

- Genel olarak Türkiye'de sosyal medya kullanımını ve halkın sosyal medya ile ilişkisini nasıl yorumluyorsunuz? İletişim teknolojilerinin gelişmesi Türk halkını toplumsal olarak nasıl etkiledi?

Türkiye'de sosyal medya kullanım yoğunluğu ve yaygınlığıyla ilgili sayısal göstergeler epeyce yüksek. Digital 2018 verileri bunu doğruluyor. Aktif sosyal medya kullanıcısı 51 milyon ki nüfusun %63'ü kadarıdır bu rakam. İnsanlar günde 3 saat sosyal medya kullanıyorlar bilgisayarda ya da mobil ortamlarında. 7 saat internete bağlı zaman geçiriyorlar. Dünyada Instagramı nüfusa oranla en çok kullanan 2.ülke Türkiye. Youtube, facebook ve instagram en çok kullanılan platformlar.

Sosyal medyanın kişisel ve toplumsal düzeyde karşılık geldiği birçok işlevi vardır ve bunlar yapılan araştırmalarla çok net saptanmaktadır. Kişisel düzeyde insanların kendi görüş, tutum ve tavırlarını ifade etme isteğini karşıladıkları bir sunum mecrası tamamı. Toplumsal düzeyde siyasal bir müzakere ve farklılıkların karşılaşma alanı olduğu söylenir. Sosyal medyaya ilişkin görüşler çoğunlukla olumludur. En yoğun eleştiri, bilindiği üzere, insanları apolitik kılarak gerçek politik eylemliliğin önüne geçecek ölçüde toplumsal enerjileri emiyor olmasıdır. Bundan daha öte eleştiri noktaları da var elbette. Gündelik, kişisel içerik üretmimizle aslında üretketici olarak kapitalizmin meta çarkının bir dişlisi haline dönüştüğümüz; toplumsal etkileşimin kendisinin bilişsel kapitalizmin değer mübadelesini bizzat güçlendirdiği gibi eleştiriler bunlar. Bu eleştiriler haklı ve yerinde eleştiriler. Dolayısıyla iletişim teknolojileri başka toplumları ne yönde belirliyorsaydı, Türkiye toplumunu da öyle belirliyor. İnsanlar, kapitalizmin en vahşi ve acımasız döneminde, karşısında en korumasız ve hareketsiz kaldığı bir dönemde yaşıyor. Ancak bir tıklamayla dünyanın her yerinde istediği etkiyi yaratabileceği yanılmasısıyla yani yoğun hareket ettiği duygusuyla sürdürüyor yaşamını. Bu yoğun ve sürekli hareket ediyor olduğu duygusunun peşine takılmak, özellikle siyasal rejimi baskıcı özellikler gösteren toplumlar için geçerlidir. Bununla ilgili yapılan ülke sıralamalarına bakınız, ilk on ülkede değil ilk 20 ülkede insan haklarına ve açık demokratik rejimlere sahip gelişmiş endüstrileşmiş ülkeler olmadıklarını göreceksiniz. Almanya, İngiltere, Fransa, ABD yok mesela üst sıralarda. Neden? Bu soruyu sormak gerekiyor. Cevabı kestirmeden vereyim: Max Haiven'in dediği gibi hayal gücümüzü ve eylemlerimizi ele geçirmek üzere tasarılan bir sistem olarak kapitalizm, neye değer atfedeceğimizi de belirlemektedir ve bu belirlemeyi günümüzde sosyal medyadaki etkinliklerimizin içinde ürettiğimiz anlamlarla iyice tahkim etmektedir. Kendimizi sürekli değerli göstermeye ya da değerli kılmaya çalışıyoruz sosyal medya içerisinden; çünkü kapitalizmin sömürü ve eşitsizlik dünyası dahilinde gittikçe "değersizleşiyoruz". Nihayetinde öz-yanılgımızın ideolojik telafi mecrası olarak sosyal medya, kolektif olarak bambaşka bir düzen hayal edebilmemiz ve talep edebilmemizi engelleyebilmek açısından elverişli bir mecra olmayı sürdürmektedir.

- Sosyal medyada da sınıfsal ayrımlar var mı? Şu uygulama bu sınıf, bu uygulama şu sınıf için gibi ayrımlar yapmak mümkün mü sizce?

Sosyal medyanın kendisi, hangi mecra ne amaçla kullanılırsa kullanılsın, sınıf ayrımının korunmasına hizmet eden bir ortamdır. Gerçek toplumsal ilişkiler alanı içinde eşitsizlik ne kadar güçlü ise, sosyal medya ortamında tam tersine o kadar "eşitleyici" karşılaşma tarzları sunuluyor. Bir mavi yakalı ile beyaz yakalının birbiriyle "eşitlikçi" bir söylem kurarak iletişim geliştirmesinin gerçek yaşam alanındaki karşılığının ne olduğuna bakmak lazım. Bu "eşitlikçi" söylem, kurulmaya çalışılan müşterek anlam alanı, toplumsal statü farklarından dolayı baştan sakatlanmıştır.

Dolayısıyla “belirlenmemiş” karşılaşmaların, gerçek hayattaki devamlılıklarına dikkatle bakmak lazım, araştırmak lazım. Karşılaşma sokakta da oluyor, başka toplumsal mekanlarda da oluyor. Sosyal medyanın farkı, bu karşılaşmalara beraberce anlam üretebileceğimiz bir mehil tanınması. Mesele, bizim bu beraberce yani müşterek anlam üretimini nasıl değerlendirdiğimiz ya da kişisel ve toplumsal yaşamımızı değiştirmek açısından ne ölçüde örgütlediğimiz. Birbirimizin yaşam tarzlarına, hissiyatlarımıza, ilişki kurma biçimlerimize değebiliyoruz ancak ne ölçüde nüfuz edebildiğimiz belirsiz. Nüfuz etmek, zaten mevcut toplumsal ilişkilerin dinamiği de olmaktan çıkarıldı uzun süredir. Geçicilik, akış ve yüzeysellik toplumu haline geldiğimiz ölçüde, karşımızdaki farklılıklarla hemhal olamıyoruz. Sosyal medyada, “gerçek” toplumsal ilişkiler alanındaki belirlenmiş ve sahip olduğumuz sınıfsal konumlarımızla birlikte karşılaşıyoruz. Özellikle kendi konumlarımızı “aşma” duygusunu yaşamaya yönelik ve gösteri toplumunun sunduğu bütün olanakları seferber ediyoruz. Aşabiliyor muyuz? Netten çıkınca hayatı sürdürmenin zorlayıcı koşullarıyla başbaşayız. “Akşama Paris’te yemek yiyeyim” diyerek uçağa atlayıp gidemiyoruz. Gidebilenler yok mu? İşte onlar halen üretim araçlarının mülkiyetine de sahip olanlar. Yani aslında hareket edemeyen geniş emekçi sınıflar için, birbiriyle karşılaşma mecrasıdır sosyal medya. Ne var ki yönetici sınıfların dünyası ile emekçilerin dünyası kesin biçimde farklı deneyimlerle yaşanmaya ve örülmeye devam etmektedir. Sosyal medya kullanımında ortaklaşmak, ne sermaye sınıfını daha az hareketli kılar ne de bizi daha çok hareketlendirir. Ancak toplumsal ilişkiler alanında varlığımızı akışkan olarak duyumsamak, ayaktakımı olarak artık bizlerin de payına düşen, daha doğrusu bu payı almamızın uygun bulunduğu bir şey. Küresel sermaye sosyal medya aracılığı ile bu payı örgütleyerek yönetmektedir.

- "Sosyal medyadan önce" ve "sosyal medyadan sonra" diye zaman dilimlerine ayırırsak her iki tarihsel süreçte ne gibi farklılıklar veya değişimler sizin dikkatinizi çekiyor?

Bu çok kapsamlı bir mesele aslında. En çok dikkatimi çeken şey, kapitalizmin geldiği bu aşamada, ki buna dijital kapitalizm ya da bilişsel kapitalizm de diyorlar, sınıf çelişkesinin olağanüstü derinleşmesine ve emekçilerin de bu çelişkiyi bir eşitsizlik ilişkisinin türlü görünüşleriyle yaşayarak bilincine varmalarına rağmen, yönetici sınıfların kitlelerin hayal gücünü denetleme ve yönlendirmedeki artan maharetidir. Kitlelerin bilincinin eşitsizlik ve sömürünün her halini duyumsadığı bir dönemde sermaye, ancak ve ancak sosyal medya sayesinde belirleyici olma yetkinliğini korumaktadır hatta üst düzeye çıkarmayı başarmıştır. Kişilerin kendilerini “sunması”, sundukları kişinin yani kendilerinin gerçek yaşam koşullarının dönüştürülmesinden daha “değerli” hale geldi. Çünkü sosyal medyada içerik üretimi, insana “var olduğunu” duyumsatıyor. Varım, şimdi ve buradayım. Bu neredeyse Hegel’in bilincin ilerleyişinin ilk aşaması olan duyu-kesinliği (*sense-certainty*) aşamasına karşılık geliyor: yani “bu”, “şimdi” ve “burada” bilgisini veren ve basitçe nesnenin orada olduğuna ilişkin bir farkındalıktır. Bu farkındalık sosyal medya ile deneyimleniyor. Sosyal medyada bulunma hali, gerçek somut yaşamda kendi varlığını askıya alma ya da erteleme halidir. Basitçe söylersek, sosyal medya hesabımızın içinden bir şeylere bakarken bile bulunduğumuz fiziksel çevre ile bağlantımız askıya alınır. Bunu kötü bir şey olarak söylemiyorum. Somut durum budur. Eğer bu askıda kalma halinden, sosyal medyada birlikte yaşamayı istediğimiz toplum için müşterek anlamlar kurarak, yeni ve eşitlikçi bir dünya yaratmak için hayal gücümüzü seferber ederek politik bir sonuç alabilsek gayet iyi olurdu. Ama yapamıyoruz. Çünkü sosyal medya zaten halihazırdaki toplumsallık içinde kendi “değerimizin” ne olduğu ile ilgili sınıf farkı başta

olmak üzere çeşitli türden farklılara dayalı açmazlarımız üzerinden zaten yapılandırılmış bir alan. Açmazlar, bastırılmışlıklar, değer arayışı, toplumsal yaşamdaki güvensizlikler vb. nedeniyle gerçek yaşamdan daha sert karşılaşmalar yaşıyor insanlar birbirleriyle. Gerçek toplumsal ilişkiler alanında frenli, ölçülü, hadli- hudutlu, rollü konumlu, çoğu kez maskeli gerçekleşen toplumsal iletişim, sosyal medyada inanılmaz vahşileşebiliyor. Benim sosyal medya ile ilgili sorduğum sorular daima bu süreçte “insana ve topluma neler oluyor?” sorularıdır. Çok genel olarak söylersem, varlığını sosyal medyada postüle etmek adına inanılmaz bir çaba gösteriyor ve kaynaklarını seferber ediyor insanlar. Bunu iyi anlamak ve görmek lazım. Buradan politik bir projeksiyon çıkarmayı önemsiyorum. Bunun da metalar dünyası ve metalaşmış toplumsal ilişkilerden kurtulacak bir projeksiyon olması gerek elbette. Fakat sosyal medya kullanırken bile, kendisi metalaşan ve bundan da haz duyan insan, böyle bir projeksiyonu nasıl yapacak emin değilim.