



KAVRAMSAL MAKALE

Kendine Yabancı: On Dokuzuncu Yüzyıldan Bugüne

Sevim KARABÖRK, Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul, e-posta: sevimkarabork@stu.aydin.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-7779-8738>

Öz

Çalışmanın amacı, yabancılaşma konusunu üç ayrı tarihsel dönemde takip ederek, kronolojik olarak sunmaktır. On dokuzuncu yüzyılda gündeme gelmeye başlayan yabancılaşma olgusu, günümüz kültürüne dek takip edilmeye çalışılmıştır. On dokuzuncu yüzyıl için Karl Marx başta olmak üzere Durkheim ve Simmel'in görüşlerinden yararlanılmıştır. Yirminci yüzyıla geçiş ve hazırlık maksadıyla, Lukacs'ın şeyleşme görüşü aktarılmış ve Pappenheim'in yabancılaşma olgusuna değinilmiştir. Yirminci yüzyıl yabancılaşması için kültür endüstrisi ve tüketim toplumu konuları incelenmiştir. Burada Adorno, Horkheimer, Baudrillard, Fromm gibi düşünürlerin analizleri takip edilmiştir. Günümüz yabancılaşması içinse sosyal medya kullanımının yabancılaşma eksenindeki etkilerine değinilmiştir. Araştırmanın bulgusu; yabancılaşma tarih boyunca var olan bir olgu olsa da şiddetinin 19. yy. emek süreciyle birlikte artmış olduğu, günümüzde de çeşitlenerek varlığını koruduğu yönündedir. Yabancılaşma unsurları geride kalmadan, birbiriyle bütünleşerek varlığını sürdürmektedir. Araştırmanın önemi; insanın kendini keşfetmesi ve gerçekleştirmesi için yaşadığı kültürün ve benliğinin hangi konularda nasıl bir uygulamayla yabancılaşma yaşadığını bilmesi gerekliliğine dayanmaktadır. Çalışma karşılaştırmalı araştırma yöntemine göre eleştirel perspektifte gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yabancılaşma, Tüketim Toplumu, Kültür Endüstrisi, Yalnızlaşma, Medya ve Gerçeklik.

Makale Gönderme Tarihi: 29.10.2024

Makale Kabul Tarihi: 05.03.2025

Önerilen Atf:

Karabörk, S. (2025). Kendine Yabancı: On Dokuzuncu Yüzyıldan Bugüne, *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(3): 217-230.



**Journal of Social, Humanities and
Administrative Sciences**

2025, 8(3): 217-230. DOI:[10.26677/TR1010.2025.1513](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1513)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

Stranger to Oneself: From the Nineteenth Century to the Present

Sevim KARABÖRK, MSc. Student, İstanbul Aydın University, Institute of Graduate Programs, İstanbul, e-mail: sevimkarabork@stu.aydin.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-7779-8738>

Abstract

The study aims to present the topic of alienation chronologically across three historical periods. Beginning with its emergence in the 19th century, the phenomenon is traced up to modern culture. It utilizes the views of Karl Marx, Durkheim, and Simmel, and includes Lukács's concept of reification and Pappenheim's insights to transition into the 20th century. The work examines 20th-century alienation through the culture industry and consumer society, referencing analyses by Adorno, Horkheimer, Baudrillard, and Fromm. For contemporary alienation, it addresses the effects of social media use. The research finds that although alienation has always existed, its intensity increased with the 19th-century labor process and continues today in diverse forms, integrating rather than discarding elements. The study underscores the necessity for individuals to understand how their culture and self-experience alienation to achieve self-realization. It is conducted from a critical perspective using a comparative research method.

Keywords: Alienation, Consumer Society, Culture Industry, Isolation, Media and Reality.

Received: 29.10.2024

Accepted: 05.03.2025

Suggested Citation:

Karabörk, S. (2025). Stranger to Oneself: From the Nineteenth Century to the Present, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 8(3): 217-230.

GİRİŞ

Yabancılaşma fikir dünyasında her zaman ilgi odağı olmuş bir sosyal bilim konusudur. Keza toplumsal yaşantıda, her dönemde kültüre eşlik etmiş olgulardan birisidir. Özellikle on dokuzuncu yüzyıldan itibaren, konuyla ilgili birçok çözümleme yapılmıştır. Yabancılaşmanın etimolojik kaynağına bakıldığında, Latince “Alinare” sözcüğünden gelmiş olduğu düşünülmektedir. Üç anlama sahiptir, lakin ikisi konumuzla temas halindedir; birincisi insanlardan, Tanrıdan ve yurttan kopmaktır; ikincisi de psikoloji çerçevesinde çılgınlık ve ruh hastalığı manalarına gelmektedir (Kırman ve Atak, 2020: 279). Buna aslında akıldan kopmak da denilebilir. Yabancılaşmada her zaman bir kopma, uzaklaşma hali mevcuttur. Kendinden, diğer insanlardan, doğadan ve hatta gerçeklikten kopmak. Hepsine çalışmada değinilmeye çalışılmıştır.

Yabancılaşmanın hayli eski bir durum olduğu bilinmektedir. İlk kez Plotinus’un felsefesinde kullanılmıştır, ruhun maddeye düşmesi ve alçalması manasına gelmektedir. Yabancılaşmanın ilk kullanım şekilleri çoğunlukla özne-nesne, bilinç-şeyler arasındaki ilişkinin bozulması şeklinde düşünülmüştür. Aydoğan’a göre felsefe tarihinde, Marx’tan önce yabancılaşmadan bahsetmiş diğer iki isim ise Fichte ve Hegel’dir (Aydoğan, 2015: 273). Kain, Hegel’in yabancılaşmayı kullanım biçimini şöyle açıklamaktadır; “...yabancılaşma ilk kez Mutsuz Bilinç bölümünün sonunda karşımıza çıkar. Burada bir Tanrı’ya karşı koyan bireysel bir bilinçle karşılaşırız. Sonraları bir Yasal Durum’da, bir imparatora karşı koyan insanlar söz konusudur. Her iki durumda da Hegel bize der ki, “Bireylerin karşı koyduğu gerçeklik aslında kendi yabancılaşmış yapılarıdır” (Kain, 2008:148).

Ne var ki konuyu toplumsal ve iktisadi noktadan değerlendiren ilk isim Karl Marx’tır. Marx’ın görüşünde insanın yaşadığı tüm çelişkiler iktisadi yaşamla alakalıdır. Emek-sermaye çatışması, bu sebeple yabancılaşmanın da asıl ve tek kaynağıdır. Emekçiler üretim sürecinde yabancılaşmanın en şiddetlisini yaşamaktadırlar. Durkheim ise “anomi” kavramıyla yabancılaşma konusuna dahil olmuştur. Ona göre insanlar giderek bireyci hale gelmekte ve toplumdan kopmaktadırlar. Durkheim da sanayileşme ve ekonomi alanında yaşanan gelişmelerle anominin başladığını ifade etmektedir. O konuya uzmanlaşma ve bilimin parçalanması olgularını da eklemiştir. Bir diğer isim ise Georg Simmel’dir; ona göre paraya dayalı kültür geliştikçe, birey kendisinden uzaklaşmış ve yabancılaşması şiddetlenmiştir. Para ekonomisi yeni kültürel ve yaşamsal kodlar yaratarak, insanın ve toplumun nasıl yaşaması gerektiğini belirlemeye başlamıştır.

Yirmici yüzyıldaki köklü değişimlere geçmeden önce, bir köprü görevi görmesi amacıyla George Lukacs’ın “şeyleşme” kavramına eğilinilmiştir. Şeyleşme’nin Marx’ın yabancılaşması ile sıkı bağları olduğu gibi, Simmel’in para odaklı yaklaşımını da tabi olarak desteklemektedir. İnsan; emek-sermaye sürecinde nesnelere tahakkümü altında şeyleşmeye başlamıştır. Şeylerin özne insanın nesne olduğu, başka ifadeyle şeylerin etken insanın edilgen olduğu bu şeyleşme hali yabancılaşma için önemli uğraklardan biridir.

Yirminci yüzyılın ilerleyen yıllarında ise iki köklü kültürel değişim meydana gelmiştir; kültür endüstrisi aygıtlarının yaygınlaşması ve tüketici bir insan modeli yaratılması. İki olgu kol kola işlemiş ve yeni bir insan yaratımına hizmet etmiştir. Bu süreçte yabancılaşma artık salt emek ve iktisadi yaşamla sınırlı değildir. Özellikle radyo ve televizyonun yaygınlaşması, ona paralel olarak tüketim toplumunun inşa edilmesi, geçmişe nazaran yeni yaşam ve karakter biçimleri ortaya çıkmıştır. Konuyu açıklayabilmek adına, başta Theodor Adorno ve Max Horkheimer olmak üzere, birçok düşünürün fikirlerine başvurulmuştur. Ek olarak Pappenheim’in modern insanın yabancılaşması üzerine düşünceleri özetlenmiştir.

Günümüz yabancılaşması ise, bunlara ek olarak sosyal medya ile gerçekleşmektedir. Keza özünde kültürde yeni olan unsurlar, akıllı telefonun ve sosyal medyanın hayli gelişmesi, günlük yaşamın temel gerçekliklerine dönüşmüş olmasıdır. Buradaki yabancılaşmayı aktarmak için daha ziyade kendi sorgulamalarımız yapılmıştır.

On Dokuzuncu Yüzyılda Yabancılaşma: Emek ve Ekonomi

Yabancılaşma denildiğinde akla gelen ilk düşünürlerden biri Karl Marx'tır. Marx on dokuzuncu yüzyıl modern gelişmeleri içerisinde yaşamış, özellikle emek-sermaye üzerinden sınıf ilişkilerine eğilmiştir. Marx'ın yabancılaşmasında öne çıkan durum, zora dayanan emeğin yarattığı etkiler üzerinedir. Çalışma eylemi insanın temel yaşamsal uğraşlarının başında geldiği için, emek alanında ortaya çıkan yabancılaşma hayli önemlidir. Öyle ki emek süreci insanı hem kendisine hem diğer insanlara yabancılaştırmış, nihayetinde doğadan uzaklaşmasına da sebep olmuştur (Ergil, 1978: 93).

İşçi sınıfının kendi emeği üzerinde herhangi bir kontrolü olmaması, Marx'a göre yabancılaşmanın temel kaynağıdır. Ekonomiyi ve emek konusunu yaşamın temelini koyan Marx, tüm yabancılaşma kaynaklarının da bu alanlardan meydana geldiğini öne sürmüştür. İşçi sınıfı patronlar ve burjuvazinin çıkarı için çalışmaktadır. Emeği sömürülen işçi sınıfı, bu süreçte hem kendi emek sürecine hem de ürettiği şeylere karşı yabancılaşmaktadır. Sermayenin çıkarı için kendi yaşamını ortaya koyması bir çelişki yaratmakta ve derin bir yabancılaşma olarak geri dönmektedir. Nihayetinde işçi kendisini ne kadar yoğun biçimde harcarsa, sermayeye ait olan nesnelere dünyası o kadar büyümektedir. Ollman'ın ifadesiyle: "Yabancılaşmış emek aracılığıyla doğayı dönüştürerek insan, kendisini, dönüştürdüğü her şeyden yoksun bırakır." (Ollman, 2008:232). Modern dönemde makineleşme, çalışanların yükünü ve sorumluluğunu hafifleten, boş zaman yaratacak bir gelişme olarak görülmüştür. Ancak Marx'a göre bu doğru değildir. Bir insan olarak makine konumuna indirgenen insan, makineler ile rekabet eder hale gelmiştir. İnsan böylesi emek-sermaye, yaşamını harcama ve rekabet etme halinde sadece emeğine ve ürüne değil; kendisine ve diğer insanlara da yabancılaşmaktadır (Marx ve Engels, 2000).

Behar 2007'deki çalışmasında, Marx'ın yabancılaşmasındaki üç evreyi aktarmıştır. İlki nesneleştirilmedir, işçinin üretim sürecine işaret etmektedir. İnsan emeği somutlaşmakta ancak insan ile ürün arasındaki bağ kopmaktadır. Ardından ürünün kontrolden çıkması evresi gelmektedir. Burada ürün kendisini üreten işçiden özerk hale gelmektedir. Başka deyişle, dışsallaşmış bir özü vardır. Üçüncü ve en önemli evre köleleştirmedir. İşçi ürettiği ürünler tarafından köleleşmektedir (Behar, 2007:17).

Emek süreci ve ürünü insandan dışsal bir konuma yerleşmiştir, bu da işçi ile emeğin arasında bir rekabet oluşturmuştur. Emek pratiği içerisinde içsel dünyası yoksullaşan işçi yabancılaşırken, nesnelere bağımsızlaşmakta ve işçinin kendisi edilgen hale gelmektedir. Emek başkasına, yani sermayedar sınıfa ait olduğunda, bu aynı zamanda işçinin ta kendisinin de sermayeye ait bir canlıya dönüştüğüne işaret etmektedir. Ollman'a göre bu süreç, insanın yarattığı bir nesnenin yine insan üzerinde dışsal bir güce ulaşmasıdır (Ollman, 2008:236). O artık kendi kendini yitiren, özüne ve doğaya yabancılaşmış bir insandır. Modern emek-sermaye sürecinde geniş halk yığınları, varlıklarını egemen sınıfa teslim etmiş ve özellikle ekonomik boyutta yabancılaşma yaşamışlardır. Marx'a göre iktisatçılar işçilerin gereksinimlerini salt fiziksel olarak görmekte ve onları mekanik varlıklara indirgemektedirler. Kapitalist çalışma koşulları da çalışanları aynı bu şekilde, üretim sürecini yerine getiren birer mekanik olarak görmüştür. Kısacası insani yetiler ve hayatın yerine, zenginlik hedefi ve para kazanma geçmiştir. İşçilerin de bunlara ulaşabilmek için emeklerini, beden güçlerini, kısacası kendilerini satması gerekmiştir (Marx ve Engels, 2000).

“İşçi ne kadar çok servet üretse, üretimin gücü ve kapsamı ne kadar artsa, kendisi de o kadar yoksullaşır. Ne kadar çok meta yaratırsa kendisi de bir meta olarak o kadar ucuzlar” (Marx, 2014:75).

Modern insan kendine yabancılaştıkça sermayeye yakınlaşmıştır. Emekçi sınıf üretim yapmaktadır. Üretimin gerçekleşmesi için sermayeye ihtiyaç vardır ancak emekçilere ait değildir. Son olarak emekçiler üretim süreçleri karşılığında belli bir maaşa bağlanmışlardır. Geçim kaynaklarına başkaları sahiptir. Üretilen şey ise pazar içerisinde değişim değeri kazanarak satılmaktadır. Başkalarının sahip olduğu bu ürünler, işçilerin kendi emeklerine yabancılaştığı ürünlerdir (Zehar, 1999:20-21).

Ollman, tüm bu kapitalist sürecin sonunda insandan geriye kalan şeyin bir et yığını olduğunu ifade etmektedir. Yani insanı insan yapacak tüm temel nitelikler kesilip bir kenara atılmıştır. Yabancılaşmış işçi birey çıplaktır ve soyutlanmış haldedir. İnsan; toplumsal bütünlükten ve doğadan soyutlanmış, sermayeye ve emek düzenine yerleştirilmiştir. İnsana özgü olan şeylerle kurulan bağ kopmuş ve insan yozlaşmıştır. Marx burada yabancılaşmanın dört ilişkisini sunmuştur; insanın kişisel üretici faaliyetiyle, yarattığı ürünle, öteki insanlarla ve son olarak ait olduğu türle. Bu dört yabancılaşma, insan için bütünsel bir soyutlanma yaratmıştır. Kapitalist çalışma süreci Marx’a göre, insanın bedenini çürütmekte, aklının iflas etmesine sebep olmakta, onun sürekli rahatsız ve mutsuz olmasına yol açmaktadır. Bu çalışma düzeni ve yabancılaşma, insandaki tüm potansiyelleri sömürmektedir (Ollman, 2008:217).

Emile Durkheim ve George Simmell gibi düşünürler de yabancılaşma çerçevesine giren çözümler yapmışlardır. Durkheim doğrudan yabancılaşma sözcüğünü pek kullanmasa da, 19.yy’da geliştirdiği “anomi” kavramı konuya dahil edilebilir durumdadır. Anomi içerisinde birey toplumsal bütünleşmeden kopmaktadır. İnsan kendi doğasındaki sosyal bir varlık olma özelliğine yabancılaşarak, daha bireyci eğilimler geliştirmeye başlamıştır. Durkheim’a göre toplumda oluşan ilk anominin kaynağını, sanayileşmeyle birlikte ekonomi alanında yaşanan buhranlar ve iflaslarla oluşturmuştur. İkincisi ise emek-sermaye çelişkisinde yaşanmıştır, keza sanayide uzmanlaşma eğilimi arttıkça emekçi ile patron arasında yaşanan çelişki de şiddetlenmiştir. Üçüncü ve son anomi durumu da yine uzmanlaşmayla alakalıdır. Bilimde yaşanan aşırı düzeyde bölünme, uzmanlaşma ve parçalanma, bilimin bir bütün oluşturabilmesini engeller hale gelmiştir (Durkheim, 2006:456).

Sanayi devrimi gerçekleştikten sonra bireyler daha fazla kazanç, zenginlik ve yükselme hedeflerine yönelmişlerdir. Bu süreçte anomik bir durum meydana gelmiştir. Kurallara ihtiyaç olan bu süreçte, aksine liberal bir serbestlik oluşmuştur. Anomi de keza kurasızlıkla iç içedir. Ani geçişler yaşandığında arzular dizginlenemez olurken, ihtiyaçlar da karşılanamamaktadır. İstekler kontrol altına alınamaz duruma gelmiştir (Swingewood, 1998:145). Bu geçiş sürecinde toplumsal normlar birey üzerinde yaptırım uygulayabilme gücünü yitirmiştir. Oluşan karmaşa ve yeni toplumsal işleyiş içerisinde, bireylerin karakteristik yapısı ve patolojik durumu faydacılık üzerine kurulu olmaya başlamıştır. Nihayetinde faydacılık toplumsal norm haline gelmiş ve anomi oluşmuştur (Erkal, 1997:39). Değerler ve normalde yaşanan bozulma, insanın faydacılığa kapanması, ilişkileri ve davranışları idare etme biçiminin belirsizleşmesi vb. sebebiyle intihar, içe kapanma, anti-sosyallik gibi durumlar artmıştır. Bunlar da elbette 19. yy. yabancılaşmasına dahil edilebilecek durumlardır.

Ekmekçi, konuya dair şu yerinde açıklamaları yapmıştır: “Anominin olduğu toplumlarda düzensizlik ve karmaşa hâkim olur. Toplumu oluşturan ortak değerler geçerliliğini yitirir. Geçerliliğini yitiren bu değerlerin yerine yenileri konulamaz. Konulsa bile onların da bir geçerliliği olamamaktadır. Bu durumda bireyler yasadışı yollara başvurabilmektedir. Bu nedenle suç oranları hızla artar. İntihar olayları yaygınlaşır. Böyle bir toplumda birey kendisini işe

yaramaz, amaçsız ve duygusal boşluk içinde hissedebilir. Bu durumda birey için herhangi bir şey adına çaba harcamak anlamsızlaşır. Sonrasında bireyler kuralları çiğnemeye başlar. Bundan sonra tek düzenleyici ve belirleyici faktör kişilerin kendi çıkarları olur" (Ekmekçi, 2004:26).

Adını andığımız üzere, bu başlıkta konuya dair fikirlerine değinilmiş son isim Simmel'dir. Simmel'e göre modern birey bir kültür trajedisi yaşamaktadır. İçinde yer aldığı dış kültür karşısında bireyselliğini ve özgürlüğünü ilan edebilme olanakları oldukça kısıtlıdır. Sosyal rollerde yaşanan gelişmeler, bireyin öz kişiliğe karşı yabancılaşmasına sebep olmuştur. Paranın kullanımının toplumsal yaşama egemen olmasıyla birlikte, bireyin bütünlüğü tehdit altına girmiştir. Bu hususta kültürün de nesneleştiğini düşünmektedir. Özel ile nesnel arasında çatışma başlamıştır. İş bölümü ile uzmanlaşmanın getirdikleri, nesnel kültürü tüketime doğru yönlendirmektedir, ki bu da yabancılaşmanın bir boyutudur (Simmel, 2019).

"Modern hayatın en derin sorunları, ezici toplumsal güçler, tarihsel miras, dışsal kültür ve hayat tekniği karşısında, bireyin, varoluşunun özerkliğini ve bireyselliğini koruma talebinden kaynaklanır." (Simmel, 2019:93) diye yazan Simmel; gelişen metropollerin de yabancılaşmaya ve gerilime sebep olduğunu ifade etmiştir. Metropol tipi kişiliğe sahip bireylerin psikolojik temelleri, dış uyarıcıların yoğunlaşmasıyla oluşmaktadır. Kentte artık karmaşık ruhsal ilişkiler hakimdir. Metropoller para ekonomisinin merkezidirler ve insanın zihni bu ekonomiye bağlanmaktadır. İnsan ve insani ilişkiler nesnel olarak ölçülebilir hale gelmektedir. Artık ilişki kurulanlar satıcı, müşteri, hizmetçi ya da yine ekonomik temel ilişki kurmak zorunda kalanlardır. İlişkilerdeki duygusal boyut ortadan kalkmıştır (Simmel, 2019).

Simmel'e göre biçim, yaşam karşısında zafer kazanmıştır. Biçimsellik, gerçek yaşamı maskelemekte ve insanları yabancılaştırmaktadır. Ona göre biçime teslim olmak, insanın kendisi olmasını sürekli olarak tehdit etmekte ve zorlaştırmaktadır. Simmel bu yabancılaşma karşısında insanın mücadele vermesi gerektiğini de öne sürmüştür. Bir bakıma varoluşçu felsefeciler gibi, yabancılaşmayı aktarıp nihilizme çekilmemiştir.

Pappenheim, Modern İnsanın Yabancılaşması'nda şunları aktarır; "Simmel'in verdiği bütün örnekler, çağdaş insanın bireyselliğinin yok edilmesinden ve kendi öz benliğinden uzaklaşmayı dayatan koşullar altında yaşamaktan duyduğu korkuyu yansıtmaktadır. Bu kaygının, çağdaş insanın düşüncesinde en kesin güçlerden biri olduğu yönünde sayısız belirti vardır." Ona göre Simmel bunları birer mücadele çağrısı olarak vurgulamaktadır (Pappenheim, 2002:14).

Kısacası para ekonomisi geliştikçe nesneleşmiş kültür genişlemiş, insan makinenin ve iktisadi kuralların parçasına dönüşmüştür. Böylece de insanın yabancılaşması daha derine inmiştir. Yabancılaşmış bu insanın ve para ekonomisinin merkezi metropollerdir. Birey kendisini tanıyamadığı gibi başkalarını da tanıyamamakta, özerkliğini yitirerek sıradanlaşmaktadır (Kırman ve Atak, 2020: 279).

19. yy'da yaşanan yabancılaşmayı ve konuya dair çözümlenmeleri paylaşmak için Marx, Durkheim ve Simmel'in görüşleri özetlenmiştir. Şimdi 20. yy'da Kültür Endüstrisi ile Tüketim Toplumu hususlarını beraber ele almadan önce, Lukacs'ın "şeyleşme" kavramına değinilmiştir.

On Dokuzuncu Yüzyıldan Yirminci Yüzyıla Geçiş: Şeyleşme ve Teknoloji

Batı Marksizm'inin ünlü isimlerinden George Lukacs, yirminci yüzyılın ilk yarısında "şeyleşme" kavramını geliştirmiştir. Şeyleşme kavramı, Marx'ın yabancılaşma yaklaşımına dayanmaktadır. Lukacs'a göre şeyleşme, insanın kendi faaliyetinin ve emeğinin kendisinden bağımsız gibi görünmesine yol açmaktadır. Bunun işçi üzerindeki etkisi de kişilik bölünmesi yaratmasıdır. Toplumsal ilişki biçimlerinin nesnel veya şeyler arası ilişkiler durumuna gelmesi ise, işçi bir

metaya yani Şey'e dönüşmüştür. Bu da onun toplumsal yaşamda bir insan veya özne konumunda yer almasını engellemektedir. Kapitalist sistem içerisinde bilinci yanlış biçimlenen işçi, nesne konumundan kurtulamamakta ve her şeye karşı yabancılaşmaktadır. Şeyleşmenin etkisi, bireyin yanlış bilinç içerisinde yaşamını sürdürmesine sebep olmaktadır (Şentürk, 2016: 39).

Akkuş, Lukacs'ın şeyleşmesi hakkında şöyle yazmıştır; "Toplumun bütünlüğü insan varoluşu üzerinde sanki doğal bir güçmüş gibi tahakküm kuracak olan bir yığın birbirinden kopuk, uzmanlık isteyen, teknik işler şeklinde parçalanır. İnsani özne bu şeyleşmiş ürünlerde kendi yaratıcı pratiğini tanıma gücünden yoksun, âtlı, seyre dalmış bir varlığa indirgenir."¹ Lukács bu süreci sosyal süreçlerin parçalanması ve yapay şeyler yığına evrilmesi manasına gelen "şeyleşme" adını vermiştir. İşçinin sermaye ve ücret sistemi içerisinde konumu, kölelikten fazlası değildir. Ayrıyeten işçi, sermayedar sınıfıyla sözde özgür ve eşit bir anlaşma içinde olduğundan mevzubahis şeyleşme durumu, emek sömürsünün varlığını anlaşılabilir hale getirmektedir (Akkuş, 2011: 41).

Lukács'a göre şeyleşme olgusu, kapitalist toplum içerisinde insani ilişkiler ile yeteneklerin akılcı bir düzenin standartları olarak kişisel bilinçlerinde yeni baştan tanımlandığı "fantazmagorik bir bilinç durumu"dur. Berger ve Luckmann şöyle yazmıştır; "Şeyleşmiş bir dünya, tanımı gereği, insansızlaştırılmış bir dünyadır. Bu dünya, insan tarafından, yabancı bir olgu olarak, yani kendi üretici faaliyetinin opus proprium'u (özgün sonucu) olarak değil de üzerinde hiçbir denetime sahip olmadığı bir opus alienum (yabancı işi) olarak tecrübe edilir" (Berger ve Luckmann, 2018:130).

Bu dönemce bireycilik ne kadar öne çıkarılıyor olsa da, aslında yabancılaşma ve şeyleşme sebebiyle insanlar gerçek bireyselliklerinden kopmaktadırlar. Lukacs ünlü kitabı Tarih ve Sınıf Bilinci'nde şöyle yazmıştır; "burjuvazinin açılıp yayılması bir yandan bireye önceden hiç tanık olunmamış bir önem bahşediyor, ama öte yandan bu bireyselliği, onun ekonomik koşulları yardımıyla, yani meta üretimini yaratan şeyleşme nedeniyle her yönden yok ediyor. Örneklerle açıklanması bitmeyen, hatta sonsuza kadar sürdürmesi mümkün olan bütün bu ve benzeri çelişkiler kapitalizmin derinlerinde yatan çelişkilerin sadece birer yansımasıdır" (Lukacs, 1998:132).

Öte yandan şeyleşmenin bir diğer sebebi de teknolojinin gelişimiyle açıklanabilmektedir. Örneğin Martin Heidegger bu konuya eğilmiştir. Heidegger'e göre teknik doğayı üretim için bir stok olarak gördükçe yani doğayı nesne haline getirdikçe insanı da şeyleştirmiştir. Özünde çerçeveleme olan modern teknik gelişmeler, insanı sistemin ve teknolojinin buyrukları çerçevesinde şekillendirmektedir. İnsan varoluşu karşı yabancılaşmış durumdadır. "Heidegger'e göre bu teknik atmosfer, insanı kendi toprağı üzerinde yaşayan canlı olmaktan çıkarıp tekniğin koşullarına hapsedmiştir" (Ateş, 2022).

Nihayetinde emek pratiği ve meta dünyası içerisinde şeyleşen insan, yabancılaşmanın boyutlarından birini yaşamaktadır. Ancak yabancılaşma bunlardan ibaret değildir. Şimdi kültür ve tüketim alanlarına geçmeden önce, kısaca Pappenheim'a uğranılmıştır.

¹ Alıntı kaynak: <https://www.cafrande.org/insanin-seylesmesi-bilinci/>

Pappenheim ve Modern İnsanın Yabancılaşması

Fritz Pappenheim, Karl Marx'ın ve Ferdinand Tönnies'nin fikirlerine dayanarak, 1959'da yabancılaşma ile ilgili bir kitap kaleme almıştır. Biz Karl Marx'tan bahsettiğimiz için, kitaptaki diğer yabancılaşma görüşlerine eğilinilmiştir.

Pappenheim'a göre modern insan, sadece kendisine fayda sağlayacak insanlarla ve konularla ilgilenmekte, onun dışındaki her şeyden uzaklaşmaktadır. Tüm ilişki biçimleri faydacılık üzerine kuruludur. İnsan yalnızca diğer insanlara yabancılaşmakla kalmamaktadır. İnsanın benliği parçalanmakta ve kendisinden uzaklaşmaktadır. "Kendimizi birer birey olarak ortaya koyabilmek için, gerçeğin sadece amaçlarımıza ulaşmamızı sağlayacak yönüyle ilişki kuruyor, geri kalanından ise uzak duruyoruz. Fakat bu uzaklık ileriye götürüldüğü ölçüde kendi içindeki parçalanmışlık da derinleşir" (Pappenheim, 2002:3).

Pappenheim, yaşadığı çağda teknolojiye duyulan büyük inancı, insan soyunun birkaç yüzyıldır köklerinden koparılmış ve doğaüstü sığınaklarını yitirmiş olmasına bağlamaktadır. Teknolojinin insanı mekanik hale getirmesine, kişilikten yoksun bırakmasına, yaşamın sıradan ve heyecansız bir duruma dönüşmesine, insanın da diğer her şey gibi hesaplanabilir bir meta veya veri haline gelmesine, insanın diğer insanlarla ve doğayla kurduğu bağın kopmasına ve duyarsızlaşmasına sebep olduğuna dair eleştirileri paylaşmaktadır. Ne var ki yabancılaşmanın temel unsuru olarak teknolojiyi almamaktadır. Ona göre teknoloji farklı amaçlarla da kullanılabilir çünkü. Bir yabancılaşma kaynağı olarak siyasete eğildiğinde; insanların problemlerinin kamusalıktan gitgide uzaklaştığını, bireysel mevzular haline geldiğini ifade etmektedir. İnsan bireysel varlığı ile yurttaş varlığı arasında bölünmekte, onları bir araya getirememekte ve siyasal topluluktan giderek kopmaktadır (Ateş, 2022).

Burada Pappenheim'ın ışığında Ferdinand Tönnies'den kısaca bahsedilmiştir. Tönnies 1887'de Cemaat ve Cemiyet ayrımı yapmıştır. Almanca karşılıkları *Gemeinschaft* ve *Gessellschaft*'tır. *Gemeinschaft* modern insanın gidişatını temsil etmektedir. Burada yalnızca kişisel faydaya dayalı, ekonomi temelli bir ortaklık söz konusudur. Planlıdır ve tasarlanmıştır. İnsan giderek doğal birlikteliklerden kopmaktadır. Keza *Gemeinschaft*'ta birliktelik söz konusu değildir, bireyler parçalanmış haldedir ve ilişkileri gerilimle sarmalanmıştır (Pappenheim, 2002:57).

Kısacası Tönnies'nin çıkara dayalı, birbirinden kopuk bireylerden oluşan Cemaat'yle meydana gelen yabancılaşma; yirminci yüzyılda teknoloji ve siyaset eliyle güçlenmiştir. Ancak konu elbette bunlardan ibaret değildir. Şimdi konuyu kültür ve tüketim alanlarına kaydırmak üzere, Adorno, Horkheimer, Baudrillard, Fromm gibi isimlere eğilinilmiş ve yirminci yüzyıldaki analizleri genişletilmiştir.

Yirminci Yüzyılda Yabancılaşma: Kültür Endüstrisi ve Tüketim Toplumu

Ekonomik yaşamda ve iş bölümünde meydana gelen değişimlerin, insanın yabancılaşması üzerindeki etkisine değinilmiştir. Ancak yabancılaşma sadece emek-sermaye arasında gerçekleşen bir durum değildir. Bu başlıkta daha ziyade sistemin kültür üzerinde yarattığı dönüşümler irdelenmiştir. 20. yy'ın en köklü kültürel değişimleri arasında kültür endüstrisi ve tüketim toplumu inşası sayılabilir. Keza bunlar yeni bir insan ve toplum meydana getirmeye çalışmışlardır. Bu yeni kültürün insanının yabancılaşması da daha derin ve karmaşık boyutlara ulaşmıştır.

Değişimin meydana gelmesinde sistemin kullandığı yöntem rızanın üretimi, rıza mühendisliğidir. Antonio Gramsci hegemonya kavramını geliştirirken, kapitalist toplumlarda hegemonyanın baskı yoluyla değil rıza üretim araçlarıyla meydana geldiğinden söz etmiştir.

Yani sistemin ilkeleri ve ideolojisi kurumlar, eğitim ve medya aygıtlarıyla kitlelere empoze edilmektedir (Ergüden, 2015:23). Kitleler de kendi rızalarıyla sisteme katılım göstermekteydiler. Kültür endüstrisi bunun için çalışan bir araç, tüketim toplumu ise amaçlardan biriydi.

Kültür endüstrisi teorisini Theodor Adorno ve Max Horkheimer ortaya atmıştır. Onlara göre seri meta üretimi ile kültür üretimi arasında fark yoktur. Kültür endüstrisi araçları olan radyo, sinema, dergiler ve daha sonra eklenen televizyon, seri biçimde kişilikler ve kültürel modeller üretmektedirler. Burada toplumsal yaşamın doğal gidişatından ortaya çıkan bir kültür yoktur, artık kültür sistem tarafından medya ve kültür aygıtlarınca üretilmektedir. İnsan bu süreçte özne değil, kültür endüstrisinin nesnesidir (Adorno, 2011:110). Halihazırda emek ve ekonomik yaşam içerisinde yabancılaşmış olan birey, kültür endüstrisi karşısında bambaşka bir insana dönüşmeye başlamıştır. Ekrandaki insanlara öykünme yoluyla kendi varlığını sürdürmekte, öne çıkarılan ürünlere yönelerek mutluluk ve statü kazanmaya başlamaktadır. Horkheimer'a göre insanlar, gelişen pop kültür ve medya aygıtlarının etkisiyle bireyselliklerini yitirmektedirler. İnsanlar tek tipleşmekte, özgürlüğü ve özerk olmayı sistemin aygıtlarında aramaktadırlar (Horkheimer, 2011:146).

Adorno tek tipleşmeyle ilgili şöyle yazmıştır; "Kültür endüstrisi, insanı bir tür varlığı olarak gerçekleştirir. Herkes bir başkasının yerine geçebileceği yönleriyle var olabilir; herkes bir yedektir ya da yalnızca türün bir örneği. Herkes, birey olarak, yeri kesinlikle doldurulabilir, salt bir hiçliktir ve bunu zamanla o benzerliği kaybettiğinde iyice hissetmeye başlar" (Adorno, 2011:80).

Kültür endüstrisi araçlarının ana amacı standartlaşma yaratmaktır, başka deyişle kültürü ve insanı homojenleştirmeye zorlamaktadır. Bu süreçte toplumdan ziyade kitle sözcüğü kullanılmaktadır; kitle sistemin aruzları adına en düşük ortak paydada buluşturulmaya çabalanmakta ve herkes birer veri biçiminde görülmektedir. İnsanların sermaye adına veri ve kaynak gibi görüldüğü süreçte, kültür ile reklam iç içe geçmiş durumdadır. Adorno ve Horkheimer bu yüzden kültür endüstrisi kavramını kullanmaktadırlar (Erdoğan ve Alemdar, 1990). Burada standartlaşma, bir bakıma yabancılaşmanın genel geçer bir hale gelmesidir. İnsanlar kültür endüstrisinin moda ve modellerini, söylemlerini ve yaşantılarını takip ettikçe, kendilerine ve diğer insanlara yabancılaştıklarını dahi fark edemez olmuşlardır.

Kültür endüstrisinin diğer bir yabancılaşma etkisi gerçekliğe karşıdır. İnsanlar bir süre sonra medya aygıtlarında ve özellikle televizyon ekranında sunulan her şeyi, gerçekliğin yerine koyar hale gelmişlerdir. Ekranda sunulan gerçeklikler, ekranın sınırlarını aşmakta ve bireyin algısına yerleşmektedir. Bilimsel bir içerikten habere, magazin programından bir aile dizisine kadar, artık her şeyin değeri ekranda eşitlenmiştir ve gerçekliği onlar belirlemektedir. Jean Baudrillard buna simülasyon demektedir. İnsanlar simülasyonda sunulmayan hiçbir şeyle ilgilenemez olmuşlar, kendi gerçekliklerini de simülakrlara göre belirlemeye başlamışlardır (Baudrillard, 2022: 13). Bu yabancılaşmanın en derin boyutlarından biridir, yani gerçekliğe karşı yabancılaşmadır.

Kültür endüstrisine paralel durum ise tüketim toplumu inşasıdır. Seri üretim metaların elinde kalmasını istemeyen şirketler, tüketici bir toplum modeline ihtiyaç duymuşlardır. Bunun için kültür endüstrisinin aygıtları ve psikanaliz, şirketlerin yardımına koşmuştur. 1930'lu yıllara dek götürülebilecek bu inşa, özellikle 1950'lerden sonra şiddetlenmiştir. Alan Durning, tüketim inşası esnasında "iyi bir vatandaş olmak, tüketici olmaktan geçmektedir" gibi söylemlerin kullanıldığını ifade etmiştir (Durning, 1992:15). İlk halkla ilişkiler bürosunu kuran ve psikanaliz yoluyla kitleleri kontrol edip tüketim toplumu inşa etmeyi düşünen Edward Bernays'tır. Bernays ve diğerlerinin iddiası, bilinçdışında asla doyurulamayacak arzuları tüketim ürünleriyle eşitlemektir (Curtis, 2002).

Tüketim toplumunda ilk yabancılaşılma olgu belki de ihtiyaçtır. İhtiyaç sözcüğünün anlamı tamamen değişmiş, eski anlamı ise ortadan kalkmıştır. Eskiden ürünlerin kullanım değerleri, dayanıklılıkları ve işe yararlılıkları önemliydi. Tüketim toplumunda bunun önüne geçilmek istenmiştir. Artık önemli olan kullanım değeri değil, metanın göstergeleri, imajları, yan anlamları, yani değişim değeridir. Bauman'a ve Baudrillard'a göre ürünlerle ilişkiye girilen tek nitelik gösterge değerleridir. Bu göstergeler bireylerin günlük hayatını kuşatmakta ve davranışlarını yönlendirmektedir. Tüketici kültür iklimine dahil olan birey, zihniyet olarak tamamen değişmiş ve yabancılaşmıştır (Bauman, 1997:85). Modayı takip etme yolunu seçen insan, toplumda yer kazandığı izlenimine kapılmaktadır. Metalara yüklenmiş olan yan anlamlar, sosyal bir iletişim yaratmaktadır. İnsani ilişkilerden ziyade, metalar ilişkiye girmektedir. Nesnelerin dilleri vardır, yepyeni kültürel değerler ve yaşam tarzları getirmişlerdir. Baudrillard'a göre bu dönemde bireyler klonlaşmıştır, yani herkes farklı olduğunu düşünmekte ancak hepsi birbirinin kopyasına dönüşmektedir. Bir çeşit klonlanmadır, aynı olanın yenilenmesi üzerine kuruludur (Baudrillard, 2016:120).

Nitekim bireyler neye ihtiyaç duyduklarını bilmemekte, kültür endüstrisinde karşısına çıkan her şeyi ihtiyaca çevirmektedir. Sistemin yapmak istediği şey de bireylere yapay ihtiyaçlar üretmektir zaten. Kısacası insanlar kişisel ihtiyaçlarına bile yabancılaşmışlardır. Çünkü tüketim toplumu ile birlikte bireyler kendilerini metalarla tanımlamaya başlamışlardır. Metalar statünün, mutluluğun ve kişisel kimliğin kaynakları haline gelmiştir. Kültür endüstrisini takip ederek kendi benliğine yabancılaşan birey, tüketimle birlikte de toplumsallığa yabancılaşmaktadır. Artık nesnelere ve statüler dünyasına girmiştir. Arzu makinelerine dönüşen insanlar, asla tatmin olamamaktadırlar. Keza tüketim toplumunun merkezinde yatan psikolojik itki de budur; bireyleri mutlu olacaklarına ikna etmek, ancak sürekli ve yeni olanları tüketmezse mutluluğu sona ereceğini hissettirmektir. Erich Fromm bireylerin asla mutluluğa ulaşamayacaklarından ve hep doyumsuz kalacaklarından, toplumda "olmak" yerine "sahip olmak" temelinin işlediğinden söz etmiştir. Sahip olmaya odaklanan birey, ne kendisi olmaktadır ne de toplumun bir parçası. Bu da onun yabancılaşmasına sebep olmaktadır.

Fromm şöyle yazmıştır; "Sahip olmak tek hedef olunca, insan giderek daha açgözlü ve ihtiras sahibi olur. Çünkü ne kadar çok şeyi olursa, o kadar mutlu olacağını sanır. Böylelikle kişi, herkese karşı bir düşmanlık beslemeye başlar. Kandırmak istediği müşterileri, iflase sürüklemeye çalıştığı rakipleri ve sömürmeyi arzuladığı işçileri; hep onun daha az şeye sahip olmasına yol açtıkları için, bencil kişinin düşmanlarıdır. Bu tür düşünen bir insanın arzuları sonsuz olduğu için, hiçbir zaman rahat ve huzur bulamayacağı bellidir. Onun tüm yaşamı, kendinden çok şeye sahip olanları kıskanmak ve kendinden az varlığı olanlardan da korkmakla geçecektir" (Fromm, 2003:25).

Fromm, yabancılaşmanın modern toplumun her alanına hâkim olduğunu düşünmektedir. İnsan yabancılaşmış ve korkak bir hale gelmiştir. Fromm'a göre kapitalizm insanları yalnızlaştırmaktadır, kapitalizmin paralel bir etkisi de insanın insanlar arasında kurulan ilişkilere yabancılaşmaya başlamasıdır. Bireyin kendisi hakkındaki görüşü, diğer insanların kendisi hakkında ne düşündükleri, ona nasıl bir değer biçtikleri üzerinedir sadece. Hangi statü göstergelerine sahip olduğu da benliğini hissetmesinin aracına dönüşmüştür. İnsan kişisel değerini kendisini saptayamaz olmuştur. Birey kapitalist düzen içerisinde, kendi varlığının dışındaki güçlerin birer aracı durumundadır (Karagülle ve Çaycı, 2014: 1).

Kültür endüstrisi ve tüketim sürecinde, bireyin yabancılaşması tüketici kimliğiyle gerçekleşmiştir. Meta düzeyine çekilen insan, yabancılaşmanın yeni bir boyutunu yaşamaktadır. Buna bazı korkular da dahildir. Duman'a göre bu korkular kitle kültürüne ve tüketim toplumuna ayak uyduramama, eskide kalma yani tarihi geçme, toplumdan soyutlanma benzeridir. Keza tüketim toplumsal bir statü ve kabul göstergesi haline gelmiştir (Duman, 2018:66).

İnsan önce emek sürecinde kendi ürününe ve emeğe, paralel olarak kendisine yabancılaşmıştır. Ardından sosyal ve doğal çevresinden kopmuştur. Nihayetinde tüm gerçekliğini kültür endüstrisi ile tüketim aygıtlarının ürünlerine bağlayan birey, yabancılaşmanın zirvesini yaşamaktadır. Bu ürünler arasında seçim yapan birey, özgürlüğe de yabancılaşmıştır. Keza özgürlüğün tek anlamı, sistemin ürettikleri arasında seçim yapmaya dönüşmüştür. Tek tipleşen ve meta haline gelen insan, son derece bireyci bir kültür yaratmıştır. Belki de bunun bir adım ötesi, günümüz sosyal medya çağında gerçekleşmektedir.

Günümüzde Yabancılaşma: Sosyal Medya

1990'lı yıllarda internet ve ev içi bilgisayar kullanımının yaygınlaşmasıyla, yeni bir döneme girilmiştir. Ancak insanların yaşam şekillerinin kökten değişmesi, takriben 2010'lu yıllarda gerçekleşmiştir. Bu yıllara gelindiğinde hem sosyal medya platformlarının hem de akıllı telefonların çok geniş kitlelere ulaşması, kültürde yeni alışkanlar yaşanmasına sebep olmuştur. Bireyler artık medyayla ilişkiye girmek için sadece televizyonu kullanmamaktadırlar. Herkesin eline geçen akıllı telefonlar sosyal medyaya bağlanmakta, birey iletişim aygıtı olarak bunu kullanmaktadır. Doğal olarak çok geçmeden insan için yeni değişiklikler meydana gelmiştir.

Öncelikle sosyal medya, kültür endüstrisi ve tüketim toplumunun devamı olarak nitelenebilir durumdadır. Bir iletişim aygıtı veya alanı olmanın ötesinde anlamlar ve etkiler taşımaktadır. Guy Debord bu ikisine ek olarak, bir gösteri toplumu yaratıldığından, her şeyin ve herkesin gösteriye dönüştüğünden söz etmişti. "Gösteri bir imajlar toplamı değil, kişiler arasında var olan ve imajların dolayımından geçen bir toplumsal ilişkidir. (...) Gösteri öncelikle ideolojidir, çünkü kendi bütünlüğü içinde, bütün ideolojik sistemlerin özünü sergiler ve gösterir: yoksullaşma, köleleşme ve gerçek yaşamın yadsınması. Gösteri maddi olarak "insanlar arasındaki ayrılık ve uzaklaşmanın" ifadesidir. (Debord, 2021: 36).

Nihayetinde sosyal medya bir kültür endüstrisi aygıtı olarak tüketimin ve gösterinin zirve yaptığı bir alandır. İnsanlar hep birlikte aynı gündemlere, popüler kültür eserlerine, görüşlerine yönelmektedirler. Bu esnada moda haline gelen ürünler dolaşıma sokulmakta, hem kullanıcılar eliyle hem de platformun her yanında reklamları yapılmaktadır. Yani yine benzer ürünlere yönelim sağlanmaktadır. Öte yandan Debord'un on yıllar önce işaret ettiği üzere, her şey bir gösteri malzemesine dönüşmüştür. Birey hem kendi hayatını gösteriye sunmakta hem de gösteriye sunulan sayısız içeriği tüketmektedir. Tüm bunlar dijitalin yarattığı yabancılaşmalardır.

Halihazırda giderek bireyci hale gelen insanlar, sosyal medya ile birlikte iyice sosyallikten yabancılaşmaya başlamışlardır. Hayatın vazgeçilmez unsuru haline gelen akıllı telefonlarına gömülen insanlar, sosyalleşme mekanı olarak da bu internete bağlı ekranı seçmektedirler. Bu da hem bir araya gelme gereksinimini azaltmakta hem de insanın toplumsal bir canlı oluşuna yabancılaşmasına sebep olmaktadır (Karagülle ve Çaycı, 2014: 1).

Doğal iletişim yerini yazılı ve dijital iletişime bırakmaktadır. Bu da elbette gerçek bir iletişim değildir. Nihayetinde insan en büyük yetisi olan iletişimi de yabancılaşmaya başlamıştır. İletişimin zayıfladığı yerde, insani ilişkiler de zayıflamaktadır. Ekrandaki tüm içerikler gelip geçicidir, tıpkı tüketim toplumundaki metalar gibi. Bunların neticesinde insanlar arasındaki ilişkiler de gelip geçici hale gelmiştir. Bu kültürün içine doğan çocuklar da, doğal yollarla çocukluğunu yaşayamamaktadır. Çok erken yaşta, durumlarıyla alakası olmayan konular ve içeriklere maruz kalmaktadırlar. Kendisine yabancılaşan yeni nesil çocukların gelecekte kuracağı kültür, yabancılaşma konusuna ilgisiz kalacaktır. Çünkü bu durum, onların doğal halleridir.

İnsanlar ekranda gördükleri tüm içerikleri olduğu gibi gerçek olarak kabul etmektedirler. Etmediklerinde ise, yine kendi görüşlerine uygun ünlü hesapların bilgilerini onaylamaktadırlar. Sosyal medya içerisinde gündem olmayan, yeterince insan tarafından konuşulmayan hiçbir konu önemsenmemektedir. Sayısız ve kontrolsüz içerik akışına maruz kalan insan, artık doğru ve yanlış, değerli ve değersiz arasında ayırım yapamamaktadır. Bu da gerçekliğe karşı yabancılaşmadır.

Başka bir konu ise, gösteriyle de paralel olarak, insanın kendi bedenine karşı yabancılaşmaya başlamasıdır. Sosyal medyada kendisini sunan birey, herkesin beğeni alabileceği biçimlerde bunu yapmak istemektedir. Beğeni sayısı, kendi varlığını yücelten bir kaynağa dönüşmüştür. Hatta kimileri için bu tek kaynaktır. Bu hususta platformlarda fotoğraflar için filtreler kullanılmaktadır. Hemen her fotoğraf filtreden geçirilerek sunulmaktadır. Bu durum fiziksel bedene de yansımıştır. Keza insanların estetik ameliyat yaptırması ve kaslı bir beden için vücut geliştirmeleri, yaşadığımız dönemde hayli artmıştır. Baudrillard'a göre bu, doğrudan bedenin bir gösteri malzemesine dönüşmesidir. Kendi bedenine yabancılaşan insan, onu sosyal medyada ve moda dahilinde beğeni alabilecek biçimlere sokmak için uğraşmaktadır. İnsan için bedeni bir projeye dönüşmüş gibidir (Baudrillard, 2016: 149).

Velhasıl gündelik gerçekliğe dönüşen sosyal medya insanları iletişime, sosyalleşmeye, kalıcı ilişkilere, gerçekliğe ve kendi bedenine karşı yabancılaştırmaktadır. Televizyonun da varlığını kordduğu düşünülürse, medya ve iletişim araçları eliyle oluşan yabancılaşmanın daha da güçlendiğini söylemek yerinde olacaktır. Giderek yalnızlaştırılan insan, sosyal medya ile birlikte daha da kendi içine çekilmiştir. Ekranda sürekli başka insanlarla beraber, iletişim kuruyormuş gibi hissetmesinin sebebi budur. Oysa ekrandaki iletişim insanlar arası iletişim değildir ve etkileşimler beraberlik anlamına gelmemektedir. İnsanın bu kadar yoğun biçimde televizyonda ve sosyal medyada zaman geçirmesi, her boş anında ekrana yönelmesinin sebebi, yabancılaşmanın yalnızlaştırıcı etkisinin sonucudur.

SONUÇ

Yabancılaşma konusuna eğilmiş olmanın sebebi, insanların toplumdaki ve benliklerinden, doğal yetilerinden ve özgürlüklerinden nasıl kopup uzaklaştığını aktarmaya çalışmaktır. Bunun için öncelikle on dokuzuncu yüzyılda, özellikle emek ve ekonomi alanında yaşanan yabancılaşma işlenmiştir. Yirminci yüzyıl için ise medya aygıtları, seri üretim, tüketicilik, statü merakı, ihtiyaç kavramı gibi hususları incelemek için, kültür endüstrisi ve tüketimin yarattığı yabancılaşma etkilerine değinilmiştir. Son olarak, günümüzde temel bir gerçeklik haline gelen sosyal medyanın etkisiyle yaşanan yabancılaşmalar sıralanmıştır.

Yabancılaşmanın insanlık tarihi kadar eski olduğu söylenmektedir. Ancak gerçek manada hayata egemen olmaya başlaması sanayi devrimiyle ve on dokuzuncu yüzyıl itibarıyla yaşanmıştır. Önce emek ve ekonomi alanında yabancılaşma yaşayan birey, ardından kişiliğini ve kültürünü yitirmeye başlamıştır. Kişilik ve kültürdeki yabancılaşma da kültür endüstrisi ile tüketim toplumu inşasında gerçekleşmiştir. Günümüz sosyal medya sürecinde de, bireyler kendilerini ekran içindeki etkileşimler ve içeriklerle tanımlamaya başlamışlardır. Yabancılaşmada varılacak en önemli sonuç, aslında hiçbirinin sona erip geride kalmış olmamasıdır. Özellikle on dokuzuncu yüzyıldan bu yana meydana gelen yabancılaşma biçimleri, bugün de varlıklarını korumaktadırlar. Yani yabancılaşma genişleyerek ve çeşitlenerek varlığını sürdürmektedir.

Pappenheim yabancılaşma olgusunun tarih boyunca var olduğunu kabul etmiştir, ancak hiçbir zaman kendi çağındaki kadar, yani yirminci yüzyıldaki kadar sistemli ve güçlü olmadığını ifade etmiştir. Aynı vurguyu, kendi çağdaşları arasında yabancılaşmaya eğilen düşünürlerin hemen

hepsi yapmaktadır. Bu vurgular bugünün sosyal medya çağında da geçerlidir. Yabancılaşma var olmuş ve olmaya da devam edecektir, önemli olan husus onu bir yazgı gibi kabullenmektense, onunla savaşmak, onu değiştirebilmek veya ondan kurtulmak için yollar aramaktır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür.

KAYNAKÇA

Adorno, T. (2011). *Kültür Endüstrisi*. (E. Gen, N. Ülner, ve M. Tüzel, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Akkuş, U. (2011). George Lukacs ve İnsanın Şeyleşmesi. *Koridor Dergisi*, 5(21), 41-46.

Ateş, T. (2022). *Heidegger - Tekniğin Yolu Varlığın Sonu*. sentezfikir.wordpress: <https://sentezfikir.wordpress.com/2022/12/15/heidegger-teknigin-yolu-varligin-sonu/> adresinden alındı , (Erişim Tarihi: 18 Mart 2023).

Ateş, T. (2022). *Pappenheim'in Yabancılaşma'sı Üzerine*. SentezFikir: <https://sentezfikir.wordpress.com/2022/08/01/pappenheimin-yabancilasmasi-uzerine/>, (Erişim Tarihi: 5 Nisan 2023).

Aydoğan, E. (2015). Marx ve Öncülerinde Yabancılaşma Kavramı. *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 54, 273-282.

Baudrillard, J. (2016). *Kötülüğün Şeffaflığı*. (I. Ergüden, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baudrillard, J. (2016). *Tüketim Toplumu*. (F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baudrillard, J. (2022). *Simülakr ve Simülasyon*. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğubatı Yayınları.

Bauman, Z. (1997). *Özgürlük*. (V. Erenus, Çev.) İstanbul: Sarmal Yayınları.

Behar, R. (2007). Endüstri İşletmelerinde Çalışma Koşullarının İşgörenler Üzerindeki Yabancılaşma Etkisi ve Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Berger, P. ve Luckmann, T. (2018). *Gerçekliğin Sosyal İnşası*. (V. S. Öğütte, Çev.) Atıf Yayınları.

Curtis, A. (Yöneten). (2002). *Ben Devri* [Sinema Filmi].

Debord, G. (2021). *Gösteri Toplumu*. (A. Ekmekçi, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Duman, Z. (2018). *Tüketim Sosyolojisi*. Ankara: Anı Yayıncılık.

Durkheim, E. (2006). *Toplumsal İşbölümü*. (Ö. Ozankaya, Çev.) İstanbul: Cem Yayınevi.

Durning, A. (1992). *Ne Kadarı Yeterli*. (S. Çağlayan, Çev.) Ankara: Tübitak Yayınları.

Ekmekçi, A. (2004). 20-40 Yaşlar Arası Dini Hayatın İşleyişinde Anomi Problemi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi.

Erdoğan, İ., ve Alemdar, K. (1990). *İletişim ve Toplum*. Ankara: Bilgi Yayınevi.

- Ergil, D. (1978). Yabancılaşma Kuramına İlk Katkılar. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 33(3), 93-98.
- Ergüden, M. (2015). *Hegemonya ve Politik Toplum*. Ankara: Phoenix Yayınları.
- Erkal, M. (1997). *Ansiklopedik Sosyoloji Sözlüğü*. İstanbul: Der Yayınları.
- Fromm, E. (2003). *Sahip Olmak ya da Olmak*. (A. Arıtan, Çev.) İstanbul: Arıtan Yayınevi.
- Horkheimer, M. (2011). *Akıl Tutulması*. (O. Koçak, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kain, P. (2008). Hegel'in Görüngübilimi'nde Bireyin Özgürlüğü, Gücü ve Kültürel Yapılanması. *Monokl: Hegel Özel Sayısı*, 2(4), 148-159.
- Karagülle, A., ve Çaycı, B. (2014). Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma. *The Turkish Online Journal of Design*. 4(1), 1-9.
- Kırman, T., ve Atak, H. (2020). Yabancılaşma: Kavramsal ve Kuramsal Bir Değerlendirme. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 279-295.
- Lucaks, G. (1998). *Tarih ve Sınıf Bilinci*. (Y. Öner, Çev.) İstanbul: Belge Yayınları.
- Marx, K. (2014). *1844 El Yazmaları*. (M. Belge, Çev.) İstanbul: Birikim Yayınları.
- Marx, K. ve Engels, F. (2000). *Ekonomik ve Felsefi El Yazmaları*. İstanbul: Birikim Yayınları.
- Ollman, B. (2008). *Yabancılaşma*. (A. Kars, Çev.) İstanbul: Yordam Kitap.
- Pappenheim, F. (2002). *Modern İnsanın Yabancılaşması*. (S. Ak, Çev.) Ankara: Phoenix Yayınları.
- Simmel, G. (2019). *Modern Kültürde Çatışma*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Swingewood, A. (1998). *Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi*. (O. Akınhay, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat.
- Şentürk, B. (2016). Marksist Kurama Bir Katkı: Lukacs'ın İdeoloji Kavramsallaştırması. *Kilikya Felsefe Dergisi*, 3(2), 39-51.
- Zehar, R. (1999). *Sömürgecilik ve Yabancılaşma*. İstanbul: İnsan Yayınları.