yazılar en geç iki ay içinde hakem okurların da katkısıyla değerlendirilecek ve sonuç yazarlara yazılı olarak iletilecektir.

Biçim: Makalede diğer kaynaklara yapılacak göndermeler, ana metin içinde uygun yerlere parantez içinde yazarın soyadı, yayın tarihi ve sayfa no belirtilerek yapılmalıdır. Metin içinde aynı kaynaklara tekrar gönderme yapıldığında da aynı yöntem izlenmeli ve "age.", "agm." gibi kısaltmalar kullanılmamalıdır. Eğer yazarın adı metnin içinde geçiyorsa, yalnızca yayın yılını parantez içinde vermek yeterlidir; örneğin, "... İnalcık'ın (1985) belirttiği gibi...". Eğer yazarın adı metin içinde geçmiyorsa, hem yazarın adı, hem de atıfta bulunulan kaynağın yayın tarihi parantez içinde verilmelidir; örneğin, (İnalcık, 1985). Eğer sayfa numarası vermek gerekliyse, yazar adı ve yayın tarihinden sonra iki nokta üstüste konulmalı ve sayfa numaraları yazılmalıdır; örneğin, (İnalcık, 1985: 23-27). Eğer atıfta bulunulan kaynak iki yazar tarafından kaleme alınmışsa, her ikisinin de soyadları kullanılmalıdır; örneğin, (Lash ve Urry, 1987; 125-128). Eğer yazarlar ikiden fazlaysa, ilk yazarın soyadından sonra "vd." ibaresi kullanılmalıdır; örneğin, (İnalcık vd. 1985: 23-27). Eğer gönderme yapılan kaynaklar birden fazlaysa, aynı parantez içinde yazarların soyadları ve yayın tarihleri, aralarında noktalı virgül olacak şekilde sıralanmalıdır; örneğin, (İnalcık, 1985; Mardin, 1989; Poulantzas, 1979). Buradaki sırlama yazarların soyad-

larına göre alfabetik olmalıdır. Metin içinde kaynak göstermek için dipnot kullanılmamalı, dipnotlar sadece ana metin içinde yer alması uygun görülmeyen notlar için kullanılmalıdır. Dipnotlarda yapılacak göndermelerde de yine ana metin içinde kullanılan yöntem izlenmelidir. Ana metinde ve dipnotlarda atıfta bulunulan tüm kaynaklar, yazının sonuna eklenecek "Kaynakça" içerisinde yer almalıdır.

Kaynakça: Kaynakçada sadece yazıda atıfta bulunulan eserler yer almalı ve bu eserler, yazarların soyadına göre alfabetik olarak sıralanmalıdır. Bir yazarın birden fazla eserinin kaynakçada yer alması halinde, her seferinde yazarın soyadı ve adının baş harfi tekrarlanacak ve sıralama, yazarın en son yayınlanmış çalışması en üste gelecek şekilde yapılacaktır. Yazarın aynı yıl içinde yayınlanmış birden fazla çalışması kaynakçada yer alacaksa, yayın tarihinden sonra "a, b, c" gibi ibareler konulmalı ve metin içinde de bu şekilde atıfta bulunulmalıdır. Kaynakçada yer alabilecek örnekler aşağıda belirtilmektedir:

Kitaplar:

Harvey, D. (1989) *The Condition of Postmodernity*, Blackwell, Oxford.

Harvey, D. (1985a) *The Urbanization of Capital*, Blackwell, Oxford.

Harvey, D. (1985b) *Conciousness and Urban Experience*, Blackwell, Oxford.

Derleme kitaplar:

Gregory, D. ve Urry, J. der. (1985) *Social Relations and Spatial Structures*, Macmillan, Londra.

Dergilerdeki makaleler:

Johnson, L.C. (1994) "What future for feminist geography", *Gender, Place and Culture*, 1(1): 103-113.

Peet, R. (1985) "The social origins of environmental determinism", *Annals of the Association of American Geographers*, 75(2): 309-333.

Derleme kitaplar içindeki makaleler:

Massey, D. (1993) "Politics and space/time" Keith, M. ve Pile, S. (der.) *Place and the Politics of Identity* içinde, Routledge, Londra, 141-161.

Urry, J. (1989) "Sociology and geography" Peet, R. ve Thrift, N. (der.) *New Models in Geography* içinde, Unwin, Londra, 795-317.

Tezler, yayınlanmamış çalışmalar:

Şen, M. (1992) *Development of the Big Bourgeoisie in Turkey*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, ODTÜ Sosyoloji Bölümü, Ankara.

Ayrıca kaynakçada yer alan çalışmalar Türkçe yayınlanmış ise, parantez içinde mutlaka belirtilmelidir.

Toplum ve Bilim

129

İrtiş - Özatalay Robert Castel'in ardından **Bailleau** Angaje bir sosyolog: Robert Castel **Gülsoy** Psikanalizmden neoliberalizme **Doğuç** Riskli grupların yönetimi ve supermax hapishaneler **Gajac** Robert Castel'de mensubiyet yitimi kavramı **Karakuş** Kentsel dönüşüm ve trans kadınların mensubiyet yitimi **Özatalay** Türkiye'de ücretliler toplumunun başkalaşımları **Erdinç** Ücretliler toplumunun dönüşüm sürecinde sendikalar **Alpman** Enformel Kürt emeğinin İstanbul hikâyesi **Corcuff - Bou** "Birey asla desteksiz var olamaz": Robert Castel ile söyleşi **Şengül** Teoloji ile antropoloji arasında Antikapitalist Müslümanlar **Ekmekçioğlu** Mütareke yıllarında İstanbul'da Ermenilik ve Müslümanlık

130

Lamprou Halkevi sahnesinde 'yeni Türk kadını' **Fındıklı** Erken Cumhuriyet döneminde Halkevleri **Arpacı** Türkiye'de frengi ile mücadele (1920-1950) **Odabaş** Urquhart, Osmanlı modernleşmesi, temenna, Türk hamamı **Çiçek** Türkiye'de ücretliler toplumunun başkalaşımları **Tunç** 1950'lerin Türkiyesi'nde tüketim kültürü, futbol ve şöhret **N. G. Toksoy Erdoğan** İslâmi modanın dergisi *Âlâ* **Öztan** Türkiye'de ailecilik, biyosiyaset ve toplumsal cinsiyet rejimi **Yılgür** Peripatetik gruplar ve kentsel mekâna yerleşme stratejileri **Aktoprak** AKP'nin çözüm politikasında dinin rölü **Emre** Sosyal demokrasi akademik literatürü üzerine bir inceleme

131

Bennafla-Heyman-Wilson-Schendel "Sınır"ı tartışmak: Yuvarlak masa söyleşisi **Green** Sınır araştırmaları: Alanla ilgili bazı düşünceler **Kaşlı** Türkiye-Yunanistan sınırının seçici geçirgenliği **Heck** Transit göçten ticarete: Türkiye'deki Kongolu göçmenler **Akyüz** Türkiye-Gürcistan sınırında ekonomik yaşam ve deneyimleri **Şenoğuz** Ahlaki ekonominin sınırları: Kilis'in kayıt dışı ekonomisi **Bozçalı** İran sınırında kaçakçılık, mahkeme süreçleri ve sınırın temsili **Özcan** Yüksekova'da bir "sınır kaçakçılığı" hikâyesi **Yıldız** Antep'in İran Pazarı, kaçağın emeği ve sınırötesiliği **Saltan** "Nehrin Öteki Yakası" **Gürkaş** İstisna hali olarak sınır: Mardin-Kızıltepe ikiz kampları **Azak** Muhafazakâr milliyetçiliğin bitmeyen davası: Ayasofya

132

Sezer Soykırım, yüzleşme, sorumluluk: Lemkin, Jaspers, Arendt **Maksudyan** 1895'ten 1915'e Ermeni çocuklar ve yetimler **Ekmekçioğlu** Yeni Türkiye'nin üvey vatandaşları **Öztan-Turan** Türkiye'de devlet aklı ve 1915 **Suciyan** Dört nesil: Kurtarılamayan son **Muti** 19 Ocak kuşağı ve bellek talepleri **Küçük-Özselçuk** AKP'nin kısmi tanıma siyaseti **Berk** Türkiye'de hukuk mesleğine Bourdieucü bir bakış **Balsoy** Osmanlı kadın ve toplumsal cinsiyet tarihçiliği üzerine **Dağlıoğlu** Diyarbakır'da soykırım nasıl örgütlendi? **Kaya** Hoşgörü mü? Yahudilik mi?

133

Tekin Adalet, pratik akıl, eylem: Bir Antigone okuması **Gürsoy** Sol popülizmin 1970'ler evreninden bir kesit **Birelma** Türkiye'de taşeron çalışma **Dinler** Gezi'nin sınırları **Yörük-Yüksel** Gezi eylemlerinin toplumsal dinamikleri **Adaman-Gürbüz-Karaman** Geç Osmanlı-Cumhuriyet tarihine alternatif bir yaklaşım **Parlak-Öztürk** AKP'nin 30 Mart seçimlerindeki cemaat söylemi **Türk** Adnan Hoca ve toplumsal cinsiyet temsilleri **Arun** Türkiye televizyonunda izleyici beğenilerinin analizi **Yücebaş** Sürgün üniversite: Taşrada üniversite sıkıntısı **Baykan** Post-İslamcılık: Siyasal İslam'ın değişen yüzleri

134

Balsoy Geç Osmanlı nüfus ve kadın bedeni politikaları **Arpacı** Türkiye'de alkol karşıtı düşünce ve hareket (1910-1950) **Sünbüloğlu** Güneydoğu gazilerinin rehabilitasyonu **Acara** Ergene Havzası'nda yönetimsizlik, kirlilik ve sağlık **Terzioğlu** Sağlık çalışanlarının gözünden Suriyeli çocukların sağlığı **Yılgür** Son dönem Osmanlı İstanbul'unda kent yoksulluğu **Bakırezer** İlhami Güler'in farklılıkçı cinsiyet adaleti anlayışına eleştiri **Çakıroğlu** İstanbul Dersleri'nin şehir ve şehirli kurgusu

iletişim

ISSN 1300-9354

9 771300 935002