ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

İNTERNET VE SOSYAL AĞLAR DOLAYIMLI GÜNDELİK YAŞAM PRATİKLERİ: ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI (ANADOLU ÜNİVERSİTESİ ÖZELİNDE FEN FAKÜLTESİ, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ VE PORSUK MESLEK YÜKSEKOKULU ÖRNEKLERİ)

Ozan YILDIRIM

(Yüksek Lisans Tezi)
Eskişehir, 2014

İNTERNET VE SOSYAL AĞLAR DOLAYIMLI GÜNDELİK YAŞAM PRATİKLERİ: ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

(ANADOLU ÜNİVERSİTESİ ÖZELİNDE FEN FAKÜLTESİ, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ VE PORSUK MESLEK YÜKSEKOKULU ÖRNEKLERİ)

Ozan YILDIRIM

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Basın ve Yayın Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Erdal DAĞTAŞ

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Haziran, 2014

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Ozan YILDIRIM'ın, "İnternet ve Sosyal Ağlar Dolayımlı Gündelik Yaşam Pratikleri: Üniversite Gençliği Üzerine Bir Alan Araştırması (Anadolu Üniversitesi Özelinde Fen Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İletişim Bilimleri Fakültesi ve Porsuk Meslek Yüksekokulu Örnekleri)" başlıklı tezi **19 Haziran 2014** tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, **Basın ve Yayın** Anabilim Dalında, **yüksek lisans tezi** olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı)	:	**Doç.Dr.Erdal DAĞTAŞ**
Üye	:	**Prof.Dr.A.Haluk YÜKSEL**
Üye	:	**Prof.Dr.Ömer ÖZER**

Prof.Dr.B.Zafer ERDOĞAN
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Yüksek Lisans Tez Özü

İNTERNET VE SOSYAL AĞLAR DOLAYIMLI GÜNDELİK YAŞAM PRATİKLERİ: ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI (ANADOLU ÜNİVERSİTESİ ÖZELİNDE FEN FAKÜLTESİ, İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ, İLETİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ VE PORSUK MESLEK YÜKSEKOKULU ÖRNEKLERİ)

Ozan YILDIRIM
Basın ve Yayın Anabilim Dalı
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Haziran 2014
Danışman: Doç Dr. Erdal Dağtaş

Bu çalışmada, internet ve sosyal dolayımlı gündelik yaşam pratikleri tartışmaya açılmıştır. Geçmişten günümüze, internet teknolojilerinin göstermiş olduğu gelişmeler ele alınarak; yeni teknolojilerin olumlu ve olumsuz özellikleri irdelenmiştir. Enformasyonel kapitalizm ile birlikte, bilgi teknolojilerinin güdümünde işleyen gündelik yaşam içerisinde; internet teknolojilerinin ne gibi etkileri olduğu tartışılmıştır. Kuramsal tartışmalar ve çalışmanın amaç soruları doğrultusunda belirli tematik kategoriler oluşturulmuştur. Bu kategoriler, Anadolu Üniversitesi'nden örneklem olarak seçilen öğrencilerle yapılan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerin bulgularına göre değerlendirilmiştir.

Anahtar kelimeler: İnternet, sosyal ağlar, gündelik yaşam, gençlik kültürü

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Abstract

INTERNET AND EVERYDAY LIFE PRACTICES WITH A SOCIAL MEDIATION: A FIELDWORK ABOUT THE YOUTH (THE EXAMPLES OF FACULTY OF SCIENCE, FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, FACULTY OF COMMUNICATION SCIENCES AND PORSUK VOCATIONAL HIGH SCHOOL IN ANADOLU UNIVERSITY)

Ozan YILDIRIM

Department of Journalism

Anadolu University of The Graduate School of Social Sciences, June 2014

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Erdal Dağtaş

In this study, internet and everyday life practices with a social mediation are came up for discussion. From past to the day, technologies of internet which demonstrate developments are came up, and the positive and negative features of internet are examined. With the capitalism which carries the informational characteristic, what kind of affects that internet technologies have is discussed in the frame of everyday life which is handled with information technologies. Towards the notional discussions and the study's objective questions, particular thematic categories are constituted. This categories are evaluated according to the indications of semi- structured conversations which are done with the students who are chosen as a sample from Anadolu University.

Key words: Internet, social networks, everyday life, youth culture

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

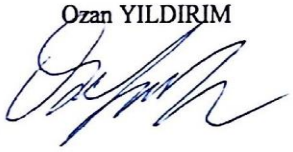
19/06/2014

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tez çalışmasının bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmanın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumunda bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim.

Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlâki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Ozan YILDIRIM



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Önsöz

Tezin ilk aşamasından başlayarak; savunma jürisine kadar geçen zamanda, eleştirileri ve katkılarıyla yanımda olan başta danışmanım Doç. Dr. Erdal Dağtaş'a, savunma jürisindeki katkıları dolayısıyla, Prof. Dr. Ahmet Halûk Yüksel'e ve Prof. Dr. Ömer Özer'e teşekkürlerimi sunuyorum.

Erdal Dağtaş'a akademisyenliği, insanlığı ve üzerimde olan emekleri için ayrıca teşekkür ederim.

Canım, can yoldaşım Deniz Marmasan. Açıkçası onun katkılarını yazıya dökmek çok zor. Manevi ve maddi desteklerinden ötürü kendisine bir ömür boyu teşekkürlerimi sunuyorum.

Ve ailem. Babam Halil Yıldırım, annem Melek Yıldırım, ablam Buket Yıldırım Güldiken ve yeğenim İsfahan Güldiken'e ne kadar teşekkür etsem azdır. İyi ki varsınız.

Ozan YILDIRIM

Haziran, 2014

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Özgeçmiş

Ozan YILDIRIM

Basın ve Yayın Anabilim Dalı
Yüksek Lisans

Eğitim

Ls. 2010 Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi (İBF), İletişim Bölümü

Lise 2005 Söke Hilmi Fırat Anadolu Lisesi

Kişisel Bilgiler

Doğum yeri/yılı: İstanbul/1987 Cinsiyet: Erkek Yabancı dil: İngilizce

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

İçindekiler

Sayfa

Jüri ve Enstitü Onayı ..... **ii**
Öz ..... **iii**
Abstract ..... **iv**
Etik İlke ve Kurallara Uygunluk Beyannamesi ..... **v**
Önsöz ..... **vi**
Özgeçmiş ..... **vii**
Şekiller Listesi ..... **xii**

Giriş

1. Konunun Tanımlanması ve Problem **1**

2. Amaç **7**

3. Önem **8**

4. Yöntem ve Sınırlılıklar **9**

Birinci Bölüm

Kapitalizmin Gelişim Evreleri, Küreselleşme ve Ağ Toplumu Tartışmaları

1. On Sekizinci ve On Dokuzuncu Yüzyıllarda Kapitalizmin Gelişim Süreci **11**

1.1. Sanayi Devrimi ve Liberalizmin Yükselişi **11**

1.2. Sermaye Birikimi ve Kapitalist Örgütlenme **14**

1.3. Tarihsel Kapitalizm ve Değişen Toplumsal Yapı **18**

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

2. Yirminci Yüzyıldan Günümüze Kapitalizm 20

2.1. Fordist ve Post-fordist Üretim Biçimleri 21

2.2. Yabancılaşma ve Boş Zaman 26

3. Küreselleşme ve Enformasyon Toplumu 29

3.1. Yeni İletişim Sistemleri ve Teknolojik Devrim 29

3.2. Enformasyon Toplumu Tartışmaları 33

4. İnternet, Sosyal Ağlar ve Yeni Medya 39

4.1. İnternetin Ortaya Çıkışı ve Etkileri 39

4.2. Web 1.0, 2.0 ve 3.0 Teknolojileri 42

4.3. Yeni Medya Ortamları ve Sosyal Ağlar 44

İkinci Bölüm

Ağ Toplumu Tartışmaları Bağlamında Biçim Değiştiren Tüketim Toplumu, Gündelik Yaşam ve Gençlik kültürü

1. Tüketim Kültürü, Gündelik Yaşam ve İnternet 51

1.1. Tüketim Kültürü Tartışmaları 52

1.2. Gündelik Yaşam Pratikleri 57

1.3. İnternet, Yeni Medya Araçları ve Sosyal Ağlarda Tüketim Kültürü Dolayımlı Gündelik Yaşam 61

2. Gençlik Kültürü ve İnternet 67

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

2.1. Endüstri Toplumundan Bilgi Toplumuna Değişen Gençlik Kültürü 67

2.2. İnternet ve Gündelik Yaşamdaki Risk Faktörleri..... 72

Üçüncü Bölüm

Üniversite Gençliğinin İnternet ve Sosyal Ağlar Dolayımlı Gündelik Yaşam Pratiklerinin Çözümlenmesi

1. Araştırma Konusuna İlişkin Literatürdeki Diğer Araştırmaların Değerlendirilmesi 78

2. Sosyal Ağlar, Alışveriş ve Haber Sitelerine İlişkin Çözümlemeler 82

2.1. Facebook ile Büyüyen Kuşaklar 82

2.2. Twitter: 140 Karektere Sığan Yaşam Biçimleri 84

2.3. Youtube ve Myspace: Görüntüyü Tüketen Yapılar..... 87

2.4. Gittigidiyor, Trendyol ve Morhipo: Enformasyonel Kapitalizm Çağında Tüketim 90

2.5. Haber Siteleri ve Gündelik Yaşam 93

3. Bulgular ve Yorumları 95

3.1. İnternet ve Yeni Medya Araçlarının Kullanım Amaçları 95

3.2. Gündelik Yaşamda İnternet Mecralarıyla Dolayımlanan Kimlikler 100

3.3. İnternet Bağımlılığı 110

3.4. Gündelik Haber Takibinin Değişimi 120

3.5. İnternet Mecraları ve Tüketim 132

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

3.6. İnternetin Riskli Dünyası..... 144

3.7. İnterneti Eleştirel Okuyabilmek 154

Sonuç ve Değerlendirme..... 163

Ekler..... 170

Kaynakça 172

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Şekiller Listesi

Şekil 1. Profil Sayfası 83

Şekil 2. Haber Akış Sayfası 83

Şekil 3. Bireysel Kullanıcı Ana Sayfa Örneği 85

Şekil 4. Türkiye "Trend Topic" Sayfa Örneği 86

Şekil 5. Bir Hizmet Firmasının Müşteriye Eşzamanlı Olarak Cevap Verme Örneği 86

Şekil 6. Bireysel Kullanıcı Youtube Ana Sayfası 88

Şekil 7. Youtube Sitesi Üzerinden Karşılıklı Yorumlar 89

Şekil 8. Myspace Ana Sayfası 89

Şekil 9. Gittigidiyor Sitesi Ana Sayfası 91

Şekil 10. Trendyol Sitesi Ana Sayfası 92

Şekil 11. Morhipo Sitesi Ana Sayfası 92

Şekil 12. NTVMSNBC.COM Haber Sitesi Ana Sayfası (22.05.2013) 93

Şekil 13. CNNTURK Haber Sitesi (22.05.2013) 94

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Giriş

1. Konunun Tanımlanması ve Problem

On sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıllar, dünya tarihi açısından çok önemli gelişmelere sahne olmuştur. Sanayileşmenin hız kazandığı bu zaman dilimlerinde, birçok teknolojik ve bilimsel gelişmenin ortaya çıktığı gözlemlenmiştir. Teknoloji ve bilimin gelişmesi, dünya çapındaki askeri amaçlı ilerleme düşüncesinin nedeni olarak yorumlanabilir. Kuşkusuz, sömürge hareketlerinin hızlanması ve savaşlar, teknolojinin gelişmesine etki eden önemli öğelerden biri olmuştur. Dünya genelinde teknolojiyi geliştiren ve tekelinde bulunduran ülkeler, diğer ülkelere hem askeri hem de kültürel bağlamda üstünlük sağlamıştır. Bu durum, beraberinde *kültürel emperyalizmi* doğurmuştur. Bunların yanı sıra, teknoloji ve bilimde yaşanan önemli gelişmeler, bireylerin gündelik yaşam pratiklerini de etkilemiş ve bu pratikleri değiştirip, dönüştürmeye başlamıştır.

Teknolojinin gelişimi sadece savaşlarda, çalışma yaşamında ve ulaşımda kendisini göstermemiştir. Bununla birlikte, kitle iletişim araçları da teknolojik özelliklerini arttırarak gelişmeye başlamıştır. Bilgi alma, iletişim, eğlence vb. amaçlarla kullanılan bu araçlar, gelişerek bireylerin gündelik yaşamlarında merkezi bir rol oynamaya başlamıştır.

On yedinci yüzyılda ortaya çıkan, on sekizinci yüzyılda ise kullanımı yaygınlaşan gazete ile bireyler; kahve, salon, meydan vb. yerlerde toplanarak günlük haber gereksinimlerini gidermeye çalışmıştır. Baskı maliyetlerinin düşmesiyle gazete; bireyler tarafından evde, toplu taşıma araçlarında ve gündelik yaşamın sürdüğü her yerde izlenilen bir kitle iletişim aracına dönüşmüştür. 1898 yılında icat edilen radyo ise, evlerde hem haber ve söylev hem de müzik dinleme aracı olarak kullanılırken; gündelik yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Televizyonun icadı ise, kitle iletişim tarihinde en önemli devrim olarak görülmektedir. 1929 yılında icat edilen televizyon, yaygınlaşarak evlere girmiştir. Bireyler arasında televizyonun yoğun kullanımı, gündelik ilişkilerin televizyona göre yaşanıp sürdürülmesine neden olmuştur. Aile içi

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

ilişkilerin değişmesinde de, televizyonun önemli etkileri olmuştur. Sesle birlikte, görüntünün de sağlandığı televizyon, toplumdaki birçok unsuru değişikliğe uğratmıştır. Artık, insanlar kendi doğrularını, beğenilerini ve yaşam biçimlerini televizyon ile öğrenip sürdürmeye başlamıştır. Kuşkusuz, televizyonun uzun ve kısa dönemli etkilerini inceleyen çalışmalar, kitle iletişim tarihinin en önemli araştırma konularını oluşturmuş ve oluşturmaya devam etmektedir.

Bununla birlikte, çağımızı dönüştüren iletişimin anlık, bilginin sınırsız olmasına neden olan *internet* ile ilgili yapılacak araştırmalar da, günümüz bilgi çağında büyük önem taşımaktadır. Çünkü internet, gündelik yaşamın her alanında kullanılır hale gelmiş ve kullanım alanlarını günümüzde de arttırmayı sürdürmektedir. Bireyler, gündelik yaşamlarını teknolojiyle iç içe geçirirken; kendi yaşamları için yeni görünümler ve yaşam alanları yaratırlar. Ancak, bireyler bu durum içerisinde yaratıcı değil; internet aracılığı ile basit müşterilere dönüşmektedirler (Bakardjieva, 2005: 37). Günümüzde internet kullanımı, belirli ölçülerde özgür düşünceyi ve sınırsızlığı getirmektedir. Öte yandan, internetin de belirli bir sahiplik yapısı bulunmaktadır ve bu durum bireylerin yapmış oldukları seçimlere doğrudan etki etmektedir.

Günümüzde teknoloji, hızlı bir şekilde gelişip üretilirken; eşzamanlı olarak da tüketilmektedir. İçerisinde bulunduğumuz çağ, birçok akademisyen ve düşünür tarafından "bilgi çağı" olarak tanımlanmaktadır. Bilgi çağında; bilgiye ulaşmak ve yaşamı daha rahat hale getirmek için internet kullanımı bir gereklilik olarak sunulmaktadır. Askeri amaçlı oluşturulan internet; günümüz kapitalizmi içinde değişen ve dönüşen gündelik yaşamda, bireylerin yoğun şekilde kullandığı bir ortam haline gelmiştir. Bu yoğun kullanım, bireylerin internete olan bağımlılıklarını da arttırmıştır. İnternet kullanımıyla birlikte, gündelik yaşam ilişkileri büyük ölçüde değişikliğe uğramıştır. Artık, insanlar, kendilerini farklı bir şekilde algılayıp ifade etmekte; gereksinimler ve ilişkiler de farklı şekillerde oluşmaktadır.

İnternet; bireylerin nasıl iletişim kurduğuna, nasıl çalıştığına ve serbest zamanlarını nasıl geçirdiklerine doğrudan etki etmiştir. Birçok çalışma, internetin gündelik yaşamın ritmi haline geldiğini gösterirken; bireyler, gündelik yaşamın sürdüğü her yerde internetle iç içe olmaktadırlar (Wellman vd., 2002). Günümüzde bireyler, sadece evlerinde değil; taşınabilir aygıtlarla gündelik yaşamın aktığı her yerde internete erişebilmektedirler. Henri Lefebvre (1998), gündelik yaşamın küreselleşme, devlet,

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

teknik ve teknolojik gelişmeler içerisine yerleştirilmesi gerektiğini söylemektedir. Lefebvre'den hareketle, gündelik yaşamın değişmesine teknolojinin ilerlemesi doğrudan etki etmiştir. Özetle, günümüzde internet, gündelik yaşamın en önemli dönüştürücüsü olmuştur.

İnternet teknolojileri[1], *web 1.0* ile başlamıştır. Web 1.0 teknolojisi, bireylere sadece internet üzerindeki metinlere ulaşma, görme ve okuma olanağı vermiştir. Web 1.0 internet ortamında, sadece internet sitesini yayınlayanlar ve sitelerdeki bilgileri okuyanlar bulunmaktadır. Bu web anlayışının özünde, bir içerik yayınlayıcı; bir de içerik okuyucu bulunur. Web 1.0 teknolojisinde, site ziyaretçileri arasında herhangi bir etkileşim ve iletişim olmamaktadır. Ayrıca, kullanıcıların içeriğe müdahalesi söz konusu değildir. Günümüz internet çağında, web 1.0; gelişmemiş bir internet ortamı olarak görülmekte ve sosyal ağ oluşumuna olanak tanımamaktadır.

İnternet üzerindeki sosyal ağların oluşumu ise, *web 2.0* teknolojisi ile gerçekleşmiştir. Web 2.0 ile, internet üzerinde kullanıcıların karşılıklı etkileşimi ve internet üzerindeki içeriklere müdahale edebilme olanağı mümkün olmuştur. Web 2.0, internetin her alanının gelişmesini sağlamış, sınırsız bilgiye ulaşmanın yanı sıra; bilgiyi değiştirme ve bilgi kaynağı olabilme gibi durumlar da gerçekleşmiştir. Web 2.0, internet üzerinde etkileşimli, bütün kullanıcıların duygu ve düşüncelerini paylaşmalarına olanak sunan web ortamlarının oluşturulmasını sağlamıştır. Günümüzde, bireysel internet kullanıcılarının web programlama dillerini bilmelerine gerek kalmamıştır. Artık, bireyler; kendilerine özgün web siteleri hazırlayabilmekte, bilgi kaynaklarını paylaşabilmekte ve site ziyaretçileriyle etkileşime girebilmektedir.

Web 2.0 wikiler, bloglar, mikro bloglar, video ya da fotoğraf paylaşım siteleri gibi bireysel kullanıcıların, diğer kullanıcılar için ziyaret ettikleri ya da kullandıkları internet ortamlarıdır. Kısacası, web 2.0, internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak yarattığı sistemlerdir. Günümüzde, sosyal ağ siteleri her yaş grubundan yurttaşlar tarafından kullanılmaktadır. Sosyal ağ siteleri, bu siteleri kullanan kullanıcılara, profillerini toplumla paylaşmalarına aracılık etmektedir. Bu sitelerdeki kişiselleştirme özellikleri arttıkça, bireylerin internet ortamında paylaştığı bilgiler de artmaktadır. Kaldı ki, *facebook, twitter* vb. sosyal ağlarda; bireylerin, kişisel bilgilerini yoğun şekilde paylaştıklarını söylemek de mümkündür.

[1] İnternet teknolojilerinin tarihsel gelişimi, çalışmanın 39-51. sayfaları arasında ayrıntılı bir şekilde irdelenmiştir.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Sosyal ağlar ve internet, gündelik yaşamı dönüştürmüştür. Ayrıca, toplumsal yaşamın farklı bir şekilde değişmesine neden olmuştur. Günümüzde, sosyal ağlar ve internet ortamına erişmemiz için gerekli olan yeni medya araçları bedenin bir uzantısı haline gelmiştir. Gündelik yaşamda, yeni medya araçlarının yoğun bir şekilde kullanımı; toplumun sosyal ağlar şeklinde tanımlanmasına yol açmıştır. Kaldı ki, insanlar, sosyal ağlar içerisinde kendilerini tanımlamakta ve kimliklerini bu ağlar aracılığıyla diğer kişilere aktarmaktadır.

Sosyal paylaşım ağları, kendine özgü bir kültür oluşturmakta ve bu kültürün devamlılığını sağlamaktadır. Kültürler, iletişim süreçlerinden oluşur. "Bütün iletişim biçimleri de, Roland Barthes ve Jean Baudrillard'ın bize yıllar önce öğrettiği [söylediği] gibi, göstergelerin üretimine ve tüketimine dayanmaktadır" (Castells, 2005: 497). Ayrıca, yeni iletişim sistemleri, yoğun bir şekilde sembollere dayandığı için, gerçek sanallığı da inşa etmektedir (Castells, 2005). Sosyal paylaşım ağları içerisinde bireyler; *gerçek sanallığı*[2] inşa ederek bunu sürdürmektedirler.

İnternet ve sosyal ağların, geliştirici, bilgilendirici ve olumlu yönlerinin olduğunu söylememiz gerekmektedir. Ne var ki, internetin ve sosyal ağların gözden geçirilmesi ve üzerinde düşünülmesi gereken olumsuz yanları da bulunmaktadır.

George Orwell'ın *1984* isimli romanında, teknolojinin insan özgürlüğünü sınırladığından söz edilmektedir. Günümüzde, sosyal ağlar ve internet de bazı özgürlükleri sınırlayarak, yurttaşların belirli kalıplar içerisinde yaşamasına neden olabilmektedir. Artık, insanlar gün içerisinde evden çıkmamakta ve gündelik yaşamlarının büyük bir bölümünü sosyal ağlarda geçirmektedir. Bunun yanı sıra, internet ve sosyal ağlar, "elektronik bir göz" tarafından izlenmemize de yol açmaktadır.

Kapitalizmin gündelik yaşam içerisine sunduğu her ürün, tüketim kültürü dinamikleri içerisinde yer alarak kitleler tarafından tüketilmektedir. Bu ürün ve uygulamalar, kültür endüstrileriyle birlikte bireylere gereksinimleriymiş gibi sunulmaktadır. Bu durum, bu ürün ve uygulamaları tüketen bireylerin her geçen gün

[2] *Gerçek sanallık*: Gerçeklik algısının, sosyal ağlar üzerinden yaşanması anlamına gelmektedir. Ağ toplumlarıyla birlikte, gerçeklik; sanal ortamlarda yaşanmaya başlanmıştır. Bireyler, sanal ortamları gerçek(miş) gibi algılarlar ve yaşamlarını bu ortamlar aracılığıyla sürdürmeye devam ederler. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Castells, M. (2005). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür. Birinci cilt: Ağ toplumunun yükselişi*. (Çev: E. Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, ss. 437-502.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

daha fazla artmasına neden olmaktadır. *İnternet*, *yeni medya araçları* ve *sosyal ağlar* da kapitalizm içinde gelişerek, bir nesne, bir ürün gibi tüketilmeye başlanmıştır. Günümüzde, internete ulaşmak için erişim özelliklerine göre belirli miktarlarda ücret ödemek gerekmektedir. Bunun yanı sıra, sosyal ağlarda oluşturduğumuz profil bilgilerimize ulaşan çokuluslu şirketler ve büyük markalar, kişiye özel reklam uygulamalarıyla bireyleri tüketime yönlendirebilmektedir. Ayrıca, yeni medya araçları olarak nitelendirilen; ipad, akıllı telefon vb. araçların da maliyetleri oldukça yüksektir.

Dünyamızı çevreyelen tüketim kültürü; sürekli tüketmek, tükettiğini hemen atmak ve yerine bir başkasını tüketmek olarak şekillenmektedir. Paul Virilio'ya (2003) göre, tüketim toplumu ve kültürü enformasyon teknolojileriyle daha da yaygınlaşmıştır. Virilio, hızlandırılmış iletişim araçlarının; yükselen yeni bir iktidar biçimini oluşturduğuna vurgu yapmaktadır.[3] Yükselen bu yeni iktidar biçimi, sosyal ağlar ve interneti denetim altında tutarak; bireylerin eylemlerini doğrudan yönlendirmektedir.

Tüketim kültürü, gündelik yaşamın içine nüfuz ederek hegemonyasını sürdürmeye devam etmektedir. "Gündelik yaşam, artık, bilinçlerin tüketim, boş zaman, uyum, özgürlük, yanılsama vb. etkenlerle koşullandırıldığı, bürokratik yönlendirme araçlarıyla büyük ölçüde devinimci enerjiden yoksun bırakıldığı ölü, boğucu ve yabancılaştırıcı bir alandır" (Köse, 2010: 290). Günümüzde sosyal ağlar ve interneti, gündelik yaşamdan bağımsız bir şekilde düşünmek mümkün değildir. Lefebvre'ye (1998) göre de, genel olan tüketim olgusunu kavrayabilmek için, gündelik yaşamın doğasında gerçekleşen dönüşümleri anlamlandırabilmek gerekmektedir. Kısacası, gündelik yaşamda yoğun bir kullanım alanına sahip olan internet ve sosyal ağların tüketim kültürü ile olan ilişkisini irdelemek bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır.

İnternet ve sosyal ağlara ilişkin birtakım eleştiriler yöneltilirken, *mahremiyet* kavramının da göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Ali Toprak ve diğerlerine göre (2009), sosyal paylaşım ağları mahremiyeti ihlal etmekte ve bireylerin daha görünür hale gelmesine neden olmaktadır. Toplumsal paylaşım ağlarında gerçekleşen etkileşim halleri, bireyler arası etkileşim hallerinden oldukça farklı bir şekilde yapılanmıştır. İnsanlar artık, yeni medya araçları dolayımıyla diğer bireylerle ilişki kurmaktadır.

[3] Devlet ve devletin kurumları, elektronik kitle iletişim araçları ve internetin denetimini ellerinde bulundurmaktadır. Bu yüzden, iktidar tarafından sürekli gözetlenen ve yönlendirilen bireyin yaptığı tercihler, özgür bir karar alma süreci olarak değerlendirilemez.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

İletişim ve denetim arasındaki bağlantı, sosyal paylaşım ağlarında da kendisini göstermektedir. "İletişim ile denetim arasındaki bu ilişki iletişim alanında gerçekleşen her yeniliğin, ilerlemenin anında denetime uyarlanmasının, denetim çıkarına kullanılmasının yolunu açmaktadır. İktidarın her an her yerde her şeyi denetlemek, gözetlemek arzusu iletişim teknolojilerinin de temelde bu arzuya yönelik kullanımı getirmiştir" (Toprak vd., 2009: 156). Ancak, bireyler, sosyal paylaşım ağlarının bu olumsuz özelliklerinin farkına varmadan; bu ağlar üzerinde varolmayı yoğun bir şekilde sürdürmektedir.

Sosyal paylaşım ağları içinde yer almak ve yeni çıkan her teknolojiyi kullanmak, popüler kültür dinamikleri içerisinde yer almayı gerektirmektedir ya da zorunlu kılmaktadır. Popüler kültür, kendisi gibi olmayanı marjinalleştirip, görmezden geldiği için; bireyler, toplumun çoğunluğunun benimsediği davranışları gerçekleştirmeyi sürdürmektedir. Özellikle genç nüfusun, toplum içerisinde popüler hale gelen her ürüne ulaşmak; böylelikle, yaşıtlarından yaşam biçimleri açısından geri kalmamak istediğini söyleyebilmek mümkündür.

Sanayi devrimi sonrasında gerçekleşen teknolojik devrimle birlikte, iletişim teknolojileri alanında da önemli gelişmeler yaşanmıştır. Özellikle internet, yeni medya araçları ve sosyal ağların gündelik yaşama girmesi, toplumsal dinamikleri, yaşam biçimlerini ve iletişimi doğrudan etkilemiştir. İnternet ve sosyal ağlar, içerisinde barındırdıkları özellikleri her geçen gün arttırmaktadır. Bu durum ise, internet, yeni medya araçları ve sosyal ağların kullanımını daha da cazip hale getirmektedir.

Yapılan araştırmalar[4] ve gözlemlerden hareketle; internet ve sosyal ağlar; genç nüfus ve özellikle *üniversite gençliği* tarafından yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. *Dijital yerliler*[5] olarak bu çağın içerisine doğan genç nüfus, enformasyon toplumu dinamiklerine kolay bir şekilde uyum sağlamış; *internet*, *yeni medya araçları* ve *sosyal ağları* yoğun bir şekilde kullanmaya başlamıştır. Sosyal ağlarda yer alma, çevirimiçi haber, dergi, gazete okuma, oyun, müzik, film indirme ile mal ve hizmetler hakkında

[4] İlgili araştırmalar, çalışmanın çözümleme bölümünün başında ayrıntılı bir şekilde tartışılmıştır.
[5] *Dijital yerli*, Manuel Castells'in *Ağ Toplumunun Yükselişi* kitaplarında ortaya attığı bir kavramdır. Doğduğu andan başlayarak bilgisayar, cep telefonu ve internet ile büyüyen insanlar için kullanılmaktadır. Kavram, günümüzde ise, genellikle 1980 ve sonrasında doğan insanlar için kullanılmaktadır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

bilgi arama; gençlerin[6], internet üzerinden gerçekleştirdikleri en yoğun etkinlikler olarak gözlemlenmektedir.[7]

Sözü edilen vurgu noktaları çerçevesinde, bu çalışmanın *sorunsalını*; üniversite gençliğinin, internet, yeni medya araçları ve sosyal ağlar dolayımlı gündelik yaşam pratiklerinin neler olduğunun saptanması ve yorumlanması oluşturmaktadır.

2. Amaç

Bu çalışmanın amacı, günümüzde değişen ve dönüşen gündelik yaşam içerisinde; *internetin, yeni medya araçlarının* ve *sosyal ağların* nasıl konumlandığını ortaya çıkarmaktır. Ayrıca, küreselleşme ve enformasyon toplumlarıyla birlikte ortaya çıkan, internet, yeni medya araçları ve sosyal ağların; üniversite gençliğinin gündelik yaşam pratiklerine ne yönde etki ettiği de bu çalışmanın temel amaçları arasındadır. Bu genel amaçlar doğrultusunda, aşağıdaki sorulara yanıtlar aranmıştır:

1. İnternet, yeni medya araçları ve sosyal ağların kullanım amaçları nelerdir?
2. Yeni medya araçları (akıllı telefonlar, tablet, vb.), internet bağımlılığına ne yönde etki etmiştir?
3. İnternet, yeni medya araçları ve sosyal ağların kullanımıyla birlikte; insani ilişkiler ve kimlik oluşumları nasıl şekillenmiştir?
4. Günümüz üniversite gençliğinin, internet ve sosyal ağlardaki gündelik yaşam pratikleri nasıl gerçekleşmektedir?
5. İnternet, yeni medya araçları ve sosyal ağların yaygın kullanımı, üniversite gençliği tarafından nasıl değerlendirilmektedir?
6. Üniversite gençliğinin internet ve sosyal ağ sitelerini kullanımı, geleneksel medya (televizyon, radyo, gazete) tüketimlerini nasıl etkilemektedir?

---

[6] Çalışmanın sorunsalı, "üniversite gençliği" üzerine kurulmuştur. Bu yüzden, bundan sonraki bölümlerde vurgu yapılan genç/genç nüfus ve gençlik kültürü söylemleri; üniversite gençliği kavramını karşılayacak şekilde kullanılmıştır.

[7] Bu saptama, *Devlet Planlama Teşkilatı Bilgi Toplumu İstatistikleri* 2012 yılı verilerine dayanmaktadır. *Bilgi Toplumu İstatistikleri*, Devlet Planlama Teşkilatı'nın Türkiye İstatistik Kurumu'ndan aldığı veriler aracılığıyla oluşturulan ve internet üzerinden de yayınlanan bir kitapçıktır. Bilgi Toplumu İstatistikleri, her yıl hazırlanmaktadır. Bilgi Toplumu 2012 verilerinde, gençliğin internet kullanımı ile ilgili olarak ayrıntılı bilgiler sunulmuştur. 2013 yılı Bilgi Toplumu İstatistiklerinde ise, Türkiye genelinde; bilgisayar, internet kullanımı ile hanelerde internete erişim olanağı istatistiklerine yer verilmiştir. Araştırmanın sorunsalı "üniversite gençliği" üzerine kurulduğu için, 2012 verileri esas alınmıştır. *http://www.bilgitoplumu.gov.tr/Documents/1/Diger/Bilgi_Toplumu_Istatistikleri_2011.pdf*. (Erişim tarihi: 05.10.2012)

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

7. Gelişen ve değişen teknolojik araçlar ile internet, üniversite gençliğinin tüketim alışkanlıklarını nasıl etkilemiştir?
8. Üniversite gençliği, internet aracılığıyla oluşan risklere (kredi kartı dolandırıcılığı, taciz, hakaret, nefret söylemi) ne oranda dikkat etmektedir?

3. Önem

İnternet, sosyal ağlar ve gündelik yaşam pratikleri arasındaki ilişki yeni çalışılmaya başlanan bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet ve internet teknolojilerinin (özellikle bu çalışma bağlamında üniversite gençliğine) sağlamış olduğu yararlar bilinmektedir. Ancak, sözü edilen mecra ve araçların aynı oranda, gündelik yaşam içerisinde değerlendirilmesi gereken olumsuz yanlarının olduğu da göz ardı edilmemelidir.

İnternet, yeni medya araçları ve sosyal ağların kullanımına ilişkin, dünyada ve Türkiye'de yapılan ve sayıları hızla artan araştırmalar bulunmaktadır. Ancak, bu araştırmalar; gündelik yaşam-tüketim kültürü içerisinde gelişen internet, yeni medya araçları ve sosyal ağ kullanımına ilişkin açılımlar sunmamaktadır. Bununla birlikte, yapılan araştırmalarda genel olarak nicel verilerin sunulduğu ve yorumlandığı görülmüştür. Kuşkusuz, bu konuya ilişkin nicel veriler belli bir önem taşımaktadır. Ne var ki, internet, yeni medya araçları ve sosyal ağların gündelik yaşam ile tüketim kültürü arasındaki bağlantısının nitel olarak da değerlendirilmesi, konuyu toplumsal bağlamına uygun olarak değerlendirme açısından önem taşımaktadır.

İnternet ve sosyal ağ siteleri, genç nüfus tarafından yoğun şekilde kullanılmaktadır. Bu çalışma ise, üniversite gençliğinin yoğun şekilde kullandığı; sosyal ağ siteleri, haber siteleri ve alışveriş sitelerinin gündelik yaşamla olan ilişkisine yönelik açılımlar sunacağı için belli bir önem taşımaktadır.

Enformasyon teknolojilerinin yaşamımıza bu denli girmesi, günümüz tüketicisi ile tüketim toplumunu farklı bir noktaya taşımıştır. Üniversite gençliği arasında yoğun kullanım alanına sahip olan internet ve sosyal ağlar, gündelik yaşamın akışında önemli bir yer kaplamaktadır. Dolayısıyla, bu çalışmanın yapılması, internet ve sosyal ağlar üzerindeki gündelik yaşam pratiklerinin irdelenmesi açısından oldukça önemlidir. Kaldı ki, on sekizinci yüzyıldan günümüze, kapitalizmin gelişim evresi ve küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan enformasyon toplumu dinamiklerinin, üniversite gençliği üzerinde

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

nasıl bir etkide bulunduğunun çözümlenmesi de, bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Son olarak, bu çalışmadan elde edilen sonuçlar; konuyla ilgili farklı ve daha kapsamlı araştırmaların yapılmasını teşvik edici nitelikte olması açısından da önemlidir.

4. Yöntem ve Sınırlılıklar

Çalışmada, *yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme* yöntemi benimsenmiştir. Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerden elde edilen bulguların çözümlenmesinden önce; *facebook, twitter, myspace, youtube, gittigidiyor, trendyol, morhipo* ile genel olarak *haber sitelerinin (ntvmsnbc.com, cnnturk.com)* tarihsel gelişimi ve gündelik yaşam içerisindeki yerleri verilen örnekler eşliğinde değerlendirilmiştir. Burada sosyal ağ siteleri, alışveriş siteleri ve haber siteleri ile ilgili tarihsel ve toplumsal olarak genel bilgilerin verilmesi amaçlanmıştır. Dolayısıyla, sözü edilen internet siteleri ve sosyal ağlardaki mecraların bir anlamda *metinsel çözümlemeleri* gerçekleştirilmiştir.

İkinci aşamada ise, *Anadolu Üniversitesi Fen Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İletişim Bilimleri Fakültesi* ve *Porsuk Meslek Yüksekokulu*'nun her birinden bölüm farkı gözetilmeksizin seçilen *18-24* yaş arası *dört kadın* ve *dört erkek* öğrenciyle (toplam *32* öğrenciyle) yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılmış ve görüşmeler sırasında öğrencilerin rızasıyla ses kaydı gerçekleştirilmiştir. Öğrenciler seçilirken; *amaçlı örneklem tekniği* kullanılmış ve çalışmaya sadece *4. sınıf* öğrencileri dahil edilmiştir.[8] Özellikle 4. sınıf öğrencilerinin seçilmesinin temel nedeni ise, bu zamana kadar almış oldukları eğitim ve yaşama bakışlarında belli bir olgunluğa erişmiş olmalarıdır. Amaçlı örnekleme, zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların derinlemesine çalışılmasına olanak verir. Amaçlı örnekleme pek çok durumda, olgu ve olayların keşfedilmesi ve açıklanmasında yararlı olur (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 107). Dolayıyla, bu çalışmanın çözümleme bölümünde, amaçlı örnekleme tekniğinin kullanılması uygun bulunmuştur. Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerden elde edilen bulgular, *betimsel analiz* yaklaşımıyla çözümlenmiştir. Betimsel analiz yaklaşımıyla elde edilen bulgular ise, daha önceden belirlenen temalara göre özetlenmiş ve yorumlanmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2005:

[8] *Porsuk Meslek Yüksekokulu* iki yıllık eğitim veren bir programı olduğu için; bu öğrenciler, ikinci eşdeyişle, son sınıftan seçilmiştir.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

224). Uygulanan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler sonucunda elde edilen bulguların değerlendirilmesi; Anadolu Üniversitesi özelinde seçilen 32 kişilik araştırma grubu özelinde, üniversite gençliğinin internet ve sosyal ağlardaki gündelik yaşam pratiklerini ortaya çıkarmıştır.

Bazı noktalar ise, çalışmanın sınırlılığını oluşturmuştur. Öncelikle bu çalışma, Anadolu Üniversitesi özelinde *Fen Fakültesi*, *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, *İletişim Bilimleri Fakültesi* ve *Porsuk Meslek Yüksekokulu'ndan* örnek olarak seçilmiş öğrenciler ile sınırlıdır. Fakülte seçimi yapılırken, bir sosyal bilimler, bir de fen bilimleri alanından seçim yapılmıştır. Sosyal bilimler alanını temsilen İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, fen bilimlerini temsilen ise, Fen Fakültesi çalışmaya dahil edilmiştir. İletişim Bilimleri Fakültesi'nin çalışmaya dahil edilmesinin nedeni de; eğitim programları içerisinde, çalışmanın konu başlığını kapsayan nitelikte dersler olmasıdır. Ayrıca, bu çalışmanın kapsam ve öneminin *"iletişim çalışmaları"* alanından bağımsız olarak düşünülmesi söz konusu değildir. Son olarak ise, meslek yüksekokullarını temsilen, Porsuk Meslek Yüksekokulu çalışma kapsamına dahil edilmiştir.

Devlet Planlama Teşkilatı Bilgi Toplumu İstatistikleri 2012 yılı verilerine göre; Türkiye'de internet, en fazla 16-24 yaş arası genç nüfus tarafından kullanılmaktadır. Ayrıca, üniversite gençliği arasında bu kullanım; yüzde doksanlara kadar yükselmektedir. İnternet, en fazla sosyal ağlarda yer almak (facebook, twitter, chat, msn, skype vb.); ayrıca, gazete, dergi okumak ve mal-hizmetler hakkında bilgi almak için kullanılmaktadır. Bununla birlikte, son yıllarda, internet üzerinden alışveriş yapma oranları da artış göstermektedir. Bu bağlamda, sosyal ağ sitelerinden *facebook, twitter, myspace* ve *youtube,* alışveriş sitelerinden *gittigidiyor, trendyol* ve *morhipo* ile genel olarak *haber siteleri* çalışmanın sınırlılıkları çerçevesinde ele alınmış ve yorumlanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Birinci Bölüm

Kapitalizmin Gelişim Evreleri, Küreselleşme ve Ağ Toplumu Tartışmaları

1. On Sekizinci ve On Dokuzuncu Yüzyıllarda Kapitalizmin Gelişim Süreci

Toplumların genel yapısını anlayabilmek için sadece yakın geçmişi incelemek yeterli değildir. Günümüz toplumlarını oluşturan en önemli dinamiklerden biri olan internet ve sosyal ağların gelişimini ve gündelik yaşamdaki işleyişinin nasıl olduğunu anlayabilmek için; kapitalizmin gelişim evrelerini, küreselleşme çerçevesinde gerçekleşen ağ toplumu tartışmalarını ve sosyal ağlarla birlikte, yeni medya ortamlarının nasıl ortaya çıktığını irdelemek gerekmektedir.

Dünya tarihi açısından, on sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıllar önemli gelişmelere sahne olmuştur. Üretim biçimleri ve teknolojide gerçekleşen köklü değişimlerle birlikte, yaşamın her alanı da değişikliğe uğramıştır. Enformasyon toplumunun temelleri, on sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıllardaki gelişmelerin ışığında yükselmiştir. Bu temelleri daha iyi kavrayabilmek için, sırasıyla; "Sanayi Devrimi ve Liberalizmin Yükselişi", "Sermaye Birikimi ve Kapitalist Örgütlenme" ile "Tarihsel Kapitalizm ve Değişen Toplumsal Yapı" başlıkları çerçevesinde kapitalizmin tarihsel arkaplanına vurgu yapılmıştır.

1.1. Sanayi Devrimi ve Liberalizmin Yükselişi

Kapitalizmin ortaya çıkmasındaki en önemli etkenlerden biri olarak *sanayi devrimi* görülmektedir. Sanayi devriminin, dünya tarihi ve toplumları açısından birçok sonucu olmuştur. Teknolojik gelişmelerin hız kazanması, toplumsal sınıf yapılarındaki değişimler, sosyalizmin gelişmesi, kentleşme ve nüfus artışıyla birlikte oluşan *kitle toplumu* bu sonuçlar arasında sayılmaktadır.

Gordon Marshall, sanayi devrimi kavramsallaştırmasını, on sekizinci yüzyılın ikinci yarısından on dokuzuncu yüzyılın ilk yarısına kadar olan dönemde gerçekleşen

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

toplumsal, iktisadi, demografik ve teknolojik değişiklikleri irdelemek üzere kullanmıştır. Marshall, sanayi devriminin oluşumu ve devamında süregelen ekonomik, politik ve sosyolojik dinamikleri belli başlıklar altında toplamıştır. Bunlardan *birincisi,* demografik geçiştir. İmalat sanayilerindeki işgücü artışı ile hızla genişlemekte olan kentsel bölgelere gelen insan sayısındaki artış, yeni sanayi ve işçi sınıfının temellerinin oluşmasına neden olmuştur. *İkinci* olarak ise, taşımacılık ağlarında yaşanan devrimdir. On dokuzuncu yüzyılın ilk yarısında demiryolu sisteminin bulunması, malların kırsal bölgelerden kentlere daha kolay taşınmasını ve insanların seyahat ağlarının gelişip, sıklaşmasını sağlamıştır. Sanayi devrimi, tarımda da büyük gelişmelerin yaşanmasına yol açmıştır. Çiftçilik tekniklerini ilerleten teknolojik gelişmeler yaşanmış; böylelikle, çiftçiler daha varlıklı hale gelmiştir. Bu durum, orta sınıfla çiftçilerin yaşam biçimleri arasında benzerliklerin artmasına neden olmuştur. Dolayısıyla, bu iki sınıf arasındaki sınırlar azalmıştır. Sömürge pazarının ve ileri karakolların genişlemesiyle, çoğalan sermaye yatırımları imalat sanayilerini güçlendirmiştir. Denizaşırı ihraçlar önem kazanmıştır. Ayrıca, buhar gücündeki ilerlemelere bağlı olarak, teknolojik yenilikler ve gelişmeler de yaygınlaşmıştır (Marshall, 2003: 632-633).

Böylece sanayi devrimi, çalışma yaşamından toplumsal yaşama kadar pek çok alanı etkisi altına almıştır. Çalışma yaşamı, üretim biçimleri, toplumsal yaşam ve toplumsal sınıflar arasında gerçekleşen ilişkilerin değişmesi; bireylerin gündelik yaşamlarında da önemli değişimleri beraberinde getirmiştir.

Sanayi devrimi ardından temelleri atılan modern devletin ilk biçimi mutlakıyetçi monarşi ile başlamıştır. Mutlakıyetçi monarşi, kapitalizmin gelişim süreci içerisinde ortaya çıkmış ve sermaye birikimi için temel bir işlev üstlenmiştir. Kapitalizmin dinamizmi ve gelişme yasaları, her alanda yeni gelişmelerin yaşanmasına neden olmuştur. Bununla birlikte, modern devlet, sermaye birikiminde önemli bir işlev yüklenmiştir (Şaylan, 1995: 26). Dünya üzerinde kapitalizmin egemen bir sistem haline gelmesindeki en büyük etken, sermaye birikiminin sınırlandırılmadan sürdürülmesi olmuştur. Bu durumun en önemli destekleyicisi de, sanayi devrimi ardından gerçekleşen modern devlet politikalarıdır.

Sanayi devriminin temelinde, üretim ve ekonomi alanındaki değişiklikler bulunmaktadır. Siyasal alandaki değişim ise, devletin meşruiyet anlayışının temel haklar felsefesi üzerine kaymasıdır. Sanayi devrimini izleyen yıllarda, mutlakıyetçi monarşiler

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

çökerken; ulusal egemenlik anlayışına dayalı, meşruti monarşi ya da cumhuriyet tipi devletler ortaya çıkmıştır. Sözü edilen siyasi gelişmelerle birlikte, liberalizm de siyaset sahnesindeki yerini almıştır. Liberalizm, hem ekonomik bir kuram ve bir düşünce biçimi, hem de genel felsefi bir bakış açısı olarak tanımlanmaktadır. Ekonomi tarihi içerisinde liberalizm, ticari kapitalizm ve merkantilizme tepki olarak doğmuştur (Şaylan, 1995: 26-27).

On sekizinci yüzyıldan başlayarak liberalizm, birçok ülkede egemen düşünce sistemi haline gelmiştir. Sanayi devrimini gerçekleştiren ülkeler, uyguladıkları liberal politikalarla gelişmekte olan ülkeleri hem ekonomik hem de siyasal ve kültürel olarak etkilemiştir.

Klasik iktisadın ve liberalizmin şekillenmesinde doğrudan katkıda bulunan Adam Smith, toplumun kendi içeriğinde olan uyum ve tamamlama işlevlerinden söz etmektedir. Smith'in düşüncesine göre, meta üretiminde görev alan bir insan, sadece kendisi için ekonomik bir etkinlikte bulunmamaktadır. Bu durum, meta üreten insanın diğer insanlara da katkıda bulunmasını sağlamaktadır. Toplumda ekonomik bir etkinlik içerisinde bulunan her birey, başka bireylerle kişisel olarak olmasa da pazar içerisinde biraraya gelmektedir (Şaylan, 1995: 27). Kapitalist sistemin tek amacı, dünya pazarları üzerinden gerçekleşen bu ilişkiler sırasında daha fazla kâr elde etmek olmuştur.

Kapitalist sistem kendisini yenileyip, daha güçlü kılabilmek için sürekli yeni kurallar koyarken; aynı zamanda bu kuralları değiştirebilmektedir. "Serbestlik", liberal ekonominin en önemli kavramlarındandır. Smith tarafından vurgulanan "*bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler*" anlayışı, söz konusu serbestliğin en temel sloganı olmuştur (Aydoğanoğlu, 2009: 6).

Liberalizmin temel kabullerinden en önemlisi, aklın ve bireyciliğin öne çıkarılmasıdır. Bunun yanı sıra, liberal felsefeye göre devletin en önemli varlık nedeni; bireylerin doğal hak ve özgürlüklerini güvence altına almaktır (Şaylan, 1995: 28-30). Ancak, kapitalist sistem içerisinde bu anlamlar tersine dönerek, farklı şekillerde toplumsal yaşama nüfuz etmiştir.

> Liberal felsefeye göre her insan akıl sahibidir; gerçek de akıl yoluyla kavranıp bulunabilir. Ancak insanlar, kendi perspektiflerinden gerçekliğin sadece bir boyutunu görüp yansıtabilirler. Başka bir anlatımla, gözlemlenen

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> gerçekler, gözlemleyene göre farklı olabileceğinden, bir kişi ya da topluluğun gözlemlerinin gerçekliğin tek başına ifade olması kabul edilebilecek bir görüş değildir. Bu nedenle gerçeğin ne olduğu, tek bir irade ya da otorite tarafından tek başına belirlenemez. Toplumsal yaşam gerçekler üzerinden kurulmak isteniyorsa değişik gözlemleri yaparak bunları dile getirebilecek kaynakların çeşitlenmesi, sayılarının olabildiğince artması tek yol olarak kalmaktadır (Kaya, 2009: 76-77).

Bu bağlamda, liberal felsefenin özü; her düşüncenin özgürce dile getirilmesine, iletişimin özgürce gerçekleşmesine ve çoğulculuğa dayanmaktadır. Ancak, liberal düşünürlerin bu konuda fazlaca bir iyimserlik içinde olduklarından söz edilebilir (Kaya, 2009: 77-78).

Kapitalizmin başlangıcı, sanayi devrimi olarak görülmektedir. Sanayi devrimiyle birlikte üretim aşamalarından başlayarak, dünyada birçok şey değişikliğe uğramıştır. Üretim aşamalarında gerçekleşen teknolojik gelişmeler yaşamın her alanını etkilemiştir. Kendisi için üreten işçi sınıfı, sanayi devrimiyle birlikte sermaye sahipleri için üretmeye başlamış ve emeğini hak ettiğinden çok daha ucuza satmıştır. Kapitalizmin egemen sistem haline gelmesiyle birlikte, devletin rolünde büyük değişiklikler gerçekleşmiş ve serbest pazar ekonomileri devletlerin gücünü azaltmıştır. Bu durum, dış müdahaleleri de beraberinde getirmiştir. Kapitalizm ile birlikte yükselen liberal düşünce, akılcılığı ve özgürlüğü savunarak bireyi ön plana çıkarmıştır. Ne var ki, liberalizm, tarihsel süreçte özgürlükleri yeri geldiğinde sınırlayabilen bir sistem olma özelliği de göstermiştir. Kaldı ki, liberalizm sermaye birikimine daha fazla hizmet eder hale gelmiştir.

1.2. Sermaye Birikimi ve Kapitalist Örgütlenme

Devletler, sermaye birikimini sağlayan mekanizmalardır. Sermaye birikim süreçleri ise, devletle nitelenen ilkel birikim ve üretim sürecinde oluşan artı değerden oluşmaktadır. Kapitalist üretim tarzında sermaye birikimi, kapitalist birikim ve ilkel birikim yoluyla sağlanmaktadır (Perelman, 2003: 119). Sermaye birikimi, birçok iktisatçı tarafından iktisadi kalkınmanın temel dinamiği olarak nitelendirilmektedir (Kar ve Tatlısöz, 2008: 2). Ancak, sermaye birikimi iktisadi kalkınmaya yol açsa da, bazı açılardan olumsuz sonuçlar ortaya çıkarmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Sermaye birikimi, sanayi devrimini izleyen yıllardaki modernleşme ile gerçekleşmeye başlamıştır. Ancak bu birikim, fabrikalar içinde ağır işlerde çalışan işçi sınıfını olumsuz yönde etkilemiştir. Sermaye birikiminden kârlı çıkanlar ise, sermaye sahibi kesimler olmuştur.

> Modernleşme her zaman sermaye birikimi ve üretkenliğin artışı gibi yapıcı boyutları, emeği pazarda satılan bir mal haline getirmek, genellikle üretim ve hayatın yeniden üretimi için gereken doğal ekolojik temeli tahrip etmek ve refahın küresel düzeydeki dağılımını kutuplaştırmak gibi yıkıcı boyutlarla birleştirmiştir. Modernleşme her zaman aynı anda, hem genişleyen pazarların istihdam yaratması ile birlikte bazılarını içerip, hem de bir önceki sistem içindeki konumlarını yitirdikten sonra yeni emek gücüne dahil edilmeyen diğerlerini dışlamaktadır. Kapitalist küresel genişleme, tırmanma evresinde, dışlama süreçlerinin yanı sıra birçoklarını da içermiştir. Ama şimdi, üçüncü dünyanın köylü toplumlarında, sadece göreli olarak çok az sayıda insanı dahil ederken kitlesel sayıda insanı dışlamaktadır (Amin, 2009: 90).

İlkel birikim süreci, sadece tarihsel bir dönemde gerçekleşmiş olup, bitmiş bir süreç değildir. İlkel birikim süreci, kapitalizmin ilerleyen evrelerinde; sermaye birikimi sürecindeki rolünü daha da arttırmıştır (Wood vd., 2006: 26). İlkel birikim, kapitalizmin başlangıcına ve bu kadar güçlü bir ekonomik sistem haline gelmesine neden olmuştur. "Tarihsel olarak kapitalizmin doğup gelişmesinde ilkel birikim sürecinin önemli bir rolü vardır. Kapitalizmin olmazsa olmazı, birikim ve metalaşma süreçlerinin engelsiz işlemesi, emeğin varlığı ve sonrasında gerçekleşen tüketimdir" (Mukul ve Yılmaz, 2010: 40). Bu yapılar, kapitalizmin oluşum ve gelişim sürecinde güçlü bir şekilde kendisini göstermiştir. Kapitalizmin gelişim evreleri içerisinde, "devletin sanayileşme politikaları, bunların sağladığı olanaklar ve uluslararası konjonktürde edinilen roller değişirken değişen koşullara uyum gösterme becerisi sergileyerek sermaye birikimi sağlayan ve güç kazanan aktörler, kullanılan emek pazarı, emek üretimi ve örgütlenmeleri de farklılaşmaktadır" (Erendil, 2000: 98). Kapitalist devletlerin en önemli özelliklerinden birisi, değişen sermaye koşullarının yanı sıra; ekonomik ve siyasi

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

koşullara da kısa sürede uyum göstermesidir. Bu uyum süreci içerisinde, devletin yürüttüğü sanayileşme politikaları ile liberal politikalar belirleyici olmuştur.

Sermaye birikiminin yoğunlaşması ve kapitalist örgütlenmenin güçlendiği yıllarda; bu örgütlenme piyasa ilişkilerinin ötesine geçmiştir. Tahakkümcü ve daha rekabetçi hale gelen piyasa ilişkileri bağlamında, hem uluslararası hem de ülke içi sosyo ekonomik eşitsizliklerin arttığı unutulmamalıdır (Hagen, 1962'den aktaran Ünay, 2010: 76-77).

Sermaye birikiminin güçlü bir şekilde gerçekleşmesi ve kapitalist örgütlenmenin sağlamlaşması için devletin varlığı büyük önem taşımıştır. Devlet, kimi zaman esnek politikalarla; kimi zaman da "zor" kullanarak uygulamak istediği politikaları bu yüzyıllar içerisinde etkili bir şekilde gerçekleştirmiştir.

> Marx'ın, *Kapital*'in *I. Cildi*'nde gözlediği üzere, tarihte, "ele geçirmenin, köleleştirmenin, soymanın, öldürmenin, kısacası zorun büyük rol oynadığını herkes" biliyordu. "Doğrudan üreticilerin mülksüzleştirilmeleri", "acımasız bir vahşetle….gerçekleştirildi." Sermaye birikmeye başlarken esas olarak "ekonomik ilişkilerin gücü"ne değil, devletin gücüne yaslanmıştı: "Çekirdek halindeki sermaye, gelişmeye başladığı sıralarda, artı emeğin yeterli bir miktarını emme hakkını sırf ekonomik ilişkilerin gücüyle değil, fakat devletin yardımıyla sağlama alır" (Marx, 1986'dan aktaran Mısır, 2011: 50).

Karl Marx'ın da irdelediği üzere, kapitalist örgütlenme devlet yardımıyla etkin bir şekilde gerçekleşmiştir. Kapitalist üretim biçimleri içinde devlet; üretim biçiminin fazla bir değişikliğe uğramadan sürmesini sağlamıştır. Aynı zamanda, içinde bulunulan sisteme meşruiyet kazandırmayı da ihmal etmemiştir (Aydoğanoğlu, 2009: 18).

Ernest Mandel'in vurguladığı gibi, "kapitalist ve ilkel birikim arasındaki ilişki, birbirini yok eden bir ilişki değildir, ikinci momentin birincisi tarafından belirlenmesi ve sınırlanması, başka deyişle ikinci moment ve birinci moment arasında mücadele ve rekabet söz konusudur" (Mandel, 2008'den aktaran Mısır, 2011: 48). Bu mücadele ve rekabet iki yönlü bir şekilde gelişerek, kapitalist örgütlenmenin daha da güçlenmesine neden olmuştur.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

İlkel birikimden kapitalist birikime evrilen ekonomik süreç, farklı yollarla gerçekleşmiştir. Marx'a göre; ilkel birikimden, kapitalist birikime geçişin üç farklı yolu olmuştur. *Birinci* olarak, tüccar doğrudan doğruya sanayi kapitalisti haline gelmiştir. Bu tüccarlar, dış ülkelerden hammadde getirterek kendi işletmelerini kurmuşlardır. *İkincisinde*, tüccar, küçük patronları kendi aracısı haline getirmiş ya da doğrudan doğruya bağımsız üreticiden satın almada bulunarak, küçük patronların bağımsızlığına dokunmamış ve üretim biçimini değiştirmemiştir. *Üçüncüsünde* ise, sanayici, tüccar haline gelmiş ve doğrudan doğruya toptan piyasa için üretim yapmıştır (Marx, 1990: 294-295).

John Urry, kapitalist örgütlenmenin birbiriyle bağlantılı olan bir dizi özelliğini şöyle açıklamaktadır:

> İnsanların yaşamında geniş ulusal ekonomilerle toplumsal ve politik kurumların artan hâkimiyeti; sermaye yoğunlaşmasının yükselen oranı; ortalama iş yeri büyüklüğünün artması; birlikte çalışan bankalar, sanayi ve devlet; giderek daha fazla yoğunlaşan konut ve işletme yerleşimi; artan bir oranda ulus çapında gerçekleşen toplu pazarlık; bugüne kadarki en büyük hacmine ulaşan sınai erkek işçi sınıfı; ve ulus çapında örgütlenen toplumsal sınıfların cepheleşmelerini yansıtan politika ve kültür (Urry, 1995: 96).

Bu özellikler biraraya geldiğinde, kapitalist örgütlenme gerçekleşmektedir. Kapitalizmin örgütlü hale gelmesinin üç boyutu olmuştur. *Birincisi,* tarihte sanayileşmenin başlama noktası, *ikincisi*; kapitalist dönemde kapitalizm öncesi örgütlenmelerin yaşamlarını sürdürme düzeyleri, *üçüncü* unsur ise; ülkenin ekonomik olarak büyüklüğüdür (Urry, 1995: 97).

Avrupa'da ticaretin artması ve dünya işgücünün yükselmesi bize kapitalizmin tarihsel ivme kaydedişi hakkında açılımlar sunmaktadır. Ancak bu açılımlar, sınıf çatışmasından ve sınıf yapısından yoksun bilgiler olarak karşımıza çıkmaktadır (Brenner, 1977: 82). Kapitalizmin başlangıcından itibaren, işçi sınıfı ve sermaye sahipleri arasında belli mücadeleler gerçekleşmiştir. Kapitalizmin tarihi, sınıf çatışmalarının tarihiyle doğru orantılı olarak ilerlemiştir. Bu yüzden, kapitalizmi sadece ekonomik anlamda değerlendirmemek gerekir. Sınıf tarihi ve sınıf yapılarının gelişimi

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

de, kapitalizmin içinde düşünülmesi gereken kavramlardır. Kaldı ki, sermaye birikimi ve kapitalist örgütlenmenin gerçekleşmesi, Immanuel Wallerstein'ın vurguladığı *tarihsel kapitalizm* kavramını da gündeme taşımıştır.

1.3. Tarihsel Kapitalizm ve Değişen Toplumsal Yapı

Sermaye birikiminin yoğunlaşarak devam ettiği on sekizinci yüzyılda, kapitalizm varlığını daha güçlü bir şekilde göstermeye başlamıştır. Kapitalizmin, tarihsel bir toplumsal sistem olarak tanımlanması mümkündür. *Tarihsel kapitalizm*, kapitalizmi; pratikte nasıl işlediğini, sistem olarak nasıl yürüdüğünü ve neden böylesi bir gelişme gösterdiğini incelemeye çalışmaktadır.

> Tarihsel kapitalizm adını verdiğimiz tarihsel toplumsal sistemin ayırt edici özelliği, bu tarihsel sistemde sermayenin çok özel bir yolla kullanıma girmesidir. Bu kullanımda başlıca amaç ya da niyet, sermayenin kendini büyütmesidir….Kapitalist adını verdiğimiz şey, sermayeyi elinde tutanın dur durak bilmeyen ve ilginç bir biçimde kendine dönük olan bu gitgide daha çok sermaye biriktirme hedefi ve sermayeyi elinde tutanın bu nedenle, hedefine ulaşmak için başka kişilerle kurmak zorunda olduğu ilişkilerdir. Kuşkusuz tek amaç bu değildir….Alternatif amaçlar arasında sermaye birikimi amacının genellikle öncelik kazandığı her zaman için, bir kapitalist sistemin işleyişini gözlemlemekte olduğumuzu haklı olarak söyleyebiliriz (Wallerstein, 2006: 12).

Tarihsel kapitalizm, emeğin tüketilmesine dayanmaktadır. Sermaye, kapitalizm içinde kendisini büyütmek için yeni yollar aramakta ve her şeyin metalaşmasını sağlamaktadır (Ersoy, 2008: 144). Kapitalizm *üretim*, *dağıtım* ve *yatırım* süreçlerinde de yaygın bir metalaşma sağlamıştır. Ekonomik süreçler ve tüm bu ekonomik süreçlerle ilgili olan toplumsal alanlar metalaşmaya devam etmiştir. Toplumsal süreçlerin metalaştırılmasının yanı sıra, üretim ilişkileri de karmaşık meta zincirleri halinde birbirlerine bağlanmıştır (Wallerstein, 2006: 14-15). Kapitalizm, yaşamın her alanını meta olarak düşünmeye başlamış ve bütün süreçlerde metalaşmayı ön plana çıkarmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Kapitalist sistem içerisinde daha fazla üretim yapılması, daha fazla tüketicinin bulunması gerekliliğini de ortaya çıkarmıştır. Ayrıca, bireyler daha çıkarcı hale gelmeye başlamış ve akılıcılık ters yönde gelişmiştir. Tarihsel kapitalizm, işçilerin daha fazla yoksullaşmasına neden olmuş ve emeklerinin de metalaşmasının önünü açmıştır (Wallerstein, 2006: 16-17). Kapitalist üretim sistemi içerisinde metalaşmanın yoğun artışı, bazı kültürel sonuçlar da doğurmuştur. Metalar, reel değerlerinin gözden düşmesiyle birlikte; ikincil ve yapay yeni değerlere kavuşmuşlardır. Bu durum, metalara geniş kültürel çağrışımlar eklediği gibi, onlara dönük yanılsamaları da içine alabilecek geniş bir özgürleşme getirmiştir. Pek çok meta; romantik yönelme, egzotik arzular, estetik beğeni, doyumcul duygular vb. iyi yaşam imgeleriyle kodlanır olmuştur (Featherstone, 1996: 39). Bu iyi yaşam imgeleri ise, tarihsel kapitalizm içinde metaların daha fazla tüketilmesine yol açmıştır.

Sanayi devrimi, sermaye birikimi, tarihsel kapitalizm ve beraberinde gerçekleşen küreselleşmenin itici gücünün sonucunda teknoloji alanında önemli gelişmeler gerçekleşmiştir. Sanayi devriminden günümüze ekonomik gelişme eğilimi göz önünde bulundurulduğunda; "kapitalist toplumsal biçimlenmenin kendisini, sürekli hızlı bir teknolojik gelişmenin, eşitsiz de olsa daimi bir ekonomik büyümenin ve artan bir küreselleşmenin tarihi olarak ortaya koyduğu görülmektedir. Kapitalist toplum, artan karmaşıklıkta dünya çapında bir işbölümünün aynı zamanda dünya ekonomisinin tek tek ve birbirinden bağımsız ekonomilerini küresel bir sisteme bağlayan mübadele ilişkilerinin ve sürekli yoğunlaşan mal akımlarının bir tarihi olarak görülmektedir" (Hobsbawm, 1995'den aktaran Kartal, 2007: 257). Kaldı ki, meta üretimi ve bunların ulusal olarak dağıtılması, kapitalist sistemi daha güçlü hale getirmiştir.

Kapitalist düzen içerisinde, dünyanın belirli bir işleyişi vardır. Bu işleyiş içerisindeki temel unsur, sermaye birikimi ve kapitalist üretim biçimidir. Bu sistem ile, dünya devletler sistemi ayrılmaz bir bütündür. Sermaye birikimin azaldığı dönemlerde de, bu sistem kendisini yeniden üretmektedir. Sermayenin biriktirilemeyecek hale gelmesi ile sosyal demokrasi kadar, dünya ekonomisi içerisinde giderek önem kazanan ve devlet aygıtının gücü ile düşük üretim maliyeti bu sistemi sürdürmeye devam etmektedir (Ruma, 2012: 94).

Tarihsel kapitalizmin oluşmasında, devletler ve hükümetlerin önemli etkileri olmuştur. Hükümetler vergilendirme yoluyla büyük miktarda sermaye toplamış ve bu

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

sermayeyi sübvansiyonlar yoluyla yine ellerinde büyük sermaye bulunan kişi ya da gruplara dağıtmıştır. İkinci olarak, hükümetler yasal ve genellikle meşrulaştırılmış vergilendirme kanalları yoluyla büyük miktarda sermaye toplamıştır. Kamu geliri unsurları, özel ve haksız toplanan vergiler sermaye birikiminin önemli kaynaklarından olmuştur. Bunların yanı sıra, devlet; zenginlerin lehine kararlar alarak kârın bireyselleştirilmesini sağlamıştır. Sermaye sahiplerinin iflas durumları karşısında; devlet bu birey ve grupların yanında olmuştur (Wallerstein, 2006: 45-46).

Kapitalizm, bu noktada devletin koruması ve gücü altında varlığını sürdürerek, daha fazla gelişme olanağı bulmuştur. Devlet yardımıyla yükselen kapitalizm, toplumların ve bireylerin yaşam biçimlerini doğrudan etkilemiştir.

Tarihsel kapitalizm ile birlikte, işgücü dağılımında değişiklikler olmuştur. İşgücü içerisinde yer alan işçiler; kültür, değer ve kendine özgü gündelik davranış kalıpları ile simgelenmiştir. İşgücü dağılımı değiştikçe; etniklik, grup dağılımı ve grupların tamamlayıcı kültürel özellikleri de belirginleşmiştir (Wallerstein, 2006: 64-65).

Özetle, tarihsel kapitalizm, kapitalizmi sadece iktisadi bir sistem olarak değerlendirmemekte; toplumsal, siyasi ve kültürel dinamikleri de önemsemektedir. On sekizinci yüzyılın sonlarına doğru kapitalizm, sermaye birikiminin hızlanması ile kendisini daha güçlü bir şekilde yapılandırmıştır. Bu dönemlerde, kapitalizm içinde oluşan iktisadi boşluk ve dalgalanmalar devlet aracılığıyla önlenmiştir. Bu durum ise, sistemin güçsüz yanlarının ortadan kalkmasına neden olmuştur. Tarihsel kapitalizm ile birlikte, işçilerin yaşam biçimleri ve konumları da değişikliğe uğramış; böylelikle, genel toplumsal yapıda ciddi değişimler gerçekleşmiştir.

2. Yirminci Yüzyıldan Günümüze Kapitalizm

Her yüzyıl, bir önceki yüzyılda yaşanan gelişmelerin sonucu olarak yapılanmaktadır. Bu yapılanma içerisinde geçmiş yüzyıllardaki deneyimler, yaşam biçimleri ve teknolojiler diğer yüzyılın içerisinde de varolurken; sadece biçim ve görünüm değiştirmektedir. Yirminci yüzyıldan başlayarak, teknolojik gelişmelerin öncülüğünde kapitalizm ve dünya, yeni oluşumlar içerisine girmiştir. Enformasyon toplumlarının başlangıcının ortaya çıktığı bu yüzyılda; kitlesel üretim, esnek üretim, yabancılaşma ve boş zaman gibi kavramlar önem kazanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

2.1. Fordist ve Post-fordist Üretim Biçimleri

Fordizm, Henry Ford'un öncülüğünü yaptığı, üretimde, hızı, verimliliği ve standartlaşmayı arttıran bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sistemin dört ilkesi bulunmaktadır:

> (1) Ürünler standartlaştırılmıştır; bu her parçanın ve her görevin de standartlaştırılabileceği anlamına gelmektedir, (2) Eğer görevler aynıysa, bazıları mekanize edilebilmektedir; böylece seri üretim işletmeleri her model için, çoğu üründen ürüne aktarılamayan özel amaçlı makineler geliştirmişlerdir, (3) Geriye kalan görevler bilimsel idare ya da Taylorizm'e tabidir; burada her görev bileşenlerine ayrılmakta, iş-inceleme uzmanlarınca zaman ve hareket ilkesine göre yeniden tasarlanmakta ve elle çalışan işçilere işin nasıl yapılması gerektiği talimatı verilmektedir, (4) Sabit tezgâhın yerini yürüyen bant almıştır; böylece işçi bir üründen diğerine gitmek yerine, ürün işçinin önünden gelip geçecektir (Murray, 1995: 47).

Fordist sistem içerisinde, işçiler tek bir parça üzerinde uzmanlaşırken; genel olarak vasıfsız hale gelmektedirler. Montaj hattındaki bütün işçiler, otomobil parçaları gibi kolayca değiştirilebilir hale gelmiştir (Bozkurt, 2006: 308). Fordist üretim biçimleriyle birlikte; işçi sınıfı da üretim aşamalarında yer aldığı ürünler gibi standartlaşmaya başlamıştır.

Fordizm, "yirminci yüzyılın ilk on yılında ABD'de kitlesel üretim ve tüketim yönünde bir eğilimin ilk işaretlerini vermiştir. Sözü edilen süreci tanımlayan fordizm kavramı, Gramsci tarafından Amerikan endüstriyel yaşam biçimini belirtirken kullanılmıştır" (Dağtaş ve Dağtaş, 2009: 38). Fordizm, yaşam biçimlerini kökten bir şekilde değişikliğe uğratarak; Amerikan yaşam biçiminin dünya genelinde yaygınlaşmasına neden olmuştur.

Fordizm, devrimci bir üretim sistemi olarak tanımlanabilir. Bu üretim sistemi, yirminci yüzyıl boyunca, bütün meta üretimi ve hizmetlerde kullanılır hale gelmiştir. Fordizm, kitlesel tüketimi önceden varsaymıştır. Tüketicilerin, kitlesel ve tektip şekilde üretilen ürünleri almaya istekli olabilmeleri için, kitlesel reklamlar önemli bir rol oynamaya başlamıştır (Murray, 1995: 47-48). Reklam endüstrisi, yirminci yüzyılın

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

başlarında yükselmeye başlayarak, etkisini bundan sonraki dönemlerde daha fazla göstermiştir.

Endüstri toplumunun şekillenmesinde, fordizm oldukça etkili olmuştur. Üretim biçimlerinin yaygınlık kazanmasıyla birlikte fabrika, endüstri toplumunun merkezi haline gelmiştir. Böylece fabrika, endüstri toplumunda, eğitim kurumlarından aile yapısına kadar her alana daha çok nüfuz eder olmuştur. Örneğin, eğitim kurumları kitlesel eğitim çerçevesinde okuma yazma, hesap ve biraz da tarih bilgisinin yanı sıra; öğrencilere endüstrinin gerektirdiği, her şeyi zamanında yapmak, söz dinlemek, gösterileni kafa kullanmadan öğrenmek gibi montaj hattının taleplerine uygun bireyler yetiştirmiştir (Bozkurt, 2006:311).

Fordizmin, eğitim sisteminden başlayarak toplum için uygun bireyler yetiştirme durumu, işçinin ileride işe zamanında gelip gitmesi, amirlerin ve yöneticilerin vereceği emirleri tartışmadan yerine getirmesi, büroda ya da makinenin başında standartlaştırılmış rutin işleri bıkmadan yapması ile ilişkilidir (Toffler, 1981: 53). Fordizm ile birlikte, sistem insanlara makinenin değiştirilebilen parçaları gibi bakmaya başlamıştır. Kaldı ki, işçilere kim olduklarına göre değil; hangi işi, hangi verimlilikle yaptığına göre para vermeye başlamıştır (Murray, 1995: 48).

Fordist üretim biçiminin en önemli belirleyicilerinden olan montaj bandı, George Ritzer'e (1998) göre, içinde büyük bir akıl dışılık barındırmaktadır. Fordizm, insanlıktan çıkıcı bir iş ortamı sunmaktadır. Fordizmde; çok çeşitli beceri ve yetenekleri olan insanlardan çok basitleştirilmiş, sınırlı sayıda işi defalarca yapmaları istenmektedir. İnsanlar, çalışırken insani yeteneklerini göstermek yerine; insanlıklarını inkâr etmeye ve robot gibi davranmaya zorlanırlar ve kendilerini işte ifade edemezler. Ritzer'e göre bu durum, montaj bandının birçok akıl dışılığından yalnızca biridir (Ritzer, 1998: 58).

Fordist üretimde, emek standart hale gelmiş ve standart mallar üretilmeye başlanmıştır. Fordizmde rekabetin temeli, aynı malı daha çok sayıda ve daha ucuza üretmek olmuştur. Kaldı ki, emek niteliksiz hale gelirken, işçiler de aynı ölçüde niteliksiz hale gelmiş; tecrübeli ve tecrübesiz işçi arasındaki fark ortadan kalkmıştır. Artık, işçiler birbirlerinin yerini kolayca alabilmekte; dolayısıyla da, işveren için tüm işsizler, yedek işçi ordusu haline gelebilmektedir (Selçuk, 2011: 4132).

Sözü edilen vurgu noktalarından hareketle, fordizmi, sadece üretim biçimleri ve ekonomik sistem içerisinde değerlendirmek yanlış olacaktır. Fordizm, her şeyden önce

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

yeni bir toplumsal sistem ve yaşam biçimi sunmuştur. "Fordist dönemde, toplam talebi arttırıcı Keynesci politikalara dayalı, sosyal demokrasinin yükselişiyle çakışan ve ücretleri yüksek tutan refah devleti anlayışıyla 1950'den sonra kitlesel tüketim başlamıştır" (Dağtaş ve Dağtaş, 2009: 39).

Bu dönemde, yeni tüketici grupları ortaya çıkarken; bu grupların satın aldıkları metalar da değişmeye başlamıştır. Reklamlar aracılığıyla sunulan metalardaki imajlar daha önemli hale gelmiştir (Bocock, 1997: 31). Metalar üzerine yüklenen değerler, kitle iletişim araçları ile kitleleri daha fazla etkilemeye başlamıştır.

Bu dönemde reklamlar, bireylerin arzu ve isteklerini harekete geçirmede önemli işlevler üstlenmiştir. Reklamlar gibi, malların sergilendiği alanlar da, bireyleri tüketime yönlendirmeye başlamıştır. Kapitalist pazarda, ortaya çıkan sergileme yöntemleri, bireyleri baştan çıkarmaya yönelik olurken, gereksinim dışı ihtiyaçların tüketimi teşvik edilmiştir (Bloch, 1995: 104-105).

Bu dönemde, reklamlar ve vitrinler gibi; radyo ve televizyon yayınları da; kitlesel üretim döngüsünde üretilen metaların tüketiminde önemli bir rol üstlenmiştir.

> 1950'li yıllarla birlikte, radyo ve televizyonda gece yayınlarına geçilmiş, ticari reklamların sızmasına uygun olmayan zaman ve mekân kavramı ortadan kalkmıştır. Sözü edilen dönemde, televizyon programlarında ve yayınlanan reklamlarda tüketimle tanımlanan orta sınıf yaşam biçimleri öne çıkarılmıştır. Tüketiciliğin yasallaşması bağlamında, yarışma programları ile birlikte pek çok televizyon programı, malların bol ve kolayca ulaşılabilir olduğu yanılsamasını yaratmıştır….Tekelleşmiş bir kültür ortamını evlerin içine taşıyan televizyon, tüketim mallarını gündelik yaşamı birarada tutan ilişkiler ve hayal nesneleri olarak sunmaya başlamıştır (Ewen, 1976'dan aktaran Dağtaş ve Dağtaş, 2009: 41).

1970'li yıllardan başlayarak, dünyadaki ekonomik krizle birlikte; kitlesel üretimde de sorunlar oluşmaya başlamıştır. Piyasalarda oluşan istikrarsızlık, hem üretim hem de tüketim döngüsünü olumsuz olarak etkilemiştir. Giderek ucuzlayan teknolojinin küçük ve orta ölçekli firmalara, büyükler karşısında rekabet edebilme şansı vermesi

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

piyasalarda rekabetin daha çok kızışmasına ve kitlesel üretimin de daha çok krize girmesine yol açmıştır (Bozkurt, 2006: 313).

Ayrıca, sözü edilen dönemde gerçekleşen petrol krizi karşısında, devletler sosyal refah harcamalarını sınırlandırmışlardır. Fordizmin tıkanması ve dağılmaya başlaması, üretimde esnek ve kişiye özel üretim olarak tanımlanan post-fordist üretim biçimlerinin oluşmasını zorunlu kılmıştır. Manuel Castells fordizmden, post-fordizme geçişi şöyle açıklamaktadır:

> Talep niteliği ve niceliği itibarıyla öngörülmez hale gelince, piyasalar dünya çapında çeşitlilik gösterir hale gelip bu yüzden denetlenmeleri güçleşince, teknolojik değişimin hızı tek amaçlı üretim teçhizatını modası geçmiş kılınca kitlesel üretim yeni ekonominin niteliklerine ayak uyduramayacak denli katı, masraflı bir hal aldı. Bu katılığı aşmaya yönelik deneme ise, esnek üretim sistemini benimsemek olmuştur….Esnek üretim; denetim altına alma girişiminde bulunmadan sürekli değişime katkıda bulunduğu sınai ustalık ya da ısmarlama üretim şeklinde ortaya çıkan esnek uzmanlaşmadır….(2005: 211).

Post-fordizm kavramı, devletin ekonomiye sosyal amaçlı müdahalelerinin temel olarak benimsendiği *refah devleti anlayışı krizi* olarak tanımlanabilir. Fordizm içerisinde, verimliliğin düşmesine karşın; ücretlerde ve kamu harcamalarında yaşanan artışlar, devletin mali krize girmesine neden olmuştur (Şener, 2004: 123). Bu gelişmelerin ardından post-fordizm, üretim aşamalarındaki egemenliğini yoğun bir şekilde hissettirmeye başlamıştır.

Post-fordizm bir hipotez olarak, üretim paradigmalarındaki değişikliklerle bağlantılıdır. Bununla birlikte, post-fordizm, sınıf ilişkilerini, kent yaşamını ve bireysel kimlikleri de etkilemiştir (Rustin, 1989: 56). Post-fordizmle birlikte, devletin rolünde de değişiklikler gerçekleşmiş; devlet kendi gücünü büyük şirketlere doğru aktarmaya başlamıştır.

> Post-fordizm, kapitalizmin ekonomik örgütlenme ve yapılanma sorunlarıyla ilgili bir değişime işaret etmesinin ötesinde, daha geniş bir toplumsal,

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> politik ve kültürel öneme sahiptir. Fordizmin yükselişi ile sosyal devlet anlayışının düşüşü, aynı dönemde gerçekleşmiştir. Devletin düzenleyici güç olması düşüncesi yerini; piyasanın kendi kendini, sınır tanımadan ve denetlenmeden düzenlenmesi görüşüne bırakmıştır. Ulus devletin küçülmesi, tüm dünyada bütünleşmiş tek pazar anlayışı ve bu pazarın kontrolünün, artık çok uluslu dev şirketlerin eline geçmesi neo-liberalizm olarak tanımlanan dönemin en önemli ekonomik ve siyasal gelişmesidir (Dağtaş ve Dağtaş, 2009: 43).

Post-fordizm, gündelik yaşamın yeniden örgütlenmesi yoluyla yeni gereksinimleri ve kullanım değerlerini üretirken; eski yaşam biçimlerini de erozyona uğratmıştır. Maddi ve estetik eskileştirme yoluyla gereksinimler farklı hale getirilmiş, tüketim kalıplarında da köktenci değişimler olmuştur. Tüketim artmış, bireylerin tüketim zamanları ve mekânları sıkışık hale gelmiştir (Lee, 1999'dan aktaran Yanıklar, 2010: 29).

David Morley ve Kevin Robins, post- fordizmin egemen olduğu, post-modern dönemin özelliklerini şu şekilde açıklamaktadır (1995: 50-56).

> (1) Enformasyon ve iletişimde sayısal iletişime ve bilgisayar teknolojisine dayalı yeni bir evreye girilmesi, (2) Emek süreci ve iş yönetiminde merkezin gücünün zayıflatılması ve esnek bir uzmanlaşmaya gidilmesi, (3) Üretimin sektörler arası geçişkenliğine izin verilecek şekilde düzenlenmesi ve hizmet sektörünün genişlemesi, (4) Standart üretim yerine, çok farklı tüketici kategorilerine göre çeşitlenmiş bir üretime geçilmesi, (5) Emeğin kalifiye nitelikli ve de erkek işçi ağırlıklı özelliğinin hizmet sektörü ve de beyaz yakalı işçilerin artmasına bağlı olarak değişmesi, (6) Özellikle esnek zamanlı ve yarım-gün çalışma esasına dayalı sektörlerde işgücünün büyük ölçüde feminize olması ve etnikleşmesi (göçmen işçiler ya da yerli ancak ikinci sınıf etnik grup üyelerinden meydana gelmesi, (7) Yeni finans piyasalarının küreselleşmesi, (8) Tüketimin giderek artan biçimde özel hale gelmesi ve bireyselleştirilmesi, (9) Kültürel alanda çeşitliliğin artması ve iletişim alanında düzenlemenin etkinsizleştirilmesi.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Post-fordist dönemden, bilgi çağına geçiş sürecinde enformasyonel kapitalizm kendisini göstermiş; sınıf farklılıkları keskinleşmiş, dünya çapında yoksulluk artmış ve toplumsal dışlanmalar kendisini daha fazla göstermeye başlamıştır (Castells, 2007: 91). dünya genelinde, enformasyonel kapitalizme geçiş sürecinin en önemli etkeni ise post-fordist üretim olmuştur.

Fordist dönemde olduğu gibi, post-fordist dönemde de, öncelikle üretim biçimleri değişirken; yaşam biçimleri ve toplumsal yapı da değişikliğe uğramıştır. Bu bağlamda, yaşam biçimleri ve toplumsal yapıdaki değişiklikleri daha iyi anlayabilmek için, yabancılaşma ve boş zaman kavramlarının ayrıntılı bir şekilde irdelenmesi önem kazanmaktadır.

2.2. Yabancılaşma ve Boş Zaman

Yabancılaşma ve boş zaman, iç içe geçmiş kavramlar olarak görülmektedir. Post-fordist üretim biçimlerinin tüm dünyada yerleşmesiyle birlikte, yabancılaşma ve boş zaman kendisini daha fazla göstermeye başlamıştır.[9] Kapitalist dizge içerisinde ürettiği ürüne yabancılaşan birey, gündelik yaşamına da yabancı hale gelmeye başlamıştır. Yabancılaşmanın etkisiyle boş zamanlarını yönlendirmekten yoksun kalan bireyin gündelik yaşamı; egemen sistemin yönlendirmesiyle denetim altına alınmaya başlamıştır.

Kapitalizmin, toplumsal alanları etkileyen yabancılaştırıcı bir gücü vardır. Bu güç, bireylerin kendi yaşamları üzerinde kurduğu denetimi de ortadan kaldırmaktadır. Kapitalist üretim biçimleri içerisinde yer alan işçi, üretim sürecinde rol aldığı metalara yabancılaşırken, aynı zamanda bu metaların kölesi haline gelmektedir.

"Emeğin edimselleştirilmesi, onun nesnelleştirilmesidir. İktisat aşamasında, emeğin bu edimselleşmesi, işçi için kendi gerçekliğinin yitirilmesi olarak, nesnelleşme nesnenin yitirilmesi ya da nesneye kölelik olarak, yabancılaşma, yoksunlaşma olarak görünür" (Marx, 1993: 62).

Fordist ve post-fordist üretim aşamalarında yer alan işçiler, ürettikleri ürünün sadece kendileri ile ilgili olan kısmından haberdar olmaktadırlar. Ürünün tamamına

[9] Yabancılaşma ve boş zamanın etkisini, sadece fordist dönemde gösterdiğini söylememiz sınırlı bir yaklaşım olacaktır. Günümüz enformasyon toplumlarında da (post-fordist), yabancılaşma en üst seviyede yaşanmakta ve boş zaman, bireylerin denetimi dışında gelişmektedir.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

karşı yabancılaşan işçi, ortaya çıkan bütünsellikten haberdar olamamaktadır. Bu durum, işçilerin kendi yaşamlarına da yansımıştır. Kendi yaşamlarının bütününden haberdar olmayan işçiler, yaşamı kısa parçalar olarak algılamaya başlamıştır.

> ….yabancılaşma sadece sonuç içinde değil, ama üretim eylemi içinde, üretici etkinliğin kendi içinde de görünür. İşçi, eğer üretim eyleminin ta içinde kendi kendine yabancılaşmasaydı, kendi etkinlik ürünü ile yabancı olarak nasıl karşılaşabilirdi? Ürün, gerçekte, etkinliğin, üretimin özetinden başka bir şey değildir. Öyleyse, eğer emek ürünü yabancılaşma ise, üretimin kendisinin de, eylem durumundaki yabancılaşma, etkinliğin yabancılaşması, yabancılaşmanın etkinliği olması gerekir. Emek nesnesinin yabancılaşması, emeğin etkinliğinin kendi içinde, yabancılaşmanın, yoksunlaşmanın özetinden başka bir şey değildir (Marx, 1993: 65).

Emek ve çalışma süreçlerinde, bireyin kendisi ile olan ilişkisinde bir kopma söz konusudur. Bu kopma, bireyin ve özellikle çalışma yaşamındaki işçinin hem bedenini hem de düşüncesini etkilemektedir. "İnsanın türsel varlığı, doğa kadar onun türsel entelektüel yetileri de, ona yabancı bir varlık durumuna, onun bireysel varoluş aracı durumuna dönüşürler. O, onun dışındaki doğayı olduğu gibi, onun tinsel özünü, insanal özünü olduğu gibi, kendi öz bedenini de insana yabancılaştırır" (Marx, 1993: 62). Dolayısıyla, yabancılaşma, insanın kendi yaşamı üzerindeki denetimini yitirmesi anlamına gelmektedir.

Kapitalist işleyiş altında yabancı hale gelen bireylerin gücüne, başkaları tarafından el konulmaktadır. Bireyler, kendi yaşamları üzerindeki iktidarlarından yoksun kalırken; kendisini yitirmeye başlamaktadır (Holloway, 2008: 1).

Kapitalizm içinde, toplumsal tüm dinamikler yabancılaşmış ve insanı yeniden üreten bir yapılanma oluşmuştur. İnsan, nesne haline gelirken; genel olarak toplum tektipleşerek sistemin nesnesi haline gelmiştir.

> Bugün ileri kapitalizmde, işin giderek yetkinleşen mekanikliği, sömürüyü tümüyle destekleyerek, sömürülenin tutumunu ve statüsünü değiştiriyor. Teknolojik bütünde zamanını büyük ölçüde (ya da tümüyle) otomatik

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> tepkilere harcayan mekanik iş, daima bütün hayata yayılan bir uğraş, tüketici, sersemletici, insanlık dışı bir köleliktir. Öylesine tüketicidir ki, uyarlıklar durmadan artar, makineleri çalıştıranlar katı denetim altındadırlar, işçiler çevreden kopmuştur. Elbette bu kölelik biçimi, kısıtlı, parçalı bir otomatikleşmenin sonucudur... Tekörnekleştirme, alışkı, üretici meslekleri ve üretici olmayan meslekleri benzer kılar (Marcuse, 1968: 42).

Mekanikleşme ve teknoloji, bireyin iş yaşamında yabancılaşmasının en önemli nedenlerinden birisi olmuştur. Teknolojik gelişmeler, yaşamı kolaylaştırmaktan ziyade; köleleşmiş bireylerin yetişmesine yol açmıştır. İş yaşamı ve toplumsal yaşamda yabancılaşan birey, kendisini sistemin ellerine bırakmıştır. Teknoloji ve aklın öne çıkması, bireyi daha özgür hale getirmemiştir. Özgür ol(a)mayan birey, boş zamanlarını da, egemen sistemin yönlendirmesiyle sürdürmeye başlamıştır.

Boş zaman gerçekte, serbest olan zaman ile doğallık içeren zaman olarak tanımlanabilir. Bireylerin boş zamana yükledikleri anlamlar, deneyimlediği ve yaşadığı şeylerle doğru orantılı olarak ilerlemektedir. Boş zaman, gündelik yaşamın baskısından özgürleşmektir. Eşdeyişle, boş zaman, dışsal zorlamalardan kurtulma ve kaçmayı ifade etmektedir. Boş zaman, yapılan eylemlere göre; yaşam kalitesini arttırıcı bir özellik taşıdığı gibi, yönlendirici psikolojisinden kaçışa da hizmet eder (Kelly ve Freysinger, 2000: 14-23).

Günümüzde boş zaman ise, bireylerin yaşam kalitesini arttırmaktan çok; farklı ve olumsuz anlamlar taşımaya başlamıştır. Boş zaman olarak adlandırılan olgu aslında, "özgürleşmeden denetime kadar bir dizi anlamı içerir. Boş zaman, seçme/tercih, kaçış, spontanelik ve özgürlük anlamlarıyla yakından ilişkilidir. Boş zaman, koşuşturmalı bir iş yaşamından gevşeme, ferahlama ve kendini salıverme durumuna kaçışı ifade eder" (Hibbins, l996: 23). Boş zaman, bireylerin gündelik yaşamlarında karşılaştıkları sorunlardan kurtulmak için bir olanak olarak değerlendirilebilir. Ancak bu durum, bireylerin özne olarak değerlendirdikleri bir olanak olmaktan çıkmış; kapitalizm, bu olanağı farklı alanlar için daha iyi değerlendirmeye başlamıştır.

Kapitalist düzen, boş zamanı denetimi altına alarak; buna ideolojik, ekonomik ve sosyal pratikler eklemiştir. Kapitalizm, iktisadi ve toplumsal bir sistem olarak; kendi dinamiklerini temelden örgütlemektedir. Kapitalizmin dinamikleri; toplumsal yaşamı,

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

kültürel etkileşim süreçlerini ve politikayı da etkilemektedir. Kapitalist sistem, her şeyi kendi mantığı içine yerleştirerek; bireylerin boş zamanlarını denetim altına almaktadır (Aytaç, 2004: 117).

Günümüzde boş zaman, çalışma zamanının bir sonucu olarak, çalışma dışı zamanı da kesin ve net çizgilerle ayırmaya başlamıştır. Bireylerin, boş zamanlarında neler yapacağı sistem tarafından belirlenmiştir. Bu yönüyle boş zaman, hem çalışma zamanını hem de çalışma dışı zamanı yeniden üretmektedir (Juniu, 2000: 71).

Fordist ve post-fordist üretim biçimleriyle ortaya çıkan yabancılaşma ve boş zaman, kapitalizmin bir sonucudur. Kapitalist dünya içerisinde, yabancılaşma ve boş zaman öncelikle işçileri, daha sonra ise bütün bireyleri etkilemiştir. Bireyler, üretim aşamalarında olduğu gibi; gündelik yaşamlarında da yabancılaşmıştır. Artık, boş zaman, kapitalist yönlendirmeyle, bireylerin sadece haz duyma ve daha fazla tüketme zamanı haline dönüşmüştür.

3. Küreselleşme ve Enformasyon Toplumu

Yirminci yüzyılın ortalarından günümüze, küreselleşme ve enformasyon toplumu tartışmaları dünya gündeminin merkezi konularından birini oluşturmaktadır. "1970'li yıllardan itibaren iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler yeni dünya düzeni değerlendirmesi içinde kendisini göstermektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin, gündelik yaşamın bireysel, kamusal yaşamın kolektif pratiklerine kadar her alandaki etkilerini değerlendiren bu görüşler, oldukça farklı yaklaşımlar içinden beslenmektedir" (Timisi, 2003: 77). Bu bölümde, teknolojik devrim ile birlikte bu farklı yaklaşımlar değerlendirilmiştir.

3.1. Yeni İletişim Sistemleri ve Teknolojik Devrim

Yirminci yüzyılın ikinci evresinde yaşanan teknolojik gelişmeler, dünya genelinde iyimser ve kötümser tartışmaları beraberinde getirmiştir. Teknolojik gelişmeler; her ne kadar askeri amaçlı ilerlemelerin sonucu olsa da, toplumsal yaşamı kapitalizm bağlamında büyük ölçüde etkilemiştir.

Toplumsal gelişmeler tarihinin, teknolojik üretim çerçevesinde oluşan etkinliklerin yapısal olarak belirlenmesiyle ilişkili kılınması, yaygın bir analiz biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. 1960-1980 yılları arasında gerçekleşen bir dizi bilimsel

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

ve teknolojik yenilik, yeni bir teknolojik devrim çağının yaşanmaya başladığını vurgulamıştır. Ayrıca, bu devrimin toplumsal, ekonomik, siyasal ve kültürel alanı yeniden yapılandırdığı ileri sürülmektedir. Teknolojik devrimin nitelikleri ve etkileri, toplum bilimlerini yakından etkilemekte ve yeni teknolojilerin giderek artan egemenliği, farklı açıklama biçimlerinin içinde kendi yorumlarını da oluşturmaktadır (Timisi, 2003: 77-78).

Bilgi toplumu ile enformasyon toplumunun ne olduğu konusunda farklı yaklaşımlar vardır. *Birincisi*, bilgi toplumunu, metadan çok bilgi üreten bir toplum olarak görür. *İkincisi*, bilgi toplumunu, enformasyon artışı olarak ele alır. *Üçüncüsü*, bilgi toplumunu, iletişim ve enformasyon teknolojileriyle özdeşleştirmektedir. Aralarında fark olmamasına karşın; bu yaklaşımlar, bilgi ile enformasyon arasında net bir ayrım yapmamaktadır. *Bilgi ya da enformasyon toplumu*, insanların yaşamlarını ilgilendiren çeşitli enformasyona kolayca erişebilmelerine, bu enformasyonu bilgiye dönüştürebilmelerine ve dolayısıyla da, kendilerini geliştirebilmelerine olanak tanıyan bir toplum olarak tanımlanmaktadır (Kocacık, 2003: 3).

Yeni iletişim teknolojileri ile değişen ve dönüşen dünya, birçok düşünür tarafından enformasyon toplumuna geçiş olarak değerlendirilmiştir. "Yeni teknolojik paradigmanın özelliği; enformasyon işleme sürecinin teknolojik devrimin özünü oluşturmasıdır. Bütün yeni teknolojik gelişmeler, yeni bilgi üzerine dayanmaktadır. Ancak, içinde yaşadığımız teknolojik devrim sürecini diğerlerinden ayıran, enformasyonun hammadde olması ve bu hammaddenin işlenmesi sonucu ortaya çıkan ürünün ise yeni bir enformasyon olmasıdır" (Timisi, 2003: 78). Günümüz dünyasında, üretim süreçleri; bilginin üretilmesi ve yeni formlara dönüşmesi olarak nitelendirilmektedir. Kaldı ki, egemen sistem günümüzde, bilgiye ve bilginin üretimine daha fazla önem vermektedir.

Teknolojik devrimin getirdiği önemli yeniliklerden biri, yeniliğin ürün üzerine olmaktan çok, üretim sürecinin kendisine ilişkin olmasıdır. Örneğin, sanayi devriminde ürünler fazlalaşmış; çok sayıda meta ve hizmet ortaya çıkmıştır. Bunlara karşılık, teknolojik devrimle birlikte; üretim, dağıtım, ulaşım ve yönetim biçimlerinde önemli değişiklikler gerçekleşmiştir (Şaylan, 1994: 114). Bu durum, kapitalizmin kendisini yeniden ve daha güçlü bir şekilde yapılandırmasına neden olmuştur.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Teknolojik devrim, belirli teknolojilerin yüksek düzeyde birbirleri ile olan iç içe geçme durumuyla oluşmuştur. Bu teknolojilerde; mikro elektronik, telekomünikasyon, bilgisayar ve enformasyon sistemleri içiçe geçmiştir. Bu anlamda, teknolojik sistemler içerisindeki oluşumlar ayrıksı düşünülmemelidir. Günümüzde, bireylerin kolektif ve bireysel varoluş süreçleri, yeni teknolojik ortamlar aracılığıyla doğrudan biçimlenmekte ve şekillenmektedir. Yeni teknolojik ortam; toplumsal ve ekonomik alanları şebeke şeklinde birbirine etkin bir şekilde bağlamaktadır. Bu yapılanma, esnek bir değişim olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumsal ve ekonomik örgütlenmeleri oluşturan kavram ve yapılar; bu esnek yapılanma içinde yer değiştirilebilir. Bu esneklik, hem özgürleştiricidir hem de baskıcı bir unsudur (Castells, 2005: 69-75). Kaldı ki, birçok toplumsal kurum ve sosyal oluşumların yapıları, teknoloji ile sürdürülmektedir. Teknoloji ile sürdürülen bu yapılar, birbirlerine bağımlı bir şekilde işlemektedir. Ancak, teknolojideki gelişmelerde esnek bir yapılanma söz konusudur. Bu esnek yapılanma yüzünden sözü edilen yapılar değişikliğe uğrayabilir.

Manuel Castells'e göre, teknolojik devrimler süreç içerisinde kendisini göstermektedir. Bu süreklilik, toplumsala ilişkin yavaş bir seyirde işlemektedir. Teknoloji ve bilgi devrimini niteleyen unsur; bilgi ve enformasyonun tek başına merkeziliği değil; ancak, bilgi ve enformasyonun, bilginin sürekliliğinin sağlanmasında ve enformasyon işlemede kullanılmasıdır. Bu anlamda, bilgi ve enformasyon teknolojileri sürekli gelişen bir süreçtir (2005: 78-88).

Geleneksel iletişim araçlarından ayrı duran sayısal televizyon, İnternet, GSM, WAP, GPRS, CD, VCD, DVD, etkileşimli CD, çift taraflı CD ve benzeri sayısal teknolojiler yeni iletişim teknolojileri olarak tanımlanmaktadır (Törenli, 2005: 88). Everett Rogers'a göre, yeni iletişim teknolojilerinin üç özelliğinden söz edilebilir:

(a) *Etkileşim* (interactive): İletişim sürecinde etkileşimin varlığı gereklidir. Alıcı ve verici tarafların eş zamanlı iletişimidir.

(b) *Kitlesizleştirme* (demassification) : Büyük bir kullanıcı grubu içinde her bireyle özel mesaj değişimi yapılabilmesini sağlayacak kadar kitlesizleştirici olabilir.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

(c) *Eşzamansız* (asenkron) olabilme: Yeni iletişim teknolojileri birey için uygun bir zamanda mesaj gönderme veya alma yeteneklerine sahiptirler. Aynı andalık gerekliliğini ortadan kaldırırlar (Aktaran Geray, 2003: 18-19).

Günümüzde kullanılan yeni iletişim teknolojileri; karşılıklı etkileşim sağlar, zaman kavramını ortadan kaldırır ve iletişimi kitlesizleştirir. Yeni iletişim teknolojilerinin kapsadığı ve sürekli olarak yenilenen ve değişen özelliklerinden dolayı, bu teknolojilerin anlamlandırılmasında da farklılıklar olmaktadır. Önceleri, yeni iletişim teknolojileri denildiğinde; radyo, televizyon telekomünikasyon aklımıza gelirken; günümüzde bu kavram kullanıldığında; mobil iletişim ve internet akla gelmektedir.

Yeni iletişim teknolojilerinin en önemli kurgusal olgusu iletişimdir. Birey internet üzerinden elektronik posta gönderip alabilmekte, sohbet edebilmekte, tartışma yaratıp, bu tartışma gruplarına katılabilmekte ve başkalarının kullanımı için web sayfaları yaratabilmektedir. Tüm bu işlemler, dünyanın herhangi bir yerinden zaman ve mekân kavramı olmaksızın gerçekleştirilebilmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin iletişim işlevine ek olarak, bu teknolojik araçları; küresel bir kütüphane, araştırma ve eğitim teknolojileri araçları olarak da görmemiz mümkündür. Yeni iletişim teknolojileri kurgusu itibariyle, üç tip iletişim çeşidini içermektedir. Bunlar; kişilerarası iletişim, grup iletişimi ve kitle iletişimidir (Gümüş, 2004: 17).

Yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu teknolojik olanaklar (örneğin, elektronik posta-e-mail), iletişim için gönderici ile alıcının aynı zamanda birarada bulunması zorunluluğunu da ortadan kaldırmaktadır. Mektuptan farklı olarak, kişiler arasındaki coğrafi uzaklık önemsiz hale gelmektedir. Yeni medya, bütün bilinen farklı ortamları biraraya toplama yetisine sahip bir özelliktedir. Buna, *multimedia* ya da *çoklu ortam* denilmektedir. Metin, durağan görüntü, hareketli görüntü, ses gibi ortamların birliktelikleri multimedia kavramının özelliklerini oluşturmaktadır (Lister vd.'den aktaran Dilmen, 2007: 115).

Gazete, radyo, televizyon gibi özellikleri bünyesinde toplayabilen yeni iletişim teknolojileri, geleneksel medya araçlarının özelliklerini kapsarken; anında etkileşim ve geriye dönüşlülük sağladığı için de geleneksel medya araçlarından ayrılmaktadır.

Yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, toplumsal ve siyasi açıdan önemli sonuçlara yol açmıştır. Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte, elde edilen enformasyon

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

oranları fazlalaşmıştır. Bunun yanı sıra, iletişim hızlanırken; kullanıcı kontrolünde de artış olmuştur. Kitlesel yayıncılıktan, dar yayıncılığa geçiş olanağı ortaya çıkarken; bireyler yayıncı konumuna gelmiştir. Bunlara ek olarak, yeni iletişim teknolojilerinin iletişim sürecine kazandırdığı en önemli öğe ise, karşılıklı etkileşim kapasitesini arttırmasıdır (Timisi, 2003: 83-85).

Özetle, yeni iletişim teknolojileri gündelik yaşamda, her açıdan büyük değişiklik ve gelişmeler yaratmıştır. Günümüzde, birçok insan yeni iletişim teknolojilerini kullanarak, gündelik yaşam işleyişini sürdürmekte ve birçok eylemini bu araçlar aracılığıyla gerçekleştirmektedir.

3.2. Enformasyon Toplumu Tartışmaları

Yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlık kazandığı günümüzde, düşünürlerin enformasyon toplumuna ilişkin yaklaşımlarında faklılıklar gözlemlenmektedir. Enformasyon toplumu; bilginin en değerli kaynak, üretim aracı aynı zamanda da temel ürün olarak görüldüğü toplumlardır. Bu toplumlarda, işgücünün çoğunluğunu enformasyon endüstrilerinin işçileri oluştururken; ekonomi ve siyasette baskın olan öğe ise enformasyondur.

Enformasyon toplumuna ve teknolojik araçlara olumlu anlamlar yükleyen Marshall McLuhan; iletişim araçlarının gelişiminin kültürü yaygın hale getirerek, dünyayı küresel bir köye dönüştüreceğini öne sürmüştür. McLuhan'a göre, elektronik medya ile dünyanın algılanması kolektif olarak değişecek ve herkes bilgiye istediği şekilde ulaşabilecektir. Küresel köyde, dünya tek bilinçlilik haline gelerek, ortak bir noktada birleşecektir (Altay, 2005: 17). Gelişen iletişim araçları ile dünya küresel bir köye dönüşse de, bilgiye ulaşım McLuhan'ın vurguladığı şekilde gerçekleşmemiş; bilgi, iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanan, bu araçlara sahip olan sınıf tarafından şekillendirilmeye ve yönlendirilmeye başlanmıştır. Günümüzde kitle iletişim araçları, bilginin yönlendirilmesi ve şekillendirilmesinde en önemli araçlar olarak görülmektedir. Bu yüzden, sosyal ağ yapıları ve kitle iletişim araçları kişileri yönlendirmek ve manipüle edebilmek için egemen güçler tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Egemen güçlerin tekelinde olan gerçek bilgiyi toplumun diğer kesimlerine aktarmak için, sosyal ağları daha demokratik bir şekilde oluşturmak isteyen bireyler; bu tekelleşmeyi kırmaya çalışmakta ve zaman zaman başarılı sonuçlar da elde etmektedir. Ancak, egemen

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

güçlerin sahipliği ve denetiminde olan kitle iletişim araçlarının hâlâ en büyük enformasyon kaynağı olduğu toplumlarda bu durum etkin bir şekilde gerçekleşmemektedir.

İyimser olarak değerlendirilebilecek bir başka düşünür de Alvin Toffler'dır. Toffler, insanlık tarihindeki dönüşümleri "dalgalar" olarak irdelemektedir. Günümüzde yaşanmakta olan *üçünücü dalganın* da bir sorun yerine, bir olanak olduğunu düşünenlerdendir. Toffler'in belirttiği üçüncü dalganın getirdiği büyük değişim, bilginin kitlesizleştirilmesidir (demassified). *İkinci dalganın* kitlesel bilgisinden farklı olarak, üçüncü dalgada başat bilgi formu; gelip geçici, değişken, kişiye göre düzenlenmiş (customized) bilgidir. Toffler'a göre, ikinci dalganın kamusal yarar bilgisi herkes için yararlı olmuştur. Çünkü, birçok kişinin enformasyon gereksinimleri standart hale getirilmiştir. Oysaki, üçüncü dalgada pazarın doğası değişmiştir. Standartlaşmış ürün talebinin temeline kişilerin gereksinimlerini koymak mümkündür. Bilginin kişiye özel üretiminin, ucuzlaması ve dağıtımındaki hızlanma kişiye özel gereksinimlerin de gelişmesine yol açarken; teknolojinin pazar üzerindeki etkisi, dinamik rekabetin temel kural olduğu bir pazar kavramını gündeme getirmektedir. Üçüncü dalgada ekonomik merkezli kaynaklar; veri, enformasyon, imgeler, semboller, kültür, ideoloji ve değerler olarak görülmektedir (Toffler, 1981: 24).

Ancak, üçüncü dalga ile birlikte büyük bir bilgi açığı oluşmuştur. Bu bilgi açığı, bilgiyi elinde bulunduran sınıflar tarafından doldurulmuştur. Bu durum ise, herkesin gerçek bilgiye ulaşmasını engellemiştir. Toffler (1981) ayrıca, sanayi sonrasında bireylerin tüketen üreticilere dönüşeceğini vurgulamıştır. Toffler'ın irdelediği üreten-tüketici kavramı, sosyal ağlar ile birlikte gerçekleşmiştir. Kaldı ki, günümüzde, bireyler sosyal ağlar aracılığıyla içeriği hem üreten hem de tüketen bireyler haline dönüşmüştür.

Enformasyon toplumunun ilk kuramcılarından olan Yoneji Masuda ise, 1960'larda sosyo-ekonomik sistemin; kamusal sermaye, insani sermaye ve sinerji ile toplumsal yarar tarafından karakterize edilen gönüllü bir sivil toplum olacağını vurgulamıştır (Masuda, 1980'den aktaran Dağtaş, 2007: 259). Bu toplum, çok merkezli ve gönüllülüğe dayalı bir şekilde dikey olarak değil, yatay olarak işlevsel bir toplumsal düzene sahip olacaktır. Masuda'ya göre, politik sistem katılımcı demokrasi şekline dönüşecektir. Azınlıkların görüşlerinin de ele alındığı, uzlaşmalar üzerinde temellenen bir katılımı ve toplumun bütünü tarafından oluşturulan ortak hedeflerin, bireylerin ve

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

grupların eşgüdümlü ve gönüllü eylemleriyle gerçekleştirilmesi üzerine temellenen sinerjik toplumda; yurttaşların en önemli hakkı, katılımcı hareketler ve muhalefet edebilme olanağı olacaktır. Masuda, oluşacak olan bu yeni toplumu *computopia* olarak tanımlamaktadır. Bu toplumda, herkes kendi bireysel geleceğini gerçekleştirme ve gereksinimlerini karşılama olanağına sahip olacaktır. Computopia, küresel olacaktır. Çünkü, fikirlerin ve amaçların paylaşılmasına gönüllü olarak dünyanın her yerinden topluluklar katılacaktır. Masuda'ya göre, computopia, yirmi birinci yüzyılın uzun-dönemli vizyonu olacaktır ve başlıca özellikleri ise; zamanı yakalama ve gerçekleştirme, karar alma özgürlüğü ve fırsat eşitliği, çeşitli gönüllü toplulukların gelişmesi, birbirine bağlı sinerjik topluluklar şeklinde sıralanmaktadır (Masuda, 1980'den aktaran Dağtaş, 2007: 259).

> Computopia idealinde tehlike, enformasyon teknolojilerinin sağladığı olanakların, "denetlenen bir toplum" yaratılmasına yol açacağı endişesidir. Ayrıca, Masuda, bireylerin ve toplulukların ortak hedeflerini gerçekleştirecek eşgüdümlü ve gönüllü katılımdan söz ederken, bu ortak açılımları kimin tanımlayacağı sorusu üzerinde durmamaktadır. Varolan iktidar yapılarının, yeni medyanın yaygınlaşmasıyla ortadan kaldırılabileceğini düşünmek için ise yeterli gerekçe gösterilmemektedir (Dağtaş, 2007: 260).

Masuda'ya göre, enformasyonun herkes tarafından sınırsız bir şekilde kullanılmasıyla, kapitalist-işçi sınıflarına ilişkin gerginliğin yerini uyum alacaktır. Ancak, bu noktada, kaynakların nasıl dağıtılacağı sorusu göz ardı edilmiştir. Bu yaklaşım, iktidar yapılarını görmezden gelirken; siyasetin bilgisayar ile tikel iletişim alanında gerçekleşeceğini vurgulamaktadır (Dağtaş, 2007: 260).

Sandra Braman, enformasyon toplumunun başlıca üç gelişme evresi olduğunu belirtmektedir. *İlk evre*, on dokuzuncu yüzyılda başlamış ve iletişimin elektrik kanallarıyla gerçekleşmesiyle oluşmuştur. Yirminci yüzyılın ortalarında doğru başlayan *ikinci evre* ise; teknolojilerin yöndeşmesi ve enformasyonun, toplumun temel unsuru olduğunun kabul edilmesiyle karakterize edilmiştir. 1990'larda başlayan *üçüncü evre* ise, enformasyon sistemlerinin birbirleriyle, ulusal sınırları aşan sistemlerle ve diğer

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

sosyal sistemlerle uyumlanmasıyla gerçekleşmiştir. Bu evrelerin gelişimi, her toplumsal yapı için aynı şekilde gerçekleşmemiştir (Mutlu, 2008: 94).

Daniel Bell ise, enformasyon toplumunun bütünleştirici üç tür altyapısının olduğundan söz etmektedir. Bunlar; *ulaşım, enerji şebekesi* ve *iletişimdir*. Enformasyon toplumunda telekomünikasyon, bir toplumu birarada tutan temel altyapıya dönüşmüştür. Enformasyon toplumları, toplumsal eylemlerin gerçekleştiği alanları genişletmektedir. Enformasyon toplumunun yaratılması, sanayi sonrası toplumun genişlemesini hızlandırmaktadır. Sanayi sonrası bir devlette, öncelikle mal üretiminden hizmetlerin satışına doğru bir değişme gerçekleşmektedir. Bu toplumun ikinci boyutu daha önemlidir. Çünkü, ilk kez yenilik ve değişme kuramsal bilginin derlenmesinden türememektedir. Enformasyon toplumunun en önemli özelliği, bilginin toplumu dönüştürücü bir güç olmasını sağlamasıdır (Mutlu, 2008: 95).

Castells, yaşanmakta olan gelişmeleri toplumsal yapıdaki bir dönüşüm olarak görmekte ve bu gelişmelerin köklü değişimler yarattığını belirtmektedir. Castells'e göre ağ toplumu, üç bağımsız sürecin etkileşimi ile ortaya çıkmıştır. Bunlar; 1970' lerde bir değerler dizisi (paradigma) olarak sunulan bilgi teknolojisi devrimi, 1980'lerin durağanlığı ve çelişkilerini aşmak için yapılan ama açıkça farklı sonuçlar doğuran kapitalizmin yeniden biçimlenişi ve 1960'ların kültürel toplumsal hareketler ile bunların 1970'lerdeki sonuçları. Ağ toplumunu, bilgi teknolojisi yaratmamıştır. Ancak, bilgi teknolojisi olmadan, ağ teknolojisinin oluşması mümkün değildir. Castells, dünyanın hâlâ devam etmekte olan bir süreç olarak algılanması gerektiğini vurgulamaktadır (Castells, 2005: 35-43).

Castells'e göre, ağ toplumlarında *zamansız zaman* ve *akışlar uzamı* kavramları ortaya çıkmıştır. Zamansız zaman; biyolojik ile saat zamanından farklı olarak yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı ile tanımlanan zamanın bölümlenmesini (sequencing) ortadan kaldırma amacını taşımaktadır. Zamansı zaman da, tek bir hiper metinde geçmiş, gelecek ve şimdinin buluşması şeklinde işlemektedir. Enformasyon toplumundaki akışlar uzamında ise, bazı temel işlevler, uzak bölgelerdeki bilgi sistemlerini birbirine bağlayan elektronik devreler arasındaki alışverişler temelinde işlemektedir. Finans pazarları, küresel medya, teknoloji, bilgi, buna ek olarak elektronik temelli hızlı taşıma sistemleri de, bu uzaktan etkileşim kalıbını (patern) desteklemekte ve insanların hareketliliğini sağlamaktadır. Bu hızlı sistemler de, yeni teknoloji ve ağlar

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

sayesinde işlemektedir. Akışlar uzamı; akışlarda çalışan zaman paylaşımlı toplumsal pratiklerin maddi örgütlenmesidir. Bu maddi örgütlenme, akışlar ağının amaçları ve karakterlerine bağımlıdır. Ağ toplumundaki toplumsal egemenliğin temel bir biçimi, akışlar uzamının, mekânlar uzamının mantığının üstüne yayılması ve baskın hale gelmesidir. Akışlar uzamı, mekânlar uzamını yapılandırır ve biçimlendirir (Castells, 2005: 561-569; Laughey, 2010: 110-111).

Castells, ağ toplumundaki gerçek sanallık kültürünü ortaya koymaktadır. Gerçek sanallık kültüründe, elektronik medya araçları, gerçek deneyimlerin kendisi olmaktadır (Aktaran Laughey, 2010: 110). Castells'e göre, "gelecek, insan çeşitliliğini bastıran, kitle yönelimli, homojen bir kültürden çok; rekabet üstünlüğünün ürün farklılaştırma ve izleyici bölümleme yoluyla kazanıldığı, çeşitlilik kazanan bir popüler kültürün yönetiminde olacaktır" (Aktaran Stevenson, 2008: 311). Bu vurgudan da anlaşılacağı üzere, bizler, küresel bir köyde değil; küresel olarak üretilip, yerel olarak dağıtılan kişiye özel kulübelerde yaşamaktayız (Stevenson, 2008: 311).

> McLuhan'ın aracın iletinin kendisi olduğu kitlesel medya yorumlaması küresel köyden farklı olarak, Castells çoklu medya sistemleri ve bunların farklı izleyicileri hedef alan gücünün aslında ileti aracın kendisidir sonunu doğurduğunu belirtir. Örneğin çokuluslu şirketler, gençlik müziği gibi belli iletiler alır ve bu iletileri MTV gibi bir hücre içinde şekillendirirler. Böylelikle, MTV günümüz gençliğinin gerçek müzikal deneyimi olur. Castells kitlesel medya çağının bireyler arası iletişimi besleyen ve izlerkitlenin birörnekliğini ayrıştıran bilgisayar dolayımlı iletişimlerin yalnızca internet ile sınırlı değil- ortaya çıkışının bir sonucu olduğunu düşünür. Aslında, yeni medya teknolojileri farklı kültürel anlatımların içerimine ve buna bağlı olarak geleneksel kültürden etkilenen kitlesel medya örgütlenmelerini yitirmelerine olanak tanır. Bu türden bulgular ağ toplumunun iyimser olmamızı sağlayabilecek kimi noktaları da olduğunu gösterir (Laughey, 2010: 110).

Manuel Castells, *Enformasyon Çağı* (2007) isimli eserinin *üçüncü cildinde (Binyılın Sonu)*; küreselleşme ve enformasyon toplumu ile birlikte dünya genelinde

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

oluşan olumsuz yönlere vurgu yapmaktadır. Enformasyonel kapitalizmin dördüncü dünyaya yayılmasıyla, Afrika'da teknolojik ayrımcılık artmış; böylelikle, yoksulluk da kendisini daha fazla göstermiştir (Castells, 2007: 89-98). Bunun yanı sıra, Amerika Birleşik Devletleri'nde, enformasyon çağında eşitsizlik, kentsel kesimde yoksulluk ve toplumsal dışlanma kendisini daha fazla göstermeye başlamıştır (Castells, 2007: 166). Amerika, yükselen ekonomisinin aksine; küreselleşme ve ağ toplumlarında oluşan olumsuz durumları da yoğun bir şekilde yaşamaktadır. Castells, bu durumu "enformasyonel kapitalizmin" kara delikleri olarak tanımlamaktadır (Castells, 2007: 213).[10]

Paul Virilio ise; Manuel Castells'e göre ağ toplumları ve yükselen teknoloji ile ilgili olarak daha olumsuz bir tablo çizmektedir. Virilio'ya göre "bugün hızlanan şey artık tarih değil, gerçeğin kendisidir" (Virilio, 2003: 13). Gerçek, teknolojik araçların etkisiyle çok hızlı bir şekilde yaşanmaktadır. Gelişen teknoloji tele-gözetimi ortaya çıkarmıştır. Tele-gözetim, küreselleşmeyle birleşerek; etkisini daha fazla arttırmaya başlamıştır (Virilio, 2003). Virilio, yeni iletişim teknolojilerinin, insan duyuları üzerinde olumsuz etkileri olduğunu belirtmektedir. Modern medya iletişiminin gerçek zamanı, ortak gerçeklik kavrayışımızı temelinden değiştirmiş ve bozmuştur. Virilio, bu noktada, teknoloji ile iletişim ve savaş ile hız arasında önemli bağlantılar kurar. Bu sınırlar içerisinde sanal gerçeklik ve internet, tamamen yeni iletişim biçimlerini değil; modernitenin temel yönlerinin abartılmasını ve bir teknolojik fundamentalizm biçiminin egemenliğini ortaya koymaktadır (Stevenson, 2008: 323).

Her şeyi kendi evinde yapmaya olanak veren ekranlar, bütünü aracılığıyla eve kapanık kalma ve evde eylemsizlik; aynı anda her yerde olma, anındalık ve aşırı algılama arayışının öteki yüzü olarak ortaya çıkmıştır. Yitirilen; süre duygusu, vücut devinimi ve aynı zamanda da toplumsal yaşam olmuştur (Mattelart ve Mattelart, 2011: 144).

Özetle, enformasyon toplumu ile ilgili olumlu ve olumsuz düşünceler bulunmaktadır. Teknolojik gelişmelerin, yaşamı kolaylaştırdığı ve gündelik yaşamın

[10] Bu olumsuz özelliklere ek olarak, enformasyonel kapitalizmle birlikte, dünya genelinde küresel suç da artmıştır. Özellikle Latin Amerika'da küresel suç; ekonomi, siyaset ve kültür üzerinde olumsuz etkilere yol açmıştır (Castells, 2007: 270). Castells, enformasyon toplumunu ve teknolojik devrimi tüm yönleriyle değerlendiren bir düşünür olarak öne çıkmaktadır. Teknolojik determinizmden uzak bir görüntü çizen Castells, bunu yaparken ağ toplumlarının olumlu özelliklerine de vurgu yapmaktadır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

akışında çok önemli bir yer edindiğinden söz edilebilir. Buradaki önemli nokta, teknolojiye taparcasına yönelmemek; teknolojinin olumsuz yönlerini de görebilmektir.

4. İnternet, Sosyal Ağlar ve Yeni Medya

Gelişen teknolojiler artık, her geçen gün toplumsal yaşamda daha fazla yer kaplamaya başlamıştır. İnternet, içinde bulunulan çağa damgasını vurmakta ve gündelik yaşamın vazgeçilmezi haline gelmektedir. İnternet aracılığıyla, sanal ortamda arama yapılarak pek çok bilgi ve belgeye ulaşılabilmekte, alışveriş yapılabilmekte, yeni insanlarla iletişim kurulabilmektedir. Web *1.0* ile başlayan internet teknolojisi ve ortamları, web *2.0* teknolojisinin toplumsal yaşama girmesiyle sosyal ağların da oluşmasına neden olmuştur. Yeni medya araçları ve internet aracılığıyla yükselen sosyal ağlar, sanal ortamda oluşan yeni bir dünyanın yükselmesine olanak tanımıştır. Dolayısıyla, çalışmanın bu bölümünde sırasıyla; internetin ortaya çıkışı ve etkileri, Web 1.0, 2.0 ve 3.0 teknolojileri ve yeni medya ile sosyal ağlar tanımlanmıştır.

4.1. İnternetin Ortaya Çıkışı ve Etkileri

Askeri amaçlı ilerlemenin sonucu olarak toplumsala giren internet teknolojisi, bugün gündelik yaşamın akışında önemli bir yer edinmeye başlamıştır. İletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler, toplumsal iletişimde yeni bir aktör olan interneti gündeme getirmiştir. Özellikle 1990'lı yılların başından başlayarak kamusal kullanımı yaygınlaşan internet, yalnızca iletişim teknolojisi alanında bir yenilik olmakla kalmamış; aynı zamanda, gerek akademik gerekse popüler ilginin merkezine oturmuştur. İnternet ile ilgili çalışmalar iletişim disiplininde yoğunlaşmış; ancak, sonrasında psikolojiden sosyolojiye, siyaset bilimine kadar pek çok disiplinin araştırma alanlarına eklemlenmiştir. İnternete yönelik popüler ilgi ise, aracın kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte artmış; kişisel kullanıcının pek çok gereksinimine yanıt veren bir iletişim ortamı olmasıyla önem kazanmıştır (Timisi, 2003: 121).

"Ağların ağı olarak tanımlanan internet", fiziksel ya da elle tutulur bir araç olmaktan ziyade; birbirine bağlı sayısız küçük bilgisayar ağlarından oluşan büyük bir bilgisayar ağıdır (Timisi, 2003: 121). "Bugün içinde varolmaya çabaladığımız dünya, birbirine bağlı bilgisayar ağları ile bir bütün olarak değişim geçirmektedir" (Turan, 2009: 337). Günümüzde toplumsal değişimin en önemli öncülerinden birisi internet

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

olmuştur. Yirminci yüzyılın son otuz yılında internetin ortaya çıkışı ve gelişimi; askeri strateji, bilimin büyük işbirliği ve teknolojik girişimciliğin ürünüdür. İnternetin kökleri, dünyanın en yenilikçi araştırma kurumlarından birinin çalışmalarında yatmaktadır. Bu kurum; ABD Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Kurumu (ARPA)'dır. 1950'lerde ilk Sputnik'in fırlatılışıyla bu kurum, Enformasyon Çağı'nın öncüsü olan bir dizi kararlı girişimde bulunmuştur. 1960-1964 döneminde, Rand Corporation'da görev yapan Paul Baran'ın bir fikrinin geliştirilmesiyle çizilen bu stratejilerden biri de, nükleer saldırılardan etkilenmeyecek bir iletişim sistemini tasarlamak olmuştur. Paket-Anahtar iletişim teknolojisine dayanan bu sistem, ağın komuta ve kontrol merkezlerinden bağımsız olmasını sağlayacak; böylece, mesaj birimleri ağ içinde kendi yollarını bulup, ağın herhangi bir noktasında tutarlı bir anlamda yeniden toplanabilecekti. Daha sonra dijtal teknoloji, ses, görüntü ve mesajların paketlenmesi sağlanmıştır. Böylelikle, bağlantıları kontrol merkezleri kullanmaksızın iletebilen bir ağ oluşturulmuştur. Dijital dilin evrenselliği ve iletişim sisteminin ağ oluşturmaya yönelik saf mantığı; yatay ve küresel iletişim için teknolojik koşulları hazırlamıştır (Castells, 2005: 58).

Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı'nın attığı bu ilk adım, internetin sadece oluşmasını sağlamıştır. Bundan sonraki yıllarda ise, internet üzerindeki gelişmeler artarak devam etmiştir. İlk gerçek kullanıcı dostu internet arayüzü, 1991 yılında Minnesota Üniversitesi'nde oluşturulmuştur. Kampüs içinde yerel ağda bilgi ve dosyalara erişim için basit bir menü sistemi geliştirilmiş, daha sonra geliştirilen bu sistemin kişisel bilgisayarlarda da kullanım olanakları tartışılmaya başlanmıştır. Bir süre sonra, Gopher geliştirilmiştir. Gopher, internette arama yapan kelimeye dayalı bir arama motorudur. Oluşturulan bu basit menüler, günümüzde karmaşık sistemlere dönüşmüş, ticarete dayalı internet sistemleri devreye girmiştir. İnternet birbirine bağlı bilgisayarlardan oluşan yerel ağlar ve bilgi işlem kaynaklarının olduğu oldukça büyük bir ağdır. İnternete bağlı bilgi işlem kaynaklarına düğüm adı verilmektedir. Sunucu bilgisayarlar, switch ve kişisel bilgisayarların tümü birer düğüm olarak tanımlanabilir. Her düğüm, IP adresi adı verilen özel bir numara alır (Uğur, 2011: 33-34).

Günümüzde, kişisel bilgisayarlardan IP numaraları değiştirilerek, devlet tarafından erişimi engellenmiş internet sitelerine girmek mümkündür. Bununla birlikte,

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

internete bağlanan her bilgisayarda IP numarası olması, devlet tarafından gözetlenmeyi de beraberinde getirmektedir.

John Pery Barlow, interneti; ateşin bulunuşundan sonraki en önemli icat olarak nitelendirmektedir. Ayrıca, internet teknolojisinin Gutenberg'den beri ortaya çıkan en önemli buluşlardan birisi olduğunu da vurgulamaktadır (Aktaran, Turan, 2009: 34).

İnternet, toplumsal alanda birçok değişim ve dönüşüm gerçekleştirmiştir. Bu gelişmeler, 1960'lı yıllardan itibaren gözükmeye başlasa da; 1990'lı yıllardan itibaren hız kazanmaya başlamıştır. İnternetle birlikte modernizim, post-modernizme dönüşmüştür. Küreselleşmenin aşamaları daha da hızlanmış, yoğunluğu da gittikçe artmıştır. Özellikle, Batı temelli bir ağ toplumu oluşmuştur. Bunun yanı sıra, hepsini kapsayan bir teknokültür içinde yaşamaya başlayan insanlar, kendi kültürlerini internetle oluşturmaya başlamıştır (Lister vd., 2009: 10-11). İnternet aracılığıyla oluşturulan teknokültür, her ne kadar özgün bir kültür olarak görülse de; aslında oluşan bu kültür belirli yönlendirmeler aracılığıyla yaratılmaktadır. Çünkü, internetin sahiplik yapısı bu yönlendirme dinamiklerini elinde bulundurmaktadır.

İnternet, günümüzde önemli bir bilgi kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır. Arama motorları aracılığıyla sınırsız bilgiye ulaşmak mümkün olmuştur. Bunun yanı sıra, internetin iletişim üzerinde önemli bir etkisi olmuştur. Mekân ve zaman kavramlarını yok sayan internet, çok uzak coğrafyalarda yer alan bireylerle de karşılıklı iletişimi mümkün kılmıştır (Uğur, 2011: 37-40).

İnterneti iletişim açısından, diğer kitle iletişim araçlarından (telgraf, telefon, radyo, televizyon) ayıran önemli özellikler bulunmaktadır. İnternet, hem bireysel ve grup hem de çoklu iletişimi bünyesinde barındırmaktadır. Ayrıca internet, yayıncılık için düşük bir maliyet yaratmaktadır. İnternet aynı zamanda, maliyeti az küresel çoklu iletişime olanak vermiştir. Son olarak ise, kişilerarası bireysel iletişim çok daha kolay hale gelmiştir (Timisi, 2003: 126). Bu özelliklerinin dışında internet genel olarak; eğitim ve öğrenmede yenilikler yaratmıştır. Aynı zamanda, demokratik açıdan yeni olanaklar internet aracılığıyla daha da artmıştır (Lister vd., 2009: 166). İnternetin, iletişim ve diğer açılardan yaratmış olduğu yenilik-kolaylıklar görmezden gelinmemelidir. Ancak, toplumu oluşturan bireylerden hangi sınıfsal katmanların internet teknolojisinden özgürce yararlanabildiği de ayrıca değerlendirilmek durumundadır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

İnternet, internet tabanlı bir toplumun oluşmasına neden olmuştur. Özellikle sanal topluluklar, kendi aralarında birleşerek; ortak zevk ve eğlencelerini internet aracılığıyla paylaşmaya başlamışlardır (Jankowski, 2006: 61-64). İnternet merkezli oluşan sanal toplulukların kendilerine özgü bir kültürü bulunmaktadır. Bu topluluklar, internet aracılığıyla kültürlerini hızlı ve uzlaşımsal bir şekilde yayma olanağı bulmaktadırlar (Poster, 2006: 135).

Bireyler, kendilerini belirli bir zaman ve mekânda var etse de, internet zaman ve mekân algısını yok etmektedir. Ancak, mekân ve zamanı; insani varoluştan ayırmak, varoluşa karşı bir yabancılaşmayı da oluşturmaktadır (Turan, 2009: 346-347). Bu yabancılaşma, bireyin gündelik yaşamına olumsuz etkilerde bulunabilmektedir.

Askeri amaçlı bir proje sonucu temelleri atılan internet, aradan geçen yıllar içinde büyük değişiklikler ve gelişmeler yaşamıştır. İnternetin değişim hızı göz önüne alındığında, gündelik yaşamın da aynı hızda değiştiğini söylememiz mümkündür. Günümüzde internet, sadece bilgi elde etmek amacıyla kullanılmamaktadır. İnternet, "kendi gerçekliğiyle ve kendi gerçekliği üzerinde çok yönlü bir iletişim aracı, çok yönlü bir eğlence aracı, çok yönlü bir tüketim aracı, çok farklı deneyimler alanı, çok farklı kimlikler yaratabilme alanı ve çok farklı varoluşlar yaratan bir alandır" (Turan, 2009: 350).

Bu alanları bireyler, kendileri için olumlu yönde kullanabilirken; olumsuz yönde kullanımlar da gerçekleşebilmektedir. Bir sonraki altbaşlıkta web teknolojilerinin gelişimi ve bu gelişmelerin sosyal ağların oluşumuna etki eden yönlerine vurgu yapılmıştır.

4.2. Web 1.0, 2.0 ve 3.0 Teknolojileri

İnternet teknolojisi ve ortamları, *Web 1.0* ile başlamıştır. Kullanıcının içeriğe müdahale edemediği, sadece pasif bir şekilde ekrandan önüne gelenleri izleyebildiği bu teknoloji, günümüzde basit bir internet teknolojisi olarak görülmektedir. Kullanıcıların, içeriğe müdahale ettiği ve karşılıklı etkileşimin gerçekleştiği *Web 2.0* ise daha sonra ortaya çıkmıştır. Son yıllarda ise; *Web 3.0* eşdeyişle, semantik web ile anlam temsil etme ve cihazlar arası etkileşimle internet dünyası kendi kendini yaratmaya başlamıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> Tim Bemers-Lee'ye göre Web'in ilk uygulaması olan Web 1.0, salt okunur Web'i temsil etmekteydi. Bir başka deyişle önceleri Web'de yalnızca okumak ve bilgi aramak mümkündü. İçeriğe kullanıcıların katkısı yoktu ve kullanıcı etkileşimi neredeyse yok denecek kadar azdı. Bununla birlikte o dönemlerde çoğu web sitesi sahiplerinin istediği, çevirimiçi ortamda varlığını sürdürmek ve kendi bilgilerinin herhangi bir zamanda herhangi biri tarafından erişilebilir olmasıydı (Güler, 2011: 52).

Web 1.0 teknolojisinde internet kullanıcısı; site sahiplerinin, internet sitelerine koymuş oldukları içeriklerle yetinmek zorundaydılar. Bu durum ise, sınırlı bir bilginin varlığını sürdürmesine neden olmaktaydı. Web 1.0, büyük ölçüde bir okuma ve araştırma mecrası olarak değerlendirilmektedir. Web 1.0 ortaya çıktığı dönem için, önemli bir teknoloji olsa da; yalnızca teknolojiyle ilgilenen ve maddi açıdan iyi durumda olan insanların ilgilendiği bir oluşum olmuştur. Web 1.0, mevcut düzen ve gündelik yaşam içerisinde; sorunsuz bir ağın başlangıcı olarak görülmektedir (Laughey, 2010: 162-163). "Web 1.0 ortamı, sadece bilgiyi aramaya ve onu okumaya olanak tanımaktaydı. Üstelik web sayfaları çok az sayıda yazar tarafından, daha büyük sayıda okuyucu için yaratılmaktaydı" (Akar, 2010'dan aktaran Binark, 2012: 170). Kısaca özetlemek gerekirse, Web 1.0'ın kullanıldığı dönemlerde, web yayıncısı ile kullanıcılar arasındaki ilişki; kullanıcıların çeşitli bilgileri okuması ve görmesinden ibaretti.

Web 2.0 teknolojisi ise; ekonomik, sosyal ve ileri teknolojik eğilimleri biraraya getirmiş ve gelecek nesil için bir internet teknolojisi oluşturmuştur. Bu teknoloji, daha ileri düzeyde, kullanıcıların katılımını sağlayan bir teknolojiye dönüşmüştür (Güler, 2011: 53).

Web 2.0'ın yenilikçi doğasını göz önünde bulundurarak; bu akımın varolan teknolojileri bir adım öteye götürmekten çok; yeni çevrimiçi uygulamalar yarattığını söylemek mümkündür. Hedefleri, karakteristik özellikleri ve tasarım ilkeleri konusunda ortak özelliklere sahip bu uygulamalar, uygulayıcının içerik oluşturma sürecine katılımını mümkün kılmasıdır (Constantinides ve Fountain, 2008: 234). Web 2.0'ın çığır açan özelliği ise, katılımcılara içerik oluşturma ve oluşturulan içeriğe müdahale etme olanağı sunmasıdır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Web 2.0 teknolojisi; "kullanıcı katılımının ön planda olduğu, işbirliğine dayalı ikinci nesil internet sistemini tanımlamaktadır. Getirdiği yenilikler ise; zengin kullanıcı deneyimi, kullanıcı katılımı, dinamik içerik, metadata, açıklık, özgürlük ve kolektif bilinçtir" (Güler, 2011: 54). Web 2.0 ile, yeni medyanın özelliklerinden birisi olan, "internet ortamında kullanıcı türevli içerik üretimi olanaklı hale gelmiştir" (Binark, 2012: 170). "Web 2.0'ın demokratik yapısı, her tür metin, ses, video içeriğini, etiketi, yorumu karşılıklı değiş tokuş edebilen ve hem iç hem de dış grup sayfalarına bağlantı yapabilen çok büyük sayıdaki iş gruplarının (arkadaş gruplarının) yaratımlarıyla örneklendirilebilir" (Akar, 2010'dan aktaran Binark, 2012: 170).

Facebook, twitter, wikipedia vb. internet siteleri web 2.0 teknolojileri ile şekillenmiştir. Kullanıcının içeriğe müdahale ettiği ve içeriği değiştirebildiği bu sitelerin dünya genelinde kullanımı yaygınlaşmıştır.

Günümüzde gelinen son nokta Web 2.0 olmasına karşın, yakın zamanda Web 3.0 ortamları da kullanılmaktadır. Web 3.0 kavramı, robot bilimi ile ilgili olup yapay zekâ konusunda yapılan çalışmaların web ortamına uyarlanması ile internette bulunan bilgilerin makineler tarafından anlaşılabilmesi demektir. Web 2.0 ile birlikte statik yayıncılıktan katılım mimarisine geçilmiş ve web kolektif bir beyne dönüşmüştür. Web 3.0 ise, interneti insanların beyinleri ve makinelerin devrelerinden oluşan kolektif bir ağa dönüştürmüştür (Civelek, 2009: 3).

Erkan Akar, Web 3.0'ın amacını şu şekilde açıklamaktadır: "Herkesin, her yerden her zaman herhangi bir aygıtı kullanarak erişimi kolaylaştıran özellikle aynı zamanda her yerde bulunan bir web olmasıdır" (Akar, 2010'dan Aktaran Binark, 2012: 172). Web 3.0 dönemi, sanal ortamda her geçen gün artan bilgi yığınını birbiri ile doğru ilişkilendirerek, anlamlı bir şekilde kullanıcının ekranına taşıyacak sistemlerin geliştirildiği bir dönemi ifade etmektedir. Özetle, Web 1.0 teknolojisi ile başlayan, Web 2.0 ve Web 3.0 teknolojileri ile devam eden internet uygulamaları sosyal ağların oluşumuna neden olmuştur.

4.3. Yeni Medya Ortamları ve Sosyal Ağlar

Web 1.0'dan sonra, Web 2.0'ın yaşamımıza girmesiyle birlikte; çift yönlü bir bilgi paylaşımının olduğu bir medya ortamı ortaya çıkmıştır. Zaman ve mekân sınırlamaları ortadan kalkarken, kullanıcıların içerik ürettiği ve daha da ileri giderek her

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

kullanıcının kendi medyasını şekillendirdiği bir ortam oluşmuştur. Sosyal medya, geleneksel medyadan; çift yönlü olması, bireylerin kendi ideolojik ve teknolojik içeriklerini yayması, zaman ve mekân sınırlaması olmaması gibi etkenlerden dolayı farklılık göstermektedir (Kara ve Özgen, 2012: vii).

İnternetle başlayan, sosyal medya ile hızına yetişilemeyen bir dönüşüm yaşanırken; iletişim teknolojileriyle de büyük ivme kazanan küreselleşmenin ekonomik, siyasi ve toplumsal etkileriyle başa çıkabilmek ve ayak uydurabilmek hiç de kolay olmamaktadır. Web 2.0'dan 3.0'a giden yol; internet reklamları, elektronik toplumun çocukları, yeni nesil tüketiciler enformasyon toplumu tartışmalarıyla ortaya çıkmıştır. Sosyal medya ile sadece disiplinler değil; paylaşım, arkadaşlık, özgürlük, güvenlik, şöhret gibi pek çok kavram yeni anlamlar kazanmaktadır. Sanal ortamda sürdürülen ilişkiler, sanal ortam paylaşımları ve sahip olunan sanal özgürlükler, gerçekliğin yeni bir boyut kazanmasına neden olmaktadır. Miş ve mış gibiler, gerçek (miş) gibi algılanmaya başlamıştır (Peltekoğlu, 2012: 6-7).

Yeni medya ortamları, sosyal medya ve sosyal ağları içerisinde barındırmaktadır. Yeni medya araçları, "her şeyden önce bireysel kullanım temellidirler, etkileşimsellik, multimedya biçemselliği vb. özelliklere sahiptirler" (Binark, 2012: 165).

Yeni medya kavramsallaştırılmasıyla, geleneksel medyadan (gazete, radyo, televizyon, sinema) farklı olarak; dijital kodlama sisteminde temellenen, iletişim sürecinin aktörleri arasında eşanlı ve çok yoğun kapasitede, yüksek hızda karşılıklı ve çok katmanlı etkileşimin gerçekleştiği multimedya biçimselliğine sahip iletişim araçlarına vurgu yapılmaktadır (Van Dijk, 2004'den aktaran Binark, 2007: 5). Bu durum, enformasyonun düzçizgisel iletiminden hipermetinselliğe geçmesine neden olmuştur. Hipermetinsellik, ağ üzerinden başka alternatif mecralara kolayca erişimine olanak verir. Yeni medyanın etkileşimsellik özelliği, kurulan iletişim sürecine iletişim uzamında karşılıklılık ya da çok katmanlı iletişim olanağı kazandırır. Etkileşimsellik özelliğinin iletişim sürecine ilişkin bir diğer dönüştürücü etkisi de, iletişimin eşanlı olmasını sağlamasıdır. Yeni medyanın bu özelliği, geleneksel medyadan farklı olarak, kullanıcıların iletişim sürecindeki rolünü farklı şekillerde etkilemektedir (Binark, 2007: 21-22). Yeni medyanın sahip olduğu multimedya biçimselliği; göstergelerin, simge sistemlerinin, iletişim çeşitlerinin, farklı veri türlerinin tek bir araçta toplanmasıdır (Van Dijk, 2004'den aktaran Binark, 2007: 21).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Yeni medyanın depolama kapasitesinin yüksek olması ise, kullanıcıların seçiciliğini desteklemektedir. Yeni medyanın multimedya ile depolama kapasitesindeki artış özellikleri aynı anda düşünüldüğünde, zaman ve uzamın yeri ile iletişimin biçiminin yeniden şekillendiğini görmek olanaklı olmaktadır. Bu özellik, bilgisayar dolayımlı iletişim olarak isimlendirilmektedir (Binark, 2005: 123). Yeni medya dolayımlı iletişim denildiğinde; "cep telefonları, dijital oyunlar, internet ortamı, internet arayüzünde sunulan tüm yazılım hizmetleri, i-podlar, PDA'lar ve tabletler üzerinden gerçekleşen iletişim etkinliği" ifade edilmektedir (Binark, 2012: 165). Bilgisayar dolayımlı iletişimin olanaklı hale geldiği yeni medya ortamları ile birlikte, bireyler kitle iletişimini kendileri sağlayabilmekte ve iletişim sürecinde daha aktif hale gelmektedirler.

Yeni medyanın belirtilen bu özellikleri, gündelik yaşamı dönüştürmüş; ayrıca, toplumsal yaşamın da farklı bir şekilde değişmesine neden olmuştur. Günümüzde, yeni medya araçları bedenin bir parçası ve uzantısı haline gelmiştir. Gündelik yaşamda yeni medya araçlarının yoğun bir şekilde kullanımı, toplumun sosyal ağlar şeklinde tanımlanmasına da neden olmuştur. Günümüzde, insanlar sosyal ağlar içerisinde kendilerini tanımlamakta ve kimliklerini bu ağlar aracılığıyla aktarmaktadır.

Yeni medya ortamları, internet öncesi dönemde hayal dahi edemeyeceğimiz türden bir büyüklük ve açıklık düzleminde bireylerin birbirleriyle bağlantı kurmasına olanak tanırken; reklam medyasının kârlı ilgisi ve gözetim gibi olumsuz bazı durumlar da ortaya çıkmıştır. Sosyal ağlarda gerçekleştirdiğimiz her eylem, pazarlama şirketlerinin veritabanına kaydedilmektedir. Sosyal medyada izlediğimiz kişiler, paylaştığımız video-fotoğraflar, satın aldığımız ürünler sistemin üzerimizde gözetim oluşturmasına olanak vermektedir (Laughey, 2010: 19).

Yeni medya ortamlarının toplumsal yaşama girmesi, birçok değişikliği de beraberinde getirmiştir. Yeni medya, eğlence kültüründe de değişiklikler yaratmıştır. Bilgisayar oyunları, özel efektli sinemalar ve sosyal ağlar aracılığıyla oynanan oyunlar yeni medya ürünü olarak gösterilebilir. Bunun yanı sıra, bireyler, yeni medya aracılığıyla kendilerini daha farklı bir şekilde sunmaktadırlar. Kaldı ki, yeni medya, toplum ve kimlik kavramlarını da değiştirerek; bunların sanal hale gelmesine neden olmuştur. Üretim ve organizasyon işlerinin değişikliğe uğramasına da neden olan yeni

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

medya; endüstri, ekonomi, erişim, sahiplik, kontrol ve düzenlemeler için önemli bir alan olmuştur (Lister vd., 2009: 12-13).

Böylece, yeni medya, gündelik yaşamın birçok alanında değişiklikler yaratmıştır. Yeni medya araçlarının, günümüz toplumlarında özellikle aile üzerinde etkileri olmuştur. Geleneksel medya araçlarından olan radyo ve televizyon aile bireyleri tarafından hep birlikte izlenirken; günümüzde aile içindeki bireyler, kendilerine ait yeni medya araçlarıyla boş zamanlarını geçirmektedirler. Dolayısıyla, bu durum da, birlikteyken ayrı yaşanılan bir ortamı oluşturmuştur (Flichy, 2006: 198-199).

Sosyal ağlar ise; bireylerin kendi iletişim ortamlarını yapılandırdığı toplumsal medya ortamlarıdır. Bireyler, sosyal ağlar içerisinde, bilgiye ulaşma, takip etmenin yanı sıra; içerik oluşturma ve içeriğe yorum yapma, etiketletme, etiketlenme ve bilgi paylaşma yoluyla kendi kimliklerini inşa etmektedirler (Kayabaş, 2011: 73).

Bugün, dünyada ve Türkiye'de en çok bilinen ve üye sayısına sahip sosyal ağ sitesi *facebook*tur. Bunların yanı sıra, *twitter*, *linkedin* ve *myspace* önemli sosyal ağ siteleridir. "Sosyal ağlar kişileri birbirine bağlayan web sayfalarıdır. Bireyler, bu web sayfalarında kendilerine ait profilleri genellikle herhangi bir bedel ödemeden oluşturabilmektedir" (Gönenli ve Hürmeriç, 2012: 216). Sosyal ağların en önemli özellikleri; çevirimiçi ve sürekli kullanılabilir olmalarıdır. Sosyal ağ sitelerine girişler, kullanıcı adı ve parola ile sağlanmaktadır. Profil sayfası; kullanıcının sistemin sunduğu özellikler çerçevesinde kendini tanımlayabildiği, kişisel özelliklerini metin, ses ve görseller yardımıyla oluşturduğu kişisel alanlardır. Bu alana girilen kişisel bilgiler, kullanıcını kontrolünde oluşturulmaktadır (Sunden 2003' den aktaran Akyazı ve Ateş, 2012: 182). Bireyler, sosyal ağ sitelerine üye olurken; kimliklerini gizleyerek, farklı kimliklerle üyeliklerini gerçekleştirebilmektedir. Oluşan bu sanal kimlikler içerisinde gerçeklik yanılmasını içinde yaşayan bireyler, kendilerini olmak istedikleri bireylermiş gibi sunarak, farklı yaşam biçimlerini izleyicilerine aktarmaktadır.

2000'li yılların başlarında kurulmaya başlayan sosyal ağ siteleri; bireylere sadece profillerini yapılandırma, arkadaş listesi oluşturma ve gezinme olanağı vermekteydi. 2011 yılına gelindiğinde; sosyal ağ siteleri, sahip oldukları yetenekleri geliştirerek kullanıcılarına, gelişmiş profil oluşturma, çokluortam öğeleri paylaşma, ağ içerisinde diğer üyelerle anlık mesajlaşma, ağ günlüğü oluşturma, erişim ve gizlilik ayarları yapabilme gibi konularda çok gelişmiş olanaklar sunmaktadır. Sosyal ağların

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

kullanım kolaylığı kazanması, bilgilerin hızla güncellenebilmesi ve kolaylıkla paylaşılabilmesi bireylere kendilerini daha rahat ifade edebilme olanağı sunarken, temel düzeyde bir bilgisayar kullanıcısının bile bu sistemlere katılabilmesini ve paylaşımda bulunabilmesini sağlamıştır. Bu gelişmelere paralel olarak, sosyal ağların ve kullanıcılarının sayıları giderek çoğalmıştır (Kayabaş, 2011: 74-75).

Sosyal ağ siteleri; bireylerin çeşitli ilişkilerle birbirlerine bağlı olduğu yapılardan oluşmaktadır. Günümüzde, ilişki ve deneyimlerin sosyal ağlar aracılığıyla sürdürüldüğünü söylememiz mümkündür. "Enformasyon çağında deneyim ilişkilerinin geçirdiği en temel dönüşüm, aslen ilişkinin fiili deneyimin inşa ettiği bir toplumsal etkileşim örüntüsüne geçiştir. Bugünlerde insanlar davranış modellerine uymaktansa, sosyalleşme biçimi üretiyorlar" (Castells, 2007: 503). Günümüz enformasyon ve ağ toplumlarında sosyalleşme biçimi, kendisini en çok sosyal ağ sitelerinde göstermeye başlamıştır. Bu sosyalleşme, sanal olduğundan dolayı, bireyin gerçek yaşamdaki sosyalleşmesine de olumsuz etkide bulunmaktadır. Kaldı ki, sosyal ağlar insani etkinlik ve deneyimlerin yerini almaya başlarken; toplumsal yapıda da önemli değişikliklere yol açmıştır.

> Tarihsel bir eğilim olarak Enformasyon Çağında baskın olan işlevler, süreçler giderek ağlar etrafında örgütlenmektedir. Ağlar toplumlarımızın yeni sosyal morfolojisini oluşturur; ağlar oluşturma mantığının yayılması da, üretim, deneyim, iktidar ve kültür süreçlerinde işleyişi, sonuçları ciddi biçimde değiştirir. Toplumsal örgütlenmenin ağ biçiminde olması, başka zamanlarda, başka uzamlarda gerçekleşmiş olsa da, yeni teknolojik paradigma, toplumsal yapının tamamına yayılması için gerekli maddi zemini de sağlar….Akışların iktidarı, iktidarın akışlarının önüne geçer. Ağda yer almak ya da almamak, her ağın diğerleri karşısındaki dinamikleri, toplumumuzda baskın olmanın ve değişimin başlıca kaynaklarıdır. Bu sebeplerden dolayı, bu topluma ağ toplumu dememiz yerinde olacaktır (Castells, 2005: 621).

Castells, yirminci yüzyılın ikinci yarısında gerçekleşen gelişmeleri ve etkilerini *Binyılın Sonu* isimli kitabında özetlemektedir. Bu binyıl dönümünde, yeni bir dünya

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

şekillenmiştir. Bu yeni dünyanın kökleri 1960'ların sonunda, 1970'lerin ortalarında üç bağımsız sürecin tarihsel olarak biraraya gelmesine uzanmaktadır. Bu süreçler; enformasyon teknolojisi devrimi, kapitalizmin de devletçiliğin de ekonomik krize girmesi ve peşinden yeniden yapılanmaları ve liberteyanizm, insan hakları feminizm ve çevrecilik gibi kültürel ve toplumsal hareketlerin yeşermesidir. Sözü edilen bu süreçler arasındaki etkileşim ve bunların yol açtığı tepkiler yeni bir egemen toplumsal yapıyı yani ağ toplumunu oluşturmuştur. Bunun yanı sıra, yeni bir ekonomi ve gerçek sanallık kültürü de otaya çıkmıştır. Enformasyon teknolojisi devrimi yeni bir toplumun maddi temeli olarak enformasyonelizmin doğuşuna neden olmuştur. Enformasyonelizm çerçevesinde zenginliğin üretimi, iktidarın icrası ve kültürel kodların yaratılması, toplumların ve bireylerin teknolojik kapasitesine bağlı hale gelmiştir. Böylelikle, enformasyon teknolojisi de, sosyo-ekonomik yeniden yapılanma süreçlerinin etkili bir biçimde uygulanması için vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir (Castells, 2007: 486-487).

Özetle, on yedinci yüzyıldan başlayarak, dünyada birçok teknolojik ilerleme gerçekleşmiştir. Sanayi devrimiyle başlayan bu gelişmeler, fordist ve post-fordist üretim biçimlerinin oluşmasına neden olmuştur. Daha sonraki yıllarda; radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçları icat edilmiş, sonrasında da internet teknolojileri gündelik yaşamın en önemli dinamiği haline gelmiştir.

Bu gelişmelerin yaşandığı dönemlerde, kapitalizm de yeniden yapılanarak kendisini üretmiştir. Yaşadığı krizlerden daha güçlü bir şekilde çıkan kapitalizm, egemen sistem olarak bütün dünyada varlığını hissettirmiştir. Dünyada, son elli yılın en önemli tartışma konularından birisi; küreselleşme çerçevesinde enformasyon toplumu tartışmaları olmuştur. Kimi düşünürler, enformasyon toplumlarıyla eşitlikçi bir toplumun oluştuğunu söylerken; kimi düşünürler de, toplum içi ayrımların daha da arttığını irdelemektedir.

Enformasyon toplumunun oluşmasını sağlayan en önemli etken, *internet teknolojilerinin* ortaya çıkışıdır. Yeni medya araçları ve sosyal ağlarla; enformasyon toplumları daha da gelişmiştir. Yaşanan önemli teknolojik gelişmeler, toplumsal değişmeleri de beraberinde getirmiştir. Toplumsal değişmelerin nedeni de; toplumu oluşturan kurum ve bireylerin, önemli teknolojik gelişmelerden etkilenmesidir. Ağ toplumlarıyla birlikte, toplumsal yapıda gözle görülür değişiklikler gerçekleşirken;

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

gençlik kültürü de değişikliğe uğramaya başlamıştır. Tüketim kültürü ve kapitalizmin toplumsal açılımlarının etkisinde kalan gençlik, ağ toplumlarıyla birlikte *gündelik yaşamlarını* farklı şekillerde yaşamaya başlamıştır. Bunun yanı sıra, sosyal ağlardaki gündelik yaşam etkinlikleri de artmıştır. Gündelik rutin işlerin sürdürüldüğü alanlar haline gelen sosyal ağlar; bireylerarası iletişim, etkileşim ve ilişkilerin sürdürülmesinde önemli bir mecra olmuştur. Bu bağlamda çalışmanın ikinci bölümünde, ağ toplumu tartışmaları bağlamında biçim değiştiren tüketim toplumu, gündelik yaşam ve gençlik kültürü üzerinde durulmuştur.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

İkinci Bölüm

Ağ Toplumu Tartışmaları Bağlamında Biçim Değiştiren Tüketim Toplumu, Gündelik Yaşam ve Gençlik Kültürü

1. Tüketim Kültürü, Gündelik Yaşam ve İnternet

İletişim ve bilgisayar teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, tarım ve sanayi devrimlerinden sonra; ortaya çıkan en önemli gelişmelerden birisi olarak görülmektedir. İnternet ve yeni medya araçları sonrasında ortaya çıkan sosyal ağların kullanım alanlarında son yıllarda önemli artışlar gerçekleşmiştir. Bu durum sosyal ağların; ekonomi, kültür, kimlik ve sosyalleşme alanı olarak da tartışılmasına neden olmuştur.

İnternet ve internet teknolojileri; küreselleşme, enformasyon çağı, sanayi sonrası toplum ve ağ toplumu tartışmalarının merkezinde yer almıştır. Küreselleşmenin hız kazanmasıyla, kapitalizmin kendisini yeniden yapılandırmasında, iletişim ve bilgisayar teknolojilerinin, ekonomik, siyasal ve kültürel anlamda önemli işlevleri olmuştur. Günümüzde internet ve sosyal ağlar, yeni bir kültürel mekân, gerçeklik, ekonomik bir pazar ve özgürlük alanı olarak görülmeye başlanmıştır. İnternet ve internet mecraları, kültürel değerlerin, kimliklerin ve alışkanlıkların toplum içinde yayılmasına aracı olmaktadır.

İnternet, yeni medya araçları ve sosyal ağlarla birlikte; küresel ölçekte başat olan ve homojenleşmiş bir kültürün inşası hızla devam etmektedir. Bünyesinde barındırmış olduğu işlevsel özelliklerinin yanında internet; kültürel, ekonomik ve siyasal bir alandır. Günümüzde internet ve sosyal ağlar egemen sistem tarafından, sınırsız, gözetimsiz-özgür bir alan, ayrıca hiyerarşinin olmadığı, sürekli yenilenen bir mecra olarak gösterilmektedir. Bu durum ise internet, yeni medya araçları ve sosyal ağların gençler için bir cazibe alanı olmasına neden olmaktadır.

Gençler; yenilik arayışlarını, özgürlük isteklerini ve gizleyebildikleri kimliklerini ifade ettikleri yeni aidiyet alanlarını internet üzerinden gerçekleştirme olanağı bulmuşlardır. Ancak, internetin sunmuş olduğu kültürel formlar ve kimliklerin *gençleri* özgürleştirmekten ziyade; başatlaşmış ve gittikçe homojenleşen bir kültüre

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

eklemlediğinden de söz edilebilir (Güzel, 2006: 14). Başat ve homojen hale gelen bu kültürü tüketim kültürü olarak tanımlamamız mümkün olmaktadır. Başat bir kültür oluşturmanın yanı sıra gençler tüketim toplumunun sürdürülmesinde de, en önemli hedef kitlelerden birisi haline gelmiştir. Gündelik yaşamlarında internet, yeni medya araçları ve sosyal ağlarla önemli ölçüde vakit geçiren gençler, sistemin sunmuş olduğu her türlü iletiye maruz kalmaya başlamış ve kitle kültürüne eklemlenmişlerdir.

1.1. Tüketim Kültürü Tartışmaları

Kitle iletişim araçları, kitle toplumu kavramının ortaya çıkışında önemli bir rol oynamıştır. Kitle toplumu, "kitleselleşmiş insanların oluşturduğu, insanlar arasındaki başlıca ilişki biçiminin kitle iletişim araçlarıyla gerçekleştirildiği modern toplumsal biçimlenim" (Mutlu, 2008: 180) olarak ifade edilmektedir. Kitle toplumu pek çok düşünürün üzerinde fikir yürüttüğü bir kavram olarak önem kazanmıştır.

> Frankfurt Okulu'nun önde gelen temsilcileri Theodor Adorno ve Max Horkheimer için kitle toplumu, toplumbilimsel açıdan güçlü ve bağımsız toplumsal grup ve kurumlardan yoksun, insanların edilgin, ilgisiz ve atomize hale geldiği, geleneksel bağlılıkların, bağların ve birlikteliklerin zayıfladığı, belirgin ve farklı çıkarlara ve kanılara sahip bağdaşık kamuların giderek çözülüp tepeden tahakküme izin verdiği bir toplumsal oluşumdur (Mutlu, 2008: 181).

Alan Swingewood "*Kitle Kültürü Efsanesi*" isimli çalışmasında, kapitalist işbölümünün gelişmesi, fabrikalardaki geniş kitlesel örgütlenme, kitlesel meta üretimi, iş olanaklarının artması sonucu kentlerdeki nüfus artışı, işçi sınıfının oy hakkını elde etmesiyle siyasetin kitlesel boyutlara taşınması, karar alma mekanizmasının merkezileşmesi gibi olguların özellikle on dokuzuncu yüzyıl Batı Avrupa'sında biraraya gelmesini; "kitle toplumu" kavramının ortaya çıkmasına olanak sağlayan nedenler olarak vurgulamıştır (Swingewood, 1996: 17). Kitle toplumu, endüstri devrimiyle başlarken; günümüz ağ toplumlarında da devamlılığını sürdürmektedir.

Edgar Morin'in deyişiyle, tarihte ikinci bir sanayileşmeye karşılık gelen kitle kültürü, bir kere ortaya çıktıktan sonra, ona karşı gelmek olanaksızlaşmakta; onu

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

yaratan kitle iletişim olgusu ve kitle iletişim araçları, onun yasalarına uymak ve onun denetimine girmek zorunda kalmaktadır. Bu özellikleriyle kitle kültürü, bir yandan uluslararası kültür piyasasının değerlerine göre biçimlendirilmiş; diğer yandan da, yerli özellikler taşıyan, çoğunluğa yönelik kültürel ütünler olarak değerlendirilmektedir. Bu kültürel ürünleri tüketmek zorunda olan birey ise, yaşamın her anında bu ürünlerin denetimi altında kalmaktadır. Bu ürünlerin sağladığı perspektif ile dünyayı anlamlandıran insan varolanı benimsemekte ve akış içinde yerini almaktadır (Özkök, 1985: 111).

Artık, internet, yeni medya araçları ve sosyal ağların da kitle kültürü içerisinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Çünkü, günümüz sosyal ağları kitlesel bir kültür oluşturmaktadır. Oluşan bu kültür, sosyal ağ sahiplerinin ve yöneticilerinin belirlediği çerçeveler dahilinde gelişmektedir.

Kitle kültürünün tüm özelliklerini, *İktidar Seçkinleri* isimli çalışmasında Charles Wright Mills şu saptamalarıyla genel olarak özetlemiştir: "Medya, kitle insanına kim olduğunu anlatır, ona kimlik kazandırır. Medya, kitle insanına ne olmak istediğini anlatır, ona hırs, beklenti ve tutkular kazandırır. Medya, kitle insanına buna nasıl ulaşacağını anlatır, ona tekniği kazandırır. Medya kitle insanına öyle olmadığı halde öyle olduğunu nasıl düşüneceğini anlatır, ona kaçış imkânı verir" (Mutlu, 2005: 309). Ağ toplumlarıyla birlikte, internet de kitle insanın davranışlarını değiştirmede önemli bir etken olmuştur.

Kitle toplumu, bireylerin nesne olarak yaşamlarını geçirdikleri toplumlar olarak nitelendirilmektedir. Kitle toplumları içerisinde birey, iktidar ve egemen sistemin belirlemiş olduğu kalıplar içerisinde yaşamaktadır. Kitle toplumunun ardından, kitle kültürü olarak ifade edilen yeni bir tartışma konusu da gündeme gelmiştir.

Theodor Wilhelm Adorno kültür varlıklarının endüstriyel üretimini, kültürün meta gibi toptan üretildiği bir hareket olarak inceler. Kitle kültürü kavramı yerine, Kültür Endüstrisi kavramını kullanmalarının sebebini Adorno şöyle açıklamaktadır: "Müsveddelerimizde kitle kültüründen söz ediliyordu. Burada, kitlelerin içinden adeta kendiliğinden yükselen bir kültür, bir halk sanatının günümüzdeki biçimi söz konusuymuş gibi, konuyu savunanların hoşuna gidecek bir yorumu en baştan olanaksızlaştırmak için kitle kültürü ifadesini *Kültür endüstrisiyle* değiştirdik" (Adorno, 2009: 109). Kültürel ürünler; filmler, radyo programları, magazinler, otomobillerin ya

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

da kentleşme projelerinin seri olarak yapımındaki örgütlenme ve planlama şemasına ait teknik mantığın aynısını yansıtmaktadırlar. Çağdaş uygarlık her şeye benzerlik havası vermektedir. Kültür endüstrisi, çok sayıda isteği karşılamak üzere her yerde standart mallar sunar ve bunların tüketilmesine neden olur (Tekinalp ve Uzun, 2009: 165).

Kitle kültürü, sanayi devriminden sonra tartışılmaya başlanmış, endüstriyel tekniklerle üretilerek kitlelere yayılan karşı konulması zor tüm olguları kapsamaktadır. Günümüzde, yeni medya araçlarını kültür endüstrileri bağlamında değerlendirmemiz mümkündür. Çünkü bu araçlar, çokuluslu şirketlerin belirli planlar dahilinde ürettikleri metalardır. Bu ürünleri kullanan bireyler, belirli bir kültürün parçası olmakta ve bu kültürün devamlılığını sağlamaktadırlar.

Erol Mutlu (2008: 178) kitle kültürünü "kitle iletişim araçlarıyla üretilen ve yayılan, sadece kitlesel pazar için imal edilen standartlaştırılmış kültürel ürünlerdir. Bunların kullanımlarında ve tüketimlerinde de kitlesel (standartlaşmış) bir davranış söz konusudur " şeklinde ifade etmektedir.

> Radyonun ilk zamanlarda bir propaganda aracı olarak kullanılması gibi, televizyondan da aynı amaçla ancak ulusal değil, uluslar arası boyutlarda yararlanılmaktadır. Bu nedenle Althusser, kitle iletişim araçlarını devletin ideolojik aygıtları olarak tanımlamaktadır. Özellikle 1990'lardan sonra dünyanın tek kutuplu hale gelmesi, kültürü de, hâkim kapitalist ideolojinin yansıması olan bir tüketim ve unutma kültürüne dönüştürmüş, 'ticarileşmiş' medyalar, geleneksel, kültürel saygıyı sabote etmek, aile, din ve topluluk üzerinde odaklaşan geleneksel değerleri yıpratmak, edilgin tüketicilerden oluşan saf insan sürülerini manipüle etmek ve kandırmakla suçlamıştır (Keane'den aktaran Batuş, 2004: 823- 824).

Günümüz iletişim ortamlarında ise, kitle iletişim araçlarında ve teknolojide yaşanan gelişim ve değişimlerle birlikte kültürel bir değişim de söz konusudur. Yaşanan bu süreçte, varolan kültürel değer ve normların kaybolma ya da değişime uğrama olasılığı bulunmaktadır (Ekin, 2010: 8). Günümüzde kültürel form ve değerler, internet aracılığıyla oluşmaya başlamıştır. İnternet birçok değer ve kültürel öğenin değişmesine neden olurken, değişen bu öğeler sosyal ağlar ile yayılmaktadır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Kitle kültürünün oluşmasındaki etkenler arasında sanayileşmeyle birlikte iş bölümünün hızlanması, toplumsal üretim süreçlerinin nitelik değiştirmesi, bireylerin bu yaşam biçimini benimsemeleri sayılabilmektedir. Bunun yanı sıra kültürün tüketilebilir bir nesneye dönüşmesi de söz konusudur. Eagleton'un belirttiği gibi, "kültür başlığını çağımızın gündemine bu kadar çabuk yerleştiren şüphesiz kültür endüstrisidir ve kültür tamamen genel meta üretimi sürecine hapsedilmiş bir durumdadır" (Eagleton, 2005'ten aktaran Gökalp, 2009: 223).

Adorno (2009: 109), kitle iletişim araçlarının da kültür endüstrileri için türetilmiş bir kavram olduğunu düşünmüş ve bu kavramın vurguyu zararsız bir alana kaydırdığını ifade etmiştir. Kitlelerinse kültür endüstrisinin ölçütü değil, ideolojisi olduğunu savunmuştur. Benzer şekilde Herbert Marcuse da, ticari hale gelen medyaya kapitalist bir sistem içerisinde yeniden üretim için gerekli yapay gereksinimleri ve tek boyutlu düşünce ve davranışı üreten yeni toplumsal denetim biçimi olarak rol atfetmektedir (Aktaran Kellner, 2005: 238). Kültürün endüstrileşmesi fikriyle birlikte, tüketim olgusunun medya ürünleriyle birarada anılmaya başlandığını söylemek mümkündür. Bu, izleyici olarak konumlanmış bireyleri tüketici pozisyonuna sokmakla kalmayarak, çeşitli tartışmaların da gündeme gelmesine neden olmuştur.

Tüketme eyleminin özne merkezli olduğu bu tartışmalardan yola çıkarak, tüketim toplumu kavramına değinmek ve medyanın endüstrileşerek buna ne tür içerikler sağladığını ve tartışmaların boyutlarını irdelemek yerinde olacaktır. Tüketim toplumunda, bireyleri tüketmeye yönlendirmenin ve bu sayede onları tüketici olarak konumlandırmanın yöntemi, onları bazı şeylere ihtiyaçları oldukları konusunda ikna etmektir. Bu iknanın sağlanmasında ise, öncelikle bilgi sistemleri kullanılmaktadır (Ekin, 2010: 37-38).

Zygmuant Bauman, tüketimin; dünyevi olana geri dönüşümü sağlayan, kalıcı, bireyin isteklerine, arzularına göre şekillenen, yeniden üretimi, sosyal dahilliği, toplumsal sınıf düzenini, bireysel ve toplumsal olarak kimliğin gelişimini ve bireysel olarak yaşam edinme politikalarını kapsayan bir olgu olarak ifade etmektedir (Bauman, 2007: 28). Jean Baudrillard'a (1999: 14- 15) göre, tüketim kavramı, nesnelerin yanı sıra fikirleri de kapsayan bir edimdir. Gösterge ve sembollerin tüketimin temelinde yer aldığını vurgulayarak, modern toplumların kültürel olarak göstergelerle tüketimi gerçekleştirdiğinin altını çizmektedir. Bugünün tüketim toplumlarında, tüketim

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

kültürünün geniş kitlelere aktarılmasında medya kanallarının önemli unsurların başında geldiğini ifade eden Banu Dağtaş ve Erdal Dağtaş (2009: 58- 60); geleneksel kültürlere oranla, medyanın güçlü şekilde yer aldığı toplumlar içerisinde tüketim kültürünün kabulünün de kitleler tarafından çok daha kolay ve hızlı olacağı görüşündedir.

Medya içerikleri tüketim için gerekli bilgiyi sağlamanın yanı sıra; tüketime ilişkin yeni kültürel kodlar da üretmektedir. Ve bu sayede, toplumu yönlendirme gücünü de elinde tutmaktadır (Ünal, 2009: 74).

Tüketim ürünlerinin kitle iletişim araçlarıyla paketlenip, süslenerek sunulmasının toplumsal yapıda ve ilişkilerde değişiklik yarattığını söylemek mümkündür. Medya içeriklerinin sunduğu "zengin" yaşantının, izleyicide tüketme ve sahip olma arzusu uyandırmaktadır.

> Televizyonda tasvir edilen yaşam tarzları, ortalama Amerikalının yaşam tarzından oldukça farklıdır; birkaç istisnayı kenara bırakırsak, TV karakterleri hep orta üst sınıftan, hatta zengindir. Televizyon izleyenlerin sayısı arttıkça, Amerikan ailelerinin tenis kortlarına, özel uçaklara, üstü açık arabalara, araç telefonlarına, hizmetçilere ve yüzme havuzlarına sahip olduğunu düşünenlerin sayısı da artmaktadır (Schor, 1998'den aktaran Ünal, 2009: 77).

Ömer Aytaç'a (2006: 49) göre, tüketiciler, iyi olarak nitelendirilen bir yaşamın tüketmekten geçtiğini ve bu durumun da tatmin ile pekiştirildiğini düşünmektedirler. Günümüzde tatmin duygusu yaşatan her şeyin ardında bir yenisi yer almaktadır ve tüketme eylemi devam etmektedir. Yeniye ulaşma ve onu tüketme arzusu kültür endüstrisi tarafından aralıksız olarak üretilmektedir. Tüm bu yaratılan arzu, hayal ve hazlar endüstri tarafından sunulan iyi yaşam imajı ve vaadiyle sistemin yeniden üretim süreçlerine bir destek niteliği taşımaktadır.

Toplumun varolan dinamiklerinde, tüketim kültürünü kullanarak farklılıklar yaratma gücünü elinde bulunduran kitle iletişim araçları Sibel Karaduman'ın (2010: 2892) belirttiği gibi ulusal kimliklerin homojenliğini de bozmaktadır. Tüketim toplumlarında, tüketim sadece gerçek anlamlarında gerçekleşmemektedir. Sanayi

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

sonrası toplumlarla birlikte tüketimin psikolojik etkilerinde de artış gerçekleşmeye başlamıştır.

> Tüketim olanağına sahip olmak yaşamın olumlu yanlarından biri olmasına karşın, günümüz sanayileşmiş Batı'lı toplumlarında bu durum, tüketimde geri kalmamanın, mutluluğun ve başarının ölçütü olarak kullanılmaktadır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde, küreselleşme sürecinin ve yeni sağ politikaların etkisiyle egemen bir değer olarak kendisini var eden tüketim eğilimleri, bireylerin toplumsal konumlarında belirleyici bir olgu olarak önem kazanmıştır (Dağtaş, 2006: 59).

Kitle kültürü, kitle toplumu ve tüketim toplumu gibi kavramların kitle iletişim araçları odağında yer aldıkları tartışmalar çok geniş kapsamlı olmakla beraber, küreselleşmenin kaçınılmaz unsurlarından olan iletişim teknolojilerindeki gelişim bu tartışmalara her geçen gün yenilerini eklemektedir. Geleneksel medya formlarının sunduğu yaşam biçimleri ve tüketime yönlendirici nitelikteki içerikler, yeni medya formlarıyla da mevcudiyetlerini sürdürmektedir. Günümüzde *internet, yeni medya ortamları* ve *sosyal ağlar* bireyleri tüketime yönlendirmeye başlamıştır. Gündelik yaşamda, kişiye özel reklam uygulamalarına istemeden de olsa maruz kalan birey, egemen sistem tarafından tüketime yönlendirilmek istenmektedir.

1.2. Gündelik Yaşam Pratikleri

Bireylerin interneti, yeni medya ortamlarını ve sosyal ağları kullanması gündelik yaşamın akışı içerisinde gerçekleşmektedir. Gündelik yaşamda, internet ve internet teknolojileri bireyler tarafından yoğun bir şekilde kullanılan araçlar haline gelirken; arkadaşlık ilişkileri, toplumsal yapı vb. unsurlar bireylerin bu araçları kullanım zamanlarına göre şekillenmeye başlamıştır. Gündelik yaşam ve gündelik süreçleri, sürekli olarak başkalarıyla etkileşimi gerektiren bir süreç olarak tanımlamamız mümkündür. Gündelik yaşamımız, gündelik olarak yaptığımız eylemler ve edinimlerle anlam kazanmaktadır. İnsanların gündelik yaşamlarını inceleyerek, onların kendileri hakkında çok şey öğrenmemiz mümkün olabilmektedir. Bu yüzden; internet, yeni medya araçları ve sosyal ağların gündelik yaşam ile ilgisini irdelemeden önce;

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

modernizm ve sanayi sonrası toplumlarla birlikte, gündelik yaşamın nasıl dönüştüğüne dikkat çekmek yerinde olacaktır.

> Gündelik hayat mütevazı ve sağlamdır, doğal olandır, kuşkuya meydan vermeyecek bir biçimde birbirlerine bağlanan şeydir. Gündelik hayat tarih taşımaz. Görünüşte göstergesizdir; kişiyi meşgul eder ve uğraştırır, yine de söylenmeye gerek duymaz; zaman kullanımında gizli olan etiktir, kullanılan bu zamanın dekorunun estetiğidir. O, modernlik ile birleşen şeydir. Modernlik kelimesinden, yeni olanın yeniliğin işaretini taşıyan şeyi anlamak gerekir. Gündelik hayat, parlaklıktır, paradokstur, teknik veya dünyevilik tarafından damgalanmış olandır. Gözüpektir, geçicidir, kendini ilan eden ve kendini alkışlatan maceradır (Lefebvre, 1998: 31).

Gündelik yaşam pratikleri, modern dünyada kendiliğinden gelişmemektedir. Kaldı ki, gündelik yaşam pratiklerinin belirleyicisi ve yaratıcısı ise modernizm, eşdeyişle kapitalizm olmuştur. Modern kapitalist toplumlarda gündelik yaşam pratiklerinin belirnemiş bazı özellikleri bulunmaktadır.

Toplumu oluşturan bireylerin gündelik yaşam pratiklerini incelediğimizde, o toplum hakkında fikir sahibi olmak mümkündür. Fernand Braudel'e göre, toplumları tanımlayabilmek ve açıklayabilmek için, yemek, giyim vb. küçük ayrıntıları incelemek gerekmektedir. Braudel, gündelik yaşamın derin ve anlamlı karakterini daha iyi açıklayabilmek için, okyanusun dibindeki kum benzetmesini yapmıştır. Kaldı ki, gündelik yaşam, zaman ve mekân içinde oluşan küçük olguların toplamıdır. Braudel'e göre bireyler, gündelik yaşamdaki küçük ve önemsiz gibi görünen olayları zor fark etmektedirler. Oysaki, gündelik yaşam, maddi yaşam içerisindeki edinim, anlam ve eylemlerin fark edilmesiyle anlaşılır hale gelebilmektedir (Braudel, 2004: 23-27).

Gündelik yaşam kavramı, temel kaynağını güneş sistemindeki hareketi sırasında 24 saatte bir tekrar eden kendi ekseni etrafında dönüşünden ve onun insan yaşamına getirdiği düzenlilikten almaktadır. Bugün gözlemlenilen *gündelik yaşam*, modernitenin ortaya çıkardığı bir yaşam kalıbıdır (Tekeli, 2000). Gündelik yaşam; ekonomik, psikolojik ya da sosyolojiktir, özel yöntemler ve yollarla kavranması gereken özel nesneler ve alanlardır. Gündelik yaşam denildiğinde, genellikle toplumdaki bireylerin

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

günlük zaman bütçesi içerisinde yer tutan beslenme, giyinme, barınma, uyuma vb. faaliyetleri anlıyoruz. Bu etkinlikler yiyecekler, giyecekler, ev eşyaları gibi özel nesneler kullanılarak yapılmaktadır. Bu nesneler ve etkinlikler, bir bütünlük içinde o toplumun maddi kültürünü oluşturmaktadır (Lefebvre, 1998: 28).

Gündelik yaşam, gün içinde yaptığımız rutin eylemler olarak tanımlanmaktadır. Bu rutininin gerçekleştirildiği eylemler sırasında; bazı nesneler, bize eşlik etmekte ve gündelik yaşamımız bizim gözümüzde bu nesnelerle birlikte daha anlamlı hale gelmeye başlamaktadır. Gündelik olan; bilebildiğimiz bütün toplumlarda insan soyunun varlığını sürdürmek için geliştirdiği etkinliklerden oluşur. Yeme, içme, güvenlik, soyun yeniden üretimi gibi basit insani gereksinimleri karşılamak üzere yapılan tüm etkinlikler; gündelik rutinlerin, yığılmış bilgilerin, ritüellerin, toplumsal işbölümünün arasına dağılmış bir yığın işi kapsamaktadır (Şahin ve Balta, 2001).

Gündelik yaşam, bireylerin geleneklerini, ritüellerini ve rutinlerini sürdürdüğü, aynı zamanda bunları garanti altına aldıkları bir yerdir. Gündelik yaşam içerisinde bireyler kişiliklerini sürdürür, sosyal ilişkilerini yönetir, anlam paylaşımlarında bulunur ve sorumluluklarını yerine getirir (Silverstone, 1994: 1).

Günümüzde ise, gündelik yaşam pratikleri; temel gereksinimlerin ve anlamların dışına çıkarak, *tüketim* ile birlikte farklı boyutlara evrilmiştir. Gündelik yaşamın artık; saatlerce yeni iletişim araçları ve sosyal ağlarda zaman geçirmek olarak algılanmaya başlanmıştır.

"Gündelik yaşamda; görünüşte anlamsız olgular arasından temel olan bir şey yakalayarak, olguları düzene sokarak onu tanımlamak, toplumun değişimlerini ve perspektiflerini tanımlamak söz konusudur. Gündeliklik, sadece bir kavram olmakla kalmaz; bu kavram, toplumu anlamak için bir ipucu olarak da alınabilir. Gündelik olanı küreselliğin, devletin, tekniğin ve teknikliğin, kültürün vb. içine yerleştirmek gerekir" (Lefebvre, 1998: 35).

Henri Lefebvre'nin de irdelediği gibi; gündelik yaşam, teknolojik gelişmelerle, tekniğin ilerlemesiyle ve küreselleşmeyle toplumların içine farklı dinamiklerle nüfuz etmeye başlamıştır. Bu farklılıklar, toplumun genel yapısına bakılarak anlaşılabilmektedir. Günümüz toplumunun gündelik yaşam pratiklerine baktığımızda, yeni iletişim teknolojilerinin ve bunun yarattığı yeni medya ortamları ile sosyal ağların büyük önem taşıdığını gözlemleyebilmemiz mümkündür.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Gündelik yaşam içerisinde emek yeniden üretilir ve aynı zamanda tüketilir. Bu tüketim içerisinde *eğlence* önemli bir unsur olarak karşımıza çıkar. Böylece, gündelik yaşam içerisinde, belirli bir yaşam biçimi ideolojik olarak bireylere dayatılır (Oktay, 2002: 17). "Gündelik yaşam kültürü bütünüyle gelip geçici zevklerin ve anlamların kültürüdür. Pragmatist bir uygulamanın kültürü olmaktan öteye gidememektedir. Kitlelerin umursamaz ve vurdumduymazlığı bugünün zevkleri için geçerlidir ve bu bir tüketim kültürüdür. Sıradan insanları daha çok etkiler, çünkü bu tipler bayağılıklara, sansasyonlara, özel efektlere açlık çekerler" (Özkan, 2006: 34).

Günümüzde gündelik yaşam, modern dünyanın yaşamı haline gelmiştir. Bireyler, modern dünyadan kaçmak isteseler de; yönlendirme ve kontrol, modern dünyanın elindedir (Vaneigem, 2012: 3). Günümüz modern dünyasının içinde, internet, yeni medya araçları (ürünleri) ve sosyal ağlar önemli bir yer tutmaktadır. Tüketim ve medya ürünleri, kapitalizm tarafından gündelik yaşamın bir gerekliliği olarak sunulmaktadır. Gündelik yaşam, geç kapitalizm ile birlikte, objelere ve bu objelerin tüketimine daha fazla değer vermeye başlamıştır (Bennet, 2005: 11). Artık, gündelik yaşam kültürü, tüketimin kültürü olarak da tanımlanmaktadır. Gündelik yaşam kültürünün, tüketim toplumu içerisinde değerlendirilmesi gerekir. Kapitalizm ve kolonileşme bu kültürün yayılmasına yol açmıştır (Lury, 2002: 147).

Kapitalizm içinde değişen ve dönüşen gündelik yaşam içerisinde, *zaman* olgusu da farklılık kazanmaya başlamıştır. Zaman, gündelik yaşamda kontrol edilmesi gereken en önemli öğelerden biri olmuştur. İş zamanında neler yapacağı belli olan işçi sınıfının, iş dışı zamanlarda da neler yapacağı sistem tarafından belirlenmeye başlanmıştır (Lury, 2002: 144).

Tarihsel süreç içerisinde gündelik yaşam, anlam ve içerik olarak farklılaşarak, bireyler tarafından farklı bir şekilde algılanmaya başlanmıştır. Temel anlamıyla günlük tekrarlanan eylemleri içeren gündelik yaşam, kapitalizm ve modernizm içinde, tüketim kültürü ile benzer anlama gelmiştir. Günümüzde gündelik yaşam, bireylerin kendi kontrollerinden çıkmış, egemen sistem tarafından yönlendirilmeye başlanmıştır. Artık, gün içerisinde neler yapacağımız belirli kalıplar içerisinde, kitle iletişim araçları aracılığıyla bizlere sunulmaktadır. Dünyada ve Türkiye'de internet kullanımı son yıllarda büyük artışlar göstermeye başlamıştır. İnternet, yeni medya araçları ve sosyal ağların kullanımı gündelik yaşamın akışı içerisinde gerçekleşmektedir. Bu yüzden, bir

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

sonraki altbaşlıkta tüketim kültürü-gündelik yaşam ile, internet, yeni medya araçları ve sosyal ağların kullanımı arasındaki ilişkiye vurgu yapılmıştır.

1.3. İnternet, Yeni Medya Araçları ve Sosyal Ağlarda Tüketim Kültürü Dolayımlı Gündelik Yaşam

İnternet, yeni medya araçları ve sosyal ağların yaşamımıza girmesi, gündelik yaşam döngüsünde önemli değişiklikler yaratmıştır. Telgraftan radyoya, televizyondan yeni medya araçları ve internete kadar, kitle iletişim araçları gündelik yaşamın içerisine yoğun bir şekilde dahil olmuştur (Lister vd. , 2009: 237).

Enformasyon çağında en büyük değişim ve gelişmeler iletişim alanında yaşanmaya devam etmektedir. Yaşanan teknolojik gelişmeler, öncelikle iletişim alanında kendisini göstermekte ve toplumda varlığını hissettirmektedir. Kitle iletişim araçları gündelik yaşamda kültürün aktarılmasında önemli bir işlev görmektedir (Kocadaş, 2004: 3). Günümüzde yeni medya araçları ve sosyal ağların yoğun kullanımı, kültür aktarımının da, bu araçlar aracılığıyla gerçekleşmesine neden olmuştur.

İnternet endüstrisi, birçok Batı toplumunda öncelikle aileler için pazarlanmaya başlamıştır. Pazar, aileleri hedef olarak görmüş ve internet kullanımı aile bireyleri arasında yaygınlaşmıştır. Bu durum, özellikle çocuklar ve ailenin diğer üyeleri arasındaki gündelik ilişkileri etkilemiştir (Bakardjieva, 2005: 4).

İnternet, küresel ve yerel olan arasındaki sınırları belirsiz hale getirmiştir. Böylece iletişim ve etkileşimde yeni kanallar açılmış, gündelik işlerin çevrim içinde gerçekleştirilmesi sağlanarak, gündelik yaşamın sınırları dönüşmeye başlamıştır. İnternet her ne kadar toplumsal dünyayı keşfedebilmenin yeni olanaklarını sunsa da; beraberinde insan ilişkilerinin ve toplulukların işleyişlerini de sekteye uğratmaktadır (Denizci, 2009: 48). Gündelik yaşamlarında gereksinimleri dışında, internet, yeni medya araçları ve sosyal ağları kullanmaya başlayan bireyler; bu araçların yararlarından çok olumsuzluklarıyla karşılaşmaya başlamışlardır.

Günümüzde, internet ve sosyal ağlarla birlikte, sanal gerçeklik kavramı gündelik yaşamın her noktasında kendisini göstermeye başlamıştır. Sanal gerçeklik kavramı, öncelikle bir teknolojik bileşim içerisinde oluşur. Bu teknolojik bileşimler, hem belirli amaçlarla kullanılırken hem de bireylerin varoluşsal temellerini yeniden tanımlar (Ergur, 1998: 138). Bireyler, gündelik yaşamlarında, kendi varoluşsal temellerini sosyal

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

ağlar aracılığıyla yeniden tanımlarken; bu tanımlamaları, gündelik yaşamlarında sürdürmeye devam ederler.

Enformasyonel kapitalizmin gelişmesi ve dünyada egemen sistem haline gelmesiyle birlikte, gündelik yaşamdaki gereksinimler de farklı yönlerde oluşmaya başlamıştır. Gereksinimler, tüketim manipülasyonlarının belirlediği bir düzenekte; doyum ve doyumsuzluk arasında gidip gelmektedir. Modern dünyada, gereksinimlerin eskime süreci kısalmıştır. Burada, bir geçicilik söz konusudur ve buna bağlı olarak sürekli yenilenen bu form, modern dünyanın özünü oluşturmaktadır (Cantek, 2008: 89). Kapitalist üretim sistemleri içerisinde, yeni medya araçları çok hızlı bir şekilde kendilerini yenilemeye devam ederken; aslında, özellik açısından farklı bir olanak sunmamaktadır. Ancak, modern dünyanın oluşturduğu gereksinimlerin süresi kısaldığından dolayı, bu araçların gündelik yaşamdaki tüketimi de artmaya devam etmektedir. Sosyal ağlar ve internet ile birlikte, yeni bir dünya tasarımı oluşmaya başlamıştır. Ancak, bu tasarımlar gün geçtikçe daha sıradan ve rutin hale gelmektedir.

> …gündelik yaşamın ayrıntılarından oluşan dünya tasarımı, bireyin onu algılaması istendiği şekle büründürülen bir kurmacaya dönüşür; bu ise kurulu kapitalist üretim ilişkilerinin süregitmesi için temel ideolojik koşullanma sürecinden başka bir şey değildir. Bu aşamada, teknolojinin oynadığı rol son derece merkezi bir işlev olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknolojik gelişme, yalnızca ideolojik bir işlev sürdürmekle kalmamakta, aynı zamanda kitlelerin depolitize edilmelerinde de temel bir belirleyici konumunda yer almaktadır (Ergur, 1998: 150).

İnternet, yeni medya araçları ve sosyal ağların gündelik yaşamda yoğun kullanımı, *enformasyonel kapitalizmin*[11] işleyişi için aracı olmaktadır. Aynı zamanda apolitikleşme de, toplum içerisine daha fazla nüfuz etmektedir.

[11] Enformasyon toplumu; dünyanın tarihsel serüveni içinde 20. yüzyılın sonunda yaşanan teknolojik devrim ile gündeme gelmiştir. Bu yeni devrim döneminden daha önce sanayi toplumlarında da yaşanan devrim dönemlerinde teknolojik yenilikler egemen bir özellik göstermiştir. Ancak bugün, teknolojik devrimin ayırtedici özelliği bilginin ve enformasyonun merkezi önemi değil, bu bilgi ve enformasyonun, bilgi üretimine, bilgi işleme aygıtlarına uygulanması, yenilik ile yeniliğin kullanımı arasındaki ilişkinin birbirini beslediği bir zincir oluşturmasıdır. Enformasyonel kapitalizm içerisinde bilgi üretilen ve tüketilen bir unsura dönüşmüştür. Ayrıntılı bilgi için bkz. Castells, M. (2005). *Enformasyon çağı:*

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Kimi düşünürler, yeni medya ve internetin gündelik yaşam içerisinde devrim yarattığını dile getirmektedirler. Ancak, kapitalizmin tüm kurum, örgüt ve güçleriyle yerleştiği bu dünyada, yeni medyanın özellikle özgürlükçü bir değişim gerçekleştirdiği söylenemez. Kuşkusuz ki, internet, yeni medya araçları ve sosyal ağlar bireyler arası iletişim ve etkileşime doğrudan etki etmiştir. Herhangi bir durum ya da sorun karşısında bireyler eskisine göre, çok daha kolay haberleşebilmekte, bilgilenmekte ve örgütlenebilmektedirler. Diğer yandan, internet ve yeni medya araçlarının da arkasında büyük sermaye sistemlerinin bulunduğu unutulmamalıdır (Güngör, 2011: 312). Sözü edilen sahiplik yapısı, internet ve sosyal ağ kullanıcılarının tercihlerine etki etmekte ve bu tercihleri yönlendirmektedir.

Günümüzde, bütün dünya elektronik enformasyonla donatılmıştır. Bu durum, gündelik yaşamın akışı içerisinde yetişen bireylerin sürekli bir bilgi akışı ile karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır (McLuhan, 2005: 18). Gerçekleşen bu bilgi akışı makro düzeyde birçok bilgiye ulaşılmasını sağlasa da, mikro düzeyde işe yarar bilginin gözden kaçırılmasına da neden olabilmektedir.

İnternet, özellikle gündelik yaşamdaki davranış kalıplarının değişmesine etki etmiştir. Gündelik yaşamın akışı içerisinde gerçekleşen davranışlar; artık, internet dolayımıyla daha fazla yaşanmaya başlamıştır (Haythornthwaite, 2001: 365). Günümüzde, özellikle sosyal ağlar aracılığıyla gerçekleşen davranış kalıpları, gerçek yaşamdaki davranış kalıplarının ve deneyimlerin yerini almaya başlamıştır.

Gündelik yaşam derken modernitenin belirlediği bir olgu, modernite ile birlikte incelenmesi gereken bir yaşam alanından söz edilmektedir (Cantek, 2008: 13). İnternet ve internet teknolojileri, modern dünyanın içinde varolmuş ve gelişimini sürdürmüştür. İnternet, yeni medya araçları ve sosyal ağların yoğun kullanımı, modernitenin içinde gelişen tüketim toplumunu da farklı yönlerde etkilemiştir.

İnternet teknolojilerinin gelişimi ve tüketim toplumunun yükselişi arasında doğrudan bir bağlantı bulunmaktadır. Enformasyon toplumunun yükselişi; küresel kapitalizme hizmet ederken, internet ve yeni medya araçları da birer meta gibi tüketilmeye başlanmıştır. Bunun yanı sıra, internet ağları aracılığıyla sürdürülen tüketim de, son yıllarda tartışılmaya başlanan bir konu olmuştur.

Ekonomi, toplum ve kültür birinci cilt: Ağ toplumunun yükselişi. (Çev: E. Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Dünyada ekonomik liberalizmin egemenliği ile birlikte, hizmet ve metaların üretimi artarken, aynı zamanda bu hizmet ve metaların tüketimi de özendirilmeye başlanmıştır. Bu sistem, ideolojik alanların da düzenlenilmesini beraberinde getirmiş; böylelikle, bireyler tüketim ve metalara daha fazla bağlanmaya başlamıştır. Artık, kitle iletişim araçları daha fazla izlenirken, bireysellik de üst düzeye çıkmıştır. Görsel kültüre olan bağlılık ve pasifleşmiş yaşam biçimleri medyanın etkinliğinde yükselmiştir (Dağtaş, 2012: 39). Günümüz sosyal ağ sistemleriyle, bireyler gündelik yaşamlarının büyük bölümünde bu ağlarda etkin olmaya başlamış, görselliğin üretimi ve tüketimi de artmıştır.

Post-modern dönemin oluşumunda, teknoloji çok önemli bir yere sahiptir. Bununla birlikte, teknoloji, belirleyici ve nedensel bir faktör olarak da görülmemelidir. Ancak, yeni iletişim teknolojileri "yeni uzamsal yapıların, ilişkilerin ve yönelimlerin ortaya çıkışında önemli bir rol oynamaktadır"(Morley ve Robins, 1995: 110). Günümüzde oluşan yeni iletişim sistemleri de ticaridir ve bu ağlar, elektronik bilgi akışını doğurmuştur. Yeni medya sistemleri; yeni görüntüler, mekânlar ve kimlikler yaratmayı sürdürmektedir (Morley ve Robins, 1995: 110). Günümüz sosyal ağları incelendiğinde; bu ağlar aracılığıyla bireylerin, kendileri için yeni görüntü ve kimlikler oluşturduklarından söz edilebilir.

Tüketim mallarının, çağdaş kimlikler oluşturmada önemli bir etkisi vardır. Kimlikler de, tüketim malları gibi sahip olunmak içindir. Kimlikler, tüketim malları gibi uzun süre dayanmayan, kolaylıkla değiştirilebilen sembollerle oluşturulabilir (Bauman, 1999: 47). Günümüzde, internet ve sosyal ağlar aracılığıyla oluşturulan kimlikler de geçici olabilmektedir. Sosyal ağ ortamları ve yeni medya artık, kimlik oluşturma ve sürdürmede önemli işlevler taşımaktadır.

Tüketim kültürü, günümüzde gençler üzerinde yoğun bir baskı kurmaktadır. Enformasyonel kapitalizm ile birlikte, gençler için tüketim dünyası sanal ortamlarda gerçekleşmeye başlamıştır. Gençler, en sadık web gezginleri arasında yer almaktadır. Artık, internet üzerinden tüketim mallarına ulaşmak, alışveriş merkezlerinde gezmenin yerini alırken, sanal dünya büyümeye devam etmektedir. Günümüzde gençler, "dijital cüzdanlarla" yaşamaya başlamışlardır (Solomon, 2003: 104-105).

Küreselleşen dünya ve gelişen teknolojilerle birlikte, bireylerin gündelik yaşam biçimleri de değişiklikler göstermeye başlamıştır. Sanayi ve sanayi sonrası

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

toplumlarında, bireylerin gündelik yaşam pratiklerini oluşturan en önemli unsurlardan birisi alışverişitir. Tüketim ve alışveriş biçimleri, yirmi birinci yüzyılla birlikte; tarihte görülmemiş bir değişime uğrayarak, internet üzerinden yeni bir mecraya kavuşmuştur. İnternetin gündelik yaşamdaki kullanımı dışında, son dönemlerde yaygınlaşan internet üzerinden alışveriş yeni bir pazarlama alanı olarak ortaya çıkmıştır. İnternet üzerinden meta satışı gerçekleştiren siteler; klasik ürün pazarlama yöntemlerinin yanı sıra, kendi yöntemlerini bulmuş ve bu doğrultuda sürekli bir gelişim içindedir. Elektronik posta yoluyla tüketicilere bültenler göndermek ve sosyal ağ sitelerini kullanmak önemli örnekler olarak ileri sürülebilir (Pelenk vd., 2011: 2). Bu yöntemler aracılığıyla, bireyler tüketime daha fazla yönlenmektedir. Bireysel profilleri yoluyla daha fazla iletiye ve reklama maruz kalan bireyler, istemeseler de bu reklam uygulamalarından etkilenebilmektedirler.

Kapitalist sisteme dayanan tüketim; teknoloji ile birlikte kendisini yeniden üretmeyi sürdürmektedir. Günümüz, kitlesel bir tüketim toplumuna dönüşmektedir. Üretimin sürekliliği, tüketimin artışına bağlı olmuştur. Tüketimin arttırılmasında internet önemli bir ikon haline gelmiştir. İnternetteki görsel medya, reklamlar ve sosyal paylaşım ağları tüketiciyi reklam iletilerinin yoğunluğuyla karşı karşıya bırakmaktadır. Kapitalizm ile birlikte, bireylerin toplum içindeki konumları tükettikleri nesnelere göre değerlendirilir olmuştur (Halis, 2012: 150).

Yeni medya ve internet aracılığıyla oluşan sanal toplulukların pazarlama kapsamında önemli bir oluşum olduğunu söylememiz mümkündür. Üretici, tüketici ve satıcının bir araya gelebildikleri yapıları da kapsayan bu topluluklara *E-Bay, HepsiBurada, GittiGidiyor* ve markaların kendi internet siteleri örnek verilebilir. Bu alanlarda tüketiciyle karşılıklı diyaloğun sağlanmasının yanı sıra; sanal topluluklara farklı profillerle dahil olan kullanıcılar tarafından, markaların olumlu olumsuz tüm özellikleri diğer kullanıcılarla paylaşılabilmektedir. Sanal topluluklardaki üyelerin arkadaş bağlantılarının kullanılarak, topluluktaki üyeler birbirlerine bağlanarak sözel olarak pazarlama yöntemi kullanılabilmekte; dolayısıyla, kişisel bir pazarlama yürütülebilmektedir (Shih, 2009: 81).

Web üzerinden karşı karşıya kalınan reklam uygulamaları, son yıllarda önemli ölçüde artmıştır. Müşteri verilerinin toplanması ve veri tabanı oluşturulması; özellikle sosyal ağların gelişimiyle daha kolay gerçekleşmeye başlamıştır. Bunun temel nedeni;

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

web sitelerinde dolaşıldığında, internet kullanıcılarından veri talep edilmese de, sistemin hangi noktayla, ne kadar süre ilgilenildiğini gözlemleyebilmesidir (Kuegler vd., 2000: 186-191). Bu doğrultuda, internet üzerinden yapılan arama ve gezintilere göre, reklamlara maruz kalınırken, satın alma davranışları yönlendirilmeye çalışılmaktadır.

İnternetin en temel amacı, kullanıcılara bilgi sağlamak olmuştur. Buna ek olarak, son yıllarda özel sayfalar, profesyonel bilgi sağlayıcıları, yeni servisler, şirketler ve diğer organizasyonlar da kendileri için web siteleri kurmaya başlamışlardır. Bu yeni oluşum, bilgiye ulaşmak isteyen bireyler ve müşteriler arasında açık bir ayrım ortaya çıkarmıştır. Artık, internet siteleri, maddi kaynaklara göre işlemeye başlamıştır (Kolbitsch ve Maurer, 2006: 187).

Özetle, yeni medya araç ve uygulamaları (sosyal ağlar, akıllı telefonlar vb.) gündelik yaşamın dönüşmesine; aynı zamanda tüketim kültürünün de evrilmesine neden olmuştur. İnternet ve sosyal ağların yoğun kullanımı, gündelik süreçlerin bu araçlara göre yaşanmasını da beraberinde getirmiştir. Günümüzde, tüketim kültürü dolayımlı gündelik yaşam pratiklerinin yoğun bir şekilde yaşandığını söylememiz mümkündür. Sanayi sonrası toplumlarla birlikte ortaya çıkan enformasyonel kapitalizm, yeni teknolojilerin bireyler tarafından tüketilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bununla birlikte, internet üzerinden farklı hizmet ve ürünlerin tüketiminde de artışlar yaşanmaya devam etmektedir. Günümüzde, bankacılık, ulaşım, perakendecilik gibi önemli sektörler; internet aracılığıyla birçok işlemini gerçekleştirmeye başlamıştır. Bu durum ise, bireylerin internet teknolojilerini kullanma zorunluluğunu doğurmaktadır.

Tüketim kültürü, gençliği etkisi altına alarak, nüfuz ettiği alanları genişletmeyi sürdürmektedir. Kaldı ki, gençlik *ticarileşmiş* ya da üretilen *maddi kültürü* benimser hale gelmiştir. Artık, gençlik, özel bir tüketici pazarı oluşturmaktadır. Günümüz gençliği eski kuşaklara göre hem daha fazla paraya sahiptir hem de daha fazla harcama yapmaktadır. Bununla birlikte markalar ve pazarlamayla ilgili daha fazla bilgi sahibidirler. Aynı zamanda, ailelerinin ne tüketeceği konusunda da etki sahibi olabilmektedirler (Allison, 2009: 36-38). Çalışmanın çözümleme bölümünde, üniversite gençliğinin sosyal ağlar ve internet dolayımlı gündelik yaşam pratiklerinin değerlendirilecek olmasından dolayı; izleyen altbaşlıkta enformasyon toplumlarıyla birlikte değişen gençlik kültürüne vurgu yapılmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

2. Gençlik Kültürü ve İnternet

Enformasyon çağı ile birlikte, toplumu oluşturan tüm bireylerde olduğu gibi, gençler de farklı şekillerde, yeni deneyimle yaşamaya başlamıştır. Bu bağlamda, gençliğin son yıllarda birbirini yeniden üreten hem sosyo-ekonomik hem de psikolojik iki etki arasında sıkıştığı gözlemlenmektedir. Bu söz konusu psikolojik etkinin gencin gelişim krizleri ve kimlik oluşumuna eşlik eden bir dizi psiko-sosyal soruna, sosyo-ekonomik etkinin ise küresel kapitalist kültür endüstrilerinin her türlü etkiye açık bu genç kitleyi hedef alan ticari sömürüsünün sebep olduğu sosyo-kültürel soruna işaret ettiği vurgulanmaktadır (Şahin, 2007: 157). Bu noktada, küresel kapitalizmin etkileri, günümüzde internet ve internet teknolojileriyle birlikte gençler üzerinde daha yoğun bir etki bırakmaktadır.

2.1. Endüstri Toplumundan Bilgi Toplumuna Değişen Gençlik Kültürü

Toplumsal süreç ve gelişmeler, toplumu oluşturan bireylerin bazı açılardan değişmesine neden olabilmektedir. Yaşam biçimleri ve kültür devingen bir süreç olarak karşımıza çıkarken, sürekli olarak yenilenmektedir. Bu noktada gençlik kültürünün de, endüstri toplumundan, bilgi toplumuna geçiş sürecinde bazı değişimler yaşadığını söylememiz mümkündür.

Gençlik, biyolojik ve statik bir kimlik olmaktan ziyade; içinde bulunulan sosyo-kültürel yapıya uyum gösteren, devingen bir toplumsal kategoridir. Sanayi öncesi toplumlarda, yetişkinlik ve çocukluk evresi arasındaki geçiş dönemini ifade eden gençlik; kısa sürede gerçekleşmiş, bu geçişler farklı ritüel ve törenlerle sağlanmıştır. Gençlik döneminin daha uzun sürmesi ise, on dokuzuncu yüzyılla birlikte; kentleşme ve sanayileşme gibi sosyal süreçlerin ortaya çıkmasıyla gerçekleşmiştir. Eşdeyişle, gençlik, modernizm ile doğmuş ve insan yaşamının gittikçe uzayan bir dönemi haline gelmiştir. Siyasal, kültürel, ekonomik ve toplumsal unsurların değişmesiyle birlikte; eskiden 15-25 yaş arası olarak kabul edilen gençlik dönemi; şimdilerde, 30'lu yaşlar sınırına dayanmaya başlamıştır (Lüküslü, 2005: 69-70).

Sanayi toplumlarıyla birlikte, iş niteliklerinde önemli değişiklikler olmuştur. Artan iş bölümü ile birlikte bireyler, uzmanlaşma için daha uzun süreli eğitimler almaya başlamıştır. Eğitim süresinin daha uzun hale gelmesi de, gençlik döneminin uzamasına neden olmuştur. Gençlik dönemi, bireylerin iktisadi sistem içerisinde yer almadan, daha

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

çok öğrendiği ve yetiştiği bir dönem olarak karşımıza çıkmaktadır (Spenle, 1980: 88). Öncelikle biyolojik, daha sonra toplumsal nedenlerden ötürü (öğrenim süresinin uzaması, meslek yaşamına geç girme gibi); günümüzde gençlik, kendi kültürel özellikleriyle bir altkültür olarak değerlendirilmeye başlanmıştır (Spenle, 1980: 8). Her dönemde gençlik kültürünün kendisine özgü bir yaşam biçimi, modası ve kültürü olmuştur.

Gençlik dönemi, birçok birey için stresli bir dönemdir. Yaşanan bedensel gelişmelerle birlikte gençler; ev ve okul ortamlarında gerçekleştiremedikleri eylemleri farklı mecralarda gerçekleştirme arayışına girmektedirler. Gençlik, bu dönemde ailesiyle daha az zaman geçirmeye başlarken; yaşıtlarıyla daha fazla etkileşim içinde bulunmaktadır. Bunların yanı sıra, gündelik yaşamlarında da değişiklikler oluşan gençlerin, kitle iletişim araçlarını kullanım alışkanlıkları da farklılaşmaya başlamıştır. Bu dönemde, televizyon, radyo, sinema ve popüler müzik gençlerin yaşantılarının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır (Lull, 2000: 43). Günümüzde, bu ürünlere internet ve yeni medya araçlarını da eklememiz yanlış olmayacaktır.

Bütün çağ ve dönemlerde, gençlerin bazı özellikleri benzerlik taşımaktadır. Ayrıca, genel olarak gençlerin; sevgi arayışı ve beklentisi, kimlik arayışı, idealizmin yarattığı çatışmalar, meslek seçimi, yetişkin değerlerini kabul etmede yaşanan problemler, otorite ile olan ilişkilerde yaşanan zorluklar gibi ortak sorunları da bulunmaktadır (Ulusoy vd., 2005: 368). Gençler, bu sorunlarını aşabilmek ve kurtulabilmek için bazı arayışlara girmektedirler. Günümüzde, sosyal ağlar ve internet mecraları; bu arayışlardan en popüler olanı olarak tanımlanabilir. Gençlerin çoğu artık, kimliklerini sosyal ağlar aracılığıyla oluştururken; başkaldırı ve toplumsal muhalefete katılma gibi eylemleri de bu ağlarda gerçekleştirmektedir.

Türkiye'de özellikle, 1980 yılından sonra, siyasi ve toplumsal anlamda önemli dönüşümler gerçekleşmiştir. Bu dönemde göç, çarpık kentleşme, geçim sıkıntısı, işsizlik, dengesiz gelir dağılımı gibi pek çok sorun ortaya çıkmıştır. Sözü edilen sorunlar, zamanla değerler alanını da etkilemiştir. "Çalışmadan para kazanma" algısının medyada somut hale gelmesi ve televizyon aracılığıyla sunulan gösterişli yaşam biçimleri; toplumun gelecek kuşaklarını oluşturacak olan gençleri etkilemeye başlamıştır (Bayhan, 2002: 45). Bu etkiyle birlikte, gençlerin daha bireyci ve kendilerini olduklarından farklı bir şekilde yansıttıklarını söylememiz de mümkündür.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Gençlik kültürünün kökleri, İkinci Dünya Savaşı sonrasında oluşan bolluk döneminde kolay şekilde yüksek gelirli iş bulabilen ya da ailelerinin refah artışından yararlanarak, yüksek öğrenime devam eden kuşaklara dayanmaktadır. Aileleriyle bağları zayıflayan ve geleneksel tüketim kalıplarına uymak zorunda kalmayan gençler, *eğlence endüstrilerinin* ve özellikle *televizyonun* etkisi altına girmiştir. Daha sonraki zamanlarda, kitle iletişiminin olanakları artarken; pazarlama anlayışlarının hedefi gençler olmuştur. Gençler, kitle iletişim araçlarının etkisiyle yeni yaşam biçimleri, yeni müzikler ve yeni tüketim anlayışlarının içinde yer almıştır (İnanır, 2005: 39). Kaldı ki, gençliğin kendine özgü bir yaşam evresi bulunmaktadır. Bugün, yükseköğrenime devam eden gençliğin büyük bir bölümünün internete eriştiğinden söz edilebilir. İnternet ve yeni medya, üniversite gençliğinin en önemli kitle iletişim araçları olurken; yaşam biçimleri de, bu araçlara göre şekillenmeye başlamıştır. Böylelikle, tüketim kalıpları ve gündelik yaşam da değişikliğe uğramıştır. Bazı kültür grupları, etrafındaki nesne ve ürünleri egemen kültürden farklı şekilde kullanarak; sisteme karşı çıkabilmekte ve bir altkültür oluşturabilmektedir.

> Bir toplumda yaşayan tüm bireylerin, o toplumda varolan hâkim kültür değerlerini aynı şekilde benimsemeleri söz konusu olmadığından, her kültürde çatışan ve uyum içinde olan alt kültür grupları mevcuttur. Gordon'a göre alt kültür, sınıfsal konum, dinsel ve etnik temel, bölgesel, kentsel ya da kırsal yerleşim gibi sosyal durumlarda hâkim kültürden bir alt bölünmeyi ifade eder. Burada sayılan sosyal faktörler, grup üyelerinin bütünleşmesini sağlama işlevi örmektedir. Walfang ve Ferracuti ise bir altkültürün sahip olduğu değer yargıları veya değer sistemi ile daha geniş değer sisteminden ya da merkezi değer sisteminden farklılaşmayı ifade ettiğini belirtirler (Smith 1976'dan aktaran Arıkan vd., 2003: 6).

Altkültür grupları, her toplum için vazgeçilmez bir unsurdur. Bu grupların kendilerine özgü yaşam biçimleri vardır ve bu yaşam biçimleri içselleştirilmiştir. Altkültür grupları, gönüllü ve gönülsüz altkültürler olarak sınıflandırılabilir. Gönüllü bir alt kültür grubu olarak tanımlanabilecek üniversite gençliğinin, kendisine özgü bir kültür yansıttığından söz edilebilir (Doğan 1994'den aktaran Arıkan vd., 2003: 6).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Gençlik kültürü; yetişkin dünyasının üretici çalışmasına, rutin işlerine ve sorumluluklarına karşı ters orantılı değerler geliştirmeye başlamıştır. Gençlik; tüketim, serbest zaman faaliyetleri vb. ile ilgili kendi değerlerini geliştirir ve genelde bu değerler, yetişkinlerinkine göre farklı olmaktadır. Eşdeyişle, gençlik kültürünün; bir genç grup tarafından paylaşılan inançlar, değerler, semboller ve eylemler kalıbı olduğunu söyleyebilmemiz mümkündür (Akan, 1994: 874).

Dick Hebdige, kendilerine özgü yaşam biçimleri, kullandıkları ve tükettikleri farklı ürünlerle, egemen sisteme karşı başkaldıran gençlik kültürünün; endüstri piyasasında ticari hale gelerek kitle kültürüne eklemlendiğinden söz etmektedir. Suç ve yabancılaşmış gençlik imgeleri, kentsel bunalım ve sürüklenme görüntüleri, popüler Amerikan malları etrafında biraraya gelmiştir. Gençlerin kendilerini farklı bir şekilde ifade etmek için kullandığı ürünler, kültür endüstrileri aracılığıyla alınıp-satılabilen metalara dönüşmüştür. Amerikanlaşma ve popüler kültür, bireyleri edilgen hale getirerek, serbest zamanları tutsaklaştırmaktadır (Aktaran Morley ve Robins, 1995: 85-86). Günümüzde, genç nüfusun kendisini farklı bir şekilde ifade etmek ve konumlandırmak için kullandığı sosyal ağ profilleri, popüler kültürün etkisiyle artık, milyonlarca birey tarafından kullanılmaya başlanmıştır.

Türkiye'de 1960'lı yılların sonundan itibaren; fordist üretimden, esnek istihdama geçilmiştir. Bunların yanı sıra; 12 Eylül darbesi, 24 Ocak ekonomik kararları ve kitle iletişim araçlarının etkisini arttırması gibi Türkiye'nin yakın döneminde yaşadığı kültürel, politik, ekonomik ve tarihsel deneyimler; toplumdaki gençlik söyleminin anlamını da değişikliğe uğratmıştır. Özellikle, sağ-sol kutuplaşması ve gençlerin aşırı politize olması, Türkiye için büyük sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur (İnanır, 2005: 38).

1980 ve sonrasında ise kitle iletişim araçları ve egemen sistem; özellikle gençler için bireyselliği, yaşam biçimlerini, bağımsızlaşmayı, kendini gerçekleştirmeyi vurgulamıştır. Ancak, bu durum sosyolojik bir çelişki de ortaya çıkarmıştır. Gençler yaşamın farklı alanlarından yoğun şekilde haberdar olurken, bunlara ulaşamamışlardır. 1990'larda ise, kitle iletişim araçları kısmen bir özgürlük sağlarken; farklı politik ve kültürel kimlikler, kendilerini daha rahat ifade etme olanağı bulmuşlardır. Ancak, gençlerin tamamen kendilerini gerçekleştirdikleri ve ifade ettikleri argümanlar bazı açılardan eleştiriler almıştır. Kuşkusuz ki, 1980 sonrası dönemde, serbest pazar

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

ekonomisinin ve kitle iletişim araçlarının gelişimi; kimliklerin inşası, dönüşümü ve ifadesi konusunda kimi olanakları da beraberinde getirmiştir. Öte yandan, tüketim ve çeşitlilik de kendi başına bir bağımsızlık, özgürleşme ve bireysellik anlamına gelmemektedir. Tersine, çoğu tüketim nesnesi; moda, biçim ve ideolojiyle gençlerin beden ve kişiliklerini şekillendirmektedir. Bu açıdan gençlerin ne ölçüde yaşamlarının öznesi oldukları ise tartışmalı bir konudur (Alemdaroğlu, 2005: 23-28). Bu tartışma, günümüz enformasyonel kapitalizm çağında da devam etmektedir. Bu dönemde, gençlere çok büyük olanaklar sunuluyormuş gibi görülse de; bu olanaklar, sistemin sınırları çerçevesinde işlemektedir. Ayrıca, sistemin gözetiminde ilerlemektedir.

Günümüzde bireyler, medya tarafından gönderilen mesajları seçmekte, seçtikleri mesajları yorumlamakta, okudukları ve izledikleri içeriklerle kendi inançlarını güçlendirmektedirler. Ancak durum, bununla sınırlı değildir. Enformasyon toplumlarıyla birlikte medya, gerçek bir çerçeve oluşturmakta ve bireyler bu çerçevenin dışına çıkamamaktadırlar (Kaypakoğlu, 1999: 89). Çağımızda, internet ve yeni medya ortamları üzerinden oluşturulan gerçeklik, birçok bireyi etkisi altını almış durumdadır. Yapay olarak oluşturulan bu gerçeklik üzerinden yaşanan gündelik yaşam pratikleri, özellikle gençlerin yoğun şekilde tercih ettiği bir oluşum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bilgisayar ve iletişim teknolojilerinde ortaya çıkan değişim ve gelişmeler, bir yandan toplumsal yaşamı sürekli parçalarken; diğer yandan bu parçaları kendi sistemine göre birleştirerek; sanal evreni, eşdeyişle siberuzayı yaratmıştır. Bir sistem ve yapı olarak siberuzay ve siber gerçeklik labirent kentlere benzetilebilir. Hiç kimse siber gerçekliğin nasıl oluştuğunu bilmemekte, ancak basit tuşlar ve pratik bazı bilgilerle bu ortamda ilerleyebilmektedir (Aslanoğlu, 1999: 32). Özellikle, genç nüfus arasında internet ve internet teknolojilerinin kullanımı daha kolay bir şekilde gerçekleşmektedir. Artık, gençler bu sistemi kullanmaya uygun bir şekilde yetiştirilirken; bu kullanım özelliği sistemin bir zorunluluğu olarak görülmeye başlanmıştır.

Özetle, sanayi toplumundan, enformasyon toplumuna geçiş sürecinde dünyada ve Türkiye'de, ekonomik, siyasi ve toplumsal anlamda pek çok önemli gelişmenin yaşandığını söyleyebiliriz. Bu gelişmeler, toplumun her alanını etkilerken, bireylerin yaşam biçimlerini ve gündelik yaşantılarını da etkilemiştir. Özellikle, kişiliklerinin oluşum sürecinde olan gençlik; toplumsal, siyasi ve ekonomik gelişmelerden oldukça etkilenmektedir. Günümüzde gençliğin, yaşam biçimlerini, gündelik yaşantılarını ve

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

kimliklerini; internet, sosyal ağlar ve yeni medya araçları aracılığıyla sürdürdüğünü söylememiz mümkündür. Türkiye'de, internet kullanımı en çok genç nüfus, özellikle üniversite gençliği arasında yaygınlık göstermektedir. Kaldı ki, internet, sosyal ağlar ve yeni medya araçlarının yoğun kullanımı bazı riskleri de beraberinde getirmektedir.

2.2. İnternet ve Gündelik Yaşamdaki Risk Faktörleri

Bilgi toplumu olarak adlandırılan çağımızda, internet kullanımı yaşamın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Daha önceki bölümlerde de belirttiğimiz gibi, internetin ortaya çıkış amacı; bilgiye kolay, ucuz, hızlı ulaşmak, iletişimi kolay hale getirmek ve gündelik yaşamın işleyişini hızlandırmak olmuştur.

Bununla birlikte, enformasyonel kapitalizm içinde gelişen internet ve beraberinde ortaya çıkan sosyal ağlar ile yeni medya araçlarının yoğun kullanımı, beraberinde bazı riskleri de oluşturmuştur. *İnternet bağımlılığı, bilişim suçları ve nefret söylemini* bu riskler içinde değerlendirmek mümkündür.

Günümüzde, internet bağımlılığı önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet, sosyal ağlar ve yeni medya araçlarının sağladığı olanakların artması ve gündelik yaşamın bu araçlarla işler hale gelmesi; internet bağımlılığının artmasına neden olmaktadır. Roger Davis'e göre, sağlıklı internet kullanımı; "düşünsel, davranışsal herhangi bir rahatsızlık duymaksınız, uygun bir zaman diliminde, istendik amaca ulaşmak için internet kullanmaktır. Problemli internet kullanımı ise; uyumsuz düşünce ve patolojik davranış içeren bir psikiyatrik durumdur" (2001'den aktaran Özcan ve Buzlu, 2005: 20). Morahan Martin'e göre, patalojik internet kullanımı: "internetin yoğun kullanılması, bu kullanımın kontrol altına alınamaması ve kişinin yaşamında ciddi zararlar vermesidir" (2000'den aktaran Özcan ve Buzlu, 2005: 20).

İnternet bağımlılığı, 1990'lı yıllardan itibaren psikiyatri ve sosyal bilimlerin literatüründe yer almakta ve giderek daha çok ilgi çekmektedir. İnternet bağımlılığı, özellikle 18 yaş ve üstü gençlerde yoğun şekilde görülmektedir. Türkiye'de özellikle genç nüfusun yoğunluğu dikkate alındığında; internet bağımlılığı, dikkat edilmesi gereken bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Genç nüfusun fazlalığı, internet ve teknolojilerinin yaygınlaşma hızının yüksekliği, işsizlik gibi sosyoekonomik nedenlerden ötürü internet bağımlılığı son yıllarda büyük artışlar göstermiştir. İnternet bağımlılığı, özellikle eğitim çağında görülmekte; öğrencilerin ruhsal ve bedensel

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

gelişimlerini, sosyal ilişkilerini olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca, akademik ve kişisel başarılar da; internet bağımlılığından olumsuz olarak etkilenerek, kişiyi başarısız kılmaktadır (Öztürk vd., 2007: 36-37).

Genel olarak teknolojik bağımlılıklar, kimyasal olmayan davranışsal bağımlılıklar kapsamına girmekte olup, insan makine etkileşimine dayanmaktadır. Bu bağımlılıklar; meşguliyet, duygudurum değişkenliği, tolerans, yoksunluk, kişilerarası çatışma ve tekrarlama özelliği göstermektedir. Bir bireyde, internet bağımlılığı olup olmadığını anlayabilmek için bazı davranış biçimlerinin değerlendirilmesi gerekmektedir. İnternet ile ilgili aşırı zihinsel uğraş, istenilen keyfi alabilmek için giderek daha fazla interneti kullanma, internet kullanımının azaltılması durumunda huzursuzluk ve çöküntü, planlanandan daha fazla internette zaman geçirme ve interneti olumsuz duygulardan kaçmak için kullanma durumları internet bağımlılığının göstergeleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Arısoy, 2009: 58-59).

Türk Telekom, Ipsos ve KGM tarafından 2012 yılının ilk çeyreğinde Türkiye'de bilgisayar ve internet kullanım ayrıntıları ile ilgili alışkanlıkları ortaya koyan araştırmanın sonuçları yayımlanmıştır. Bu araştırmaya göre, her iki evden birinde bilgisayar ve internet erişimi bulunmaktadır[12]. Bu durum, Türkiye'de internet kullanımının son yıllarda önemli ölçüde arttığını göstermektedir. Kaldı ki, internet kullanım oranlarının artması; internet bağımlığını arttırırken, gündelik yaşamın işleyişini de etkilemektedir.

İnternet ve risk faktörlerine değindiğimizde; siber (bilişim) suçlar(ı) önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde, internet aracılığıyla birçok kişisel veya toplu eylem gerçekleştirilebilmektedir. Bu eylemler sonucunda, bireylerin maddi ve manevi zarar gördüğünü söyleyebilmek mümkündür.

İnternete özgü eylemler; internet yoluyla, yine internetin içinde bulunduğu bilgisayar sisteminin çeşitli unsurlarına yönelik müdahalelerdir. Bu müdahaleler, amaçlı ve haksız olarak yapılmaktadır. İnternete özgü eylemlere örnek olarak bir yayını bozmak, anlamını değiştirmek, eklemeler yapmak, işlevsiz hale getirmek, sisteme virüs bulaştırmak, elektronik posta sistemlerini farklı amaçlar için kullanmak ve kişileri rahatsız etmek örneklerini vermemiz mümkündür. İnternetin tüm dünyada yaygın hale

[12] http://www.sabah.com.tr/Teknoloji/Haber/2012/10/26/turklerin-internet-kullanim-aliskanliklari (Erişim Tarihi: 22.04.2013).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

gelmesiyle birlikte; siber uzay olarak isimlendirilen sanal ortamlarda, hukuka aykırı bazı eylemler ağlar üzerinden gerçekleşmeye başlamıştır (Yıldız, 2007: 615-616).

Günümüzde en yoğun görülen siber suçlar; hackleme (kırma), vandalizm, virüs yayma ve servis saldırılarıdır. *Kırıcılar* özellikle 1990'lı yıllardan sonra ortaya çıkmışlardır. Kırıcılar, bilgisayar sistemlerine girerek; bu sistemleri bozabilmektedirler. *Vandalizm* kelime anlamı olarak; varolan bir metni çıkarmak ve hakaret, pornografik ya da ilgisiz metinlerle değiştirmektir. Kırıcılar, kırdıkları internet site ve sistemlerini ilgisiz metin, fotoğraf veya içeriklerle doldurabilmektedirler. *Yayılan virüslere maruz kalma*; genellikle bireysel internet kullanıcılarının daha sık karşılaştığı bir durumdur. İnternet üzerinde dolaşan virüse bilinçsiz bir şekilde ulaşan bireysel kullanıcıların sistemleri, kullanılamaz hale gelebilmektedir. *Servis saldırıları* ise; daha genel ve sistemli bir eylemdir. Bu saldırılarda, eylemi gerçekleştiren grup ya da kişiler genel olarak internet sağlayacısını devre dışı bırakmaya çalışır. Böylelikle, büyük kitlelerin internet erişimi engellenir. Bu tür saldırılar, genellikle karşıt güçlerin ve aktivist hareketlerin kullandığı bir saldırı türü olarak karşımıza çıkmaktadır (Burden vd., 2003: 222-223).

Bilişim suçları; ağ ve belirli donanımlar aracılığıyla işlenen suçlardır. Bireylerin yararı için geliştirilen bilişim teknolojileri, günümüzün modern suç aletlerine dönüşmüştür. Bilişim suçu işleyen bireyler, genellikle orta seviyenin üzerinde ve ileri düzeyde zekâya sahiptirler. Bu yüzden, işlenen bilişim suçlarının delillendirilmesini engelleyici, zekâ ürünü olan yanıltmalar, engellemeler ve aldatıcı yöntemler, bilişim suçunu işleyen bireyler tarafından yoğun şekilde kullanılmaktadır (Gordon vd., 2006: 14-16). Devletin ve emniyet güçlerinin bilişim suçlarını ortaya çıkarmak ve zararları telafi etmek adına çalışmaları bulunsa da; bilişim suçları, fiziksel suçlara göre; takip edilmesi zor suçlar olarak görülmektedir.

Bilişim suçlarının gelişimi, siber terör kavramının da ortaya çıkmasına neden olmuştur. *Siber terörizm*; bilişim sistemleri doğrultusunda, elektronik araç, bilgisayar sistemleri ya da diğer elektronik iletişim biçimlerinin kullanılması aracılığıyla ulusal denge ve çıkarların zarara/yıkıma uğratılmasını amaçlamaktadır. Bu eylemler, kişisel ve politik olarak motive olurken; amaçlı ve örgütlü bir şekilde gerçekleşmektedir. Eylemlerini belirli bir politik ve sosyal amaca ulaşabilmek için gerçekleştiren *siber teröristler*; iletişim teknolojilerinden yararlanarak, dünyanın her yerinde etkili

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

olmaktadırlar (Atıcı ve Gümüş, 2003: 57). Bu eylemler; bireylere, topluma ve egemen sisteme zararlar verebilmektedir.

Siber terör eylemleri, eylemin yapılma biçimine göre sınıflandırılmaktadır. Eylemin hedefi olarak bilgisayar, araç olarak bilgisayar, eyleme yardımcı olarak bilgisayar ve bilgisayarların kötü amaçlı yaygınlaşması ile ilgili eylemler bu kapsamda yer alır. Siber terörün karakterine ilişkin *iki tip siber terörden* bahsedilmektedir. *Şiddet içermeyen siber terörde*; propaganda, iletişim-haberleşme ağlarına yönelik vandalizm gibi eylemler gerçekleştirilir. Bu eylemlerdeki amaç; hedef alınan yapıyı zayıflatma, güvenini sarsma ve maddi kazanç elde etmektir. *Şiddet içeren siber terörde* ise; sistemlerin yok edilmesi hedeflenir. Amaç; korku, panik ve toplumsal çöküntü yaratmaktır (Amarnathan, 2000: 62).

İnternet ve internet sistemlerinin yaygın kullanılması, bireyleri birbirleriyle daha bağlantılı hale getirmiştir. Teknolojik sistemlerden pek fazla haberdar olmasak da; bu sistemlere ve sistem içindeki bireylere güvenmekteyiz. Bu sorun hem uluslararası hem de ulusal olarak karşımıza çıkmaktadır ve yerel düzeyde çözülememektedir. Bilgisayarların yarattığı sistemler içinde hareket ederken, adımlarımıza ve dış müdahalelere dikkat etmemiz gerekmektedir. İletişim ve bilgisayar teknolojileri birleşirken, kullanılan uygulamalar kimi zaman tehlike yaratmakta ve siber suçların işlenmesine aracı olabilmektedir (Safaer and Goodman, 2006: 3-4). Günümüzde birçok kişi, internet üzerinden tanımadığı bireylere kendi kişisel bilgilerini vermekte ancak, bu bilgiler, sadece iletilen kullanıcıya değil, bütün sistem içerisine yayılırken, bilgileri yayılan birey mağdur olabilmektedir.

Gündelik yaşam içerisinde, internet ve internet mecraları dolayımıyla karşı karşıya kalınan nefret söylemi; toplumsal ilişkileri önemli ölçüde etkilemektedir. *Nefret söylemi*; bir grup, kişi ya da ırkı aşağılama, yozlaştırma ve hakaret etme biçimi ile, bunları savunan ya da haklı gösteren ifade biçimi olarak tanımlanabilir. Nefret söyleminin temelinde önyargılar, ırkçılık, yabancı korkusu/düşmanlığı, tarafgirlik, ayrımcılık, cinsiyetçilik ve homofobi yatar. Kültürel kimlikler ve grup özellikleri gibi unsurlar nefret söyleminin kullanılmasını etkiler. Ancak, yükselen milliyetçilik ve farklı olana tahammülsüzlük gibi koşullarda, nefret dili yükselir ve etkisini arttırır[13].

[13] http://www.nefretsoylemi.org/nefret_soylemi_nedir.asp (Erişim Tarihi: 26.04.2013).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Yeni medya ortamlarının özelliklerinden dolayı, günümüzde nefret söylemi; daha kolay bir şekilde yaygınlaşarak doğallaşmaya başlamıştır.

> Yeni medya ortamında gündelik yaşamda söylemsel pratiklerle üretilen ve geleneksel medya metinlerinde dolaşıma sokulan homofobik, transfobik, heteroseksist cinsiyetçi, yabancı düşmanı, ırkçı, etnik milliyetçi ve ayrımcı nefret söylemi yeni medya ortamının özelliklerinden dolayı çok daha kolay bir şekilde yaygınlaşarak, sıradanlaşarak dolaşıma girmektedir. Böylece her türlü ayrımcı ve dışlayıcı söylemsel pratikler kanıksanmakta, zaman içinde toplumdaki farklı kimlikleri ve varoluş pratiklerini ötekileştirmekte, hatta yok edici eylemlerle, diğer bir deyişle nefret suçlarına dönüşebilmektedir (Binark, 2010: 11).

Yeni medya ortamları ve sosyal ağlarda iletişimin kitlesiz hale gelmesi; toplumsal bilinç yapısını dışlayıcı bir şekilde oluşturabilmekte, ayrıca nefret söylemi yeni medya ortamlarındaki katılımcılar tarafından yorumlanarak büyütülebilmektedir.

Nefret söylemi, haber portallarında basılı yayına oranla çok daha rahat üretilebilmektedir. Nefret söylemi konusunda editörlerin duyarsız olması ve hukuki yaptırımların yetersizliği bu söylemlerin artmasına neden olmaktadır (Dirini, 2010: 64). Haber portallarının yanı sıra, dünyada ve Türkiye'de pek çok grubun sosyal ağlar üzerinden etnik ya da dini azınlıklara, cinsel yönelimi ve cinsel kimliği farklı olana yönelik nefret söylemleri ürettiği, ayrıca bu söylemlerin giderek daha yaygın şekilde dolaşıma girdiği gözlemlenmektir. Özellikle, gündemde yer alan ve geleneksel medyanın yer verdiği; toplumsal, kültürel ve siyasal tüm konular yeni medya ortamlarında nefret söylemine dönüşerek, kullanıma sokulmaktadır. Kaldı ki, internet ve toplumsal paylaşım ağlarının kullanıcıya sağlamakta olduğu görece özgürlük ortamının; ötekileştirmeye, ırkçı düşüncelere ve nefrete daha fazla olanak sağladığını da söylememiz gerekmektedir. Bu nefretin temelleri kuşkusuz ki, yeni medya ortamlarında atılmamakta, gündelik yaşamdaki ötekileştirmelerden ve ayrımcılıktan da beslenerek, geleneksel medya metinleriyle de güçlendirilmektedir (Aygül, 2010: 109-111).

Nefret söylemleri; hem ortaya çıkış nedenleri, hem de yayılma süreci itibariyle yeni bir dönemin eşiğine girmiştir. Çünkü, nefret söylemleri üzerindeki medya etkisi,

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

her zamankinden daha fazladır. Bu durum, geleneksel medyanın deformasyonuyla ilgili olduğu kadar, yeni medya ortamları ve sosyal ağların yaygınlaşmasıyla da ilgilidir. Dolayısıyla artık, nefret söylemleri üzerine konuşurken; yeni medya teknolojilerinin karakteristiğini ve toplumsal etkilerini de göz önünde bulundurmak gerekmektedir (Doğu, 2010: 223).

Geleneksel ve yeni medyayı birbirine eklemlenmiş şekilde düşünmemiz mümkündür. Günümüzde geleneksel medya ortamlarında gündemde olan konular, yeni medya ortamlarında da gündemde olmaktadır. Bunun yanı sıra, yeni medya ortamlarında popüler olan bazı konular da, geleneksel medya ortamlarına taşınabilmektedir. Birbirini besleyen bu süreç içerisinde, nefret söylemleri de daha etkin şekilde oluşarak kitleleri etkileyebilmektedir.

Özetle; internet, yeni medya araçları ve sosyal ağlar, bireylerin yaşamlarını daha kolay hale getirmek için icat edilse de; günümüzde artık, bazı açılardan riskler de oluşturabilmektedir. İnternet araçlarını daha sık ve bilinçsiz şekilde kullanan bireylerin, bu risklerle karşılaşma olasılığı daha fazla görülmektedir. Bu riskleri en aza indirgemek için; yeni medya okuryazarlığı ve teknolojik bilinç konularına dikkat etmek gerekmektedir.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Üçüncü Bölüm

Üniversite Gençliği Çerçevesinde İnternet ve Sosyal Ağlar Dolayımlı Gündelik Yaşam Pratiklerinin Çözümlenmesi

1. Araştırma Konusuna İlişkin Literatürdeki Diğer Araştırmaların Değerlendirilmesi

Çalışmanın bu bölümünde; Türkiye ve dünyada internet ve sosyal ağlar dolayımlı gündelik yaşam pratikleri ile ilgili yapılmış olan bilimsel çalışmaların değerlendirilmesine yer verilmiştir. Yapılan literatür taraması sonucunda, araştırmanın içeriğini tam olarak kapsayan bir çalışmaya ulaşılamasa da; internet, sosyal ağlar ve yeni medya araçlarının gündelik yaşamda nasıl kullanıldığına ilişkin araştırmalar vardır. Bu araştırmalar; Deborah Fallows'un Amerika'da yürütmüş olduğu *İnternet ve Gündelik Yaşam* projesi, Berry Wellman ve Caroline Haythornthwaite'in derlemiş olduğu *Gündelik Yaşamda İnternet* kitabı, Asiye Deniz'in *Sosyal Ağ Kullanımı ve Sosyal Ağlarda Benlik Algısı* ile Mustafa Bostancı'nın *Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları* isimli yüksek lisans tezleridir. Ayrıca, Habibe Akçay'ın *Kullanım Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı* ve Beril Akıncı Vural ile Mikail Bat'ın hazırlamış olduğu *Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma* başlıklı makaleleri de bulunmaktadır. Son olarak ise, Mutlu Binark ve Günseli Bayraktutan Sütçü'nün *Türkiye'de İnternet Kafeler: İnternet Kafeler Üzerine Üretilen Söylemler ve Mekân-Kullanıcı İlişkisi* isimli makâleleri de, yapılan çalışmalar arasında gösterilebilir. Sözü edilen çalışmalar, araştırmanın sorunsalı ve yöntemi açısından ayrı ayrı değerlendirilmiş; internet ve sosyal ağlar dolayımlı gündelik yaşam pratiklerinin nasıl oluştuğunu irdelemek amacıyla hazırlanan bu araştırma ile olan benzerlilik ve farklılıkları değerlendirilmiştir.

Fallows'un (2004) yürütmüş olduğu proje, iki bin kişiyle yapılan anketin sonuçlarına göre yapılandırılmıştır. Anket, 18-24 yaş arası gençlerle, telefon üzerinden

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın yapılış amacı; internetin gündelik yaşamda hangi alanlarda kullanıldığını ortaya çıkarmak olmuştur. Sosyal ağların, henüz yaşamımıza girmediği bu dönemde, internetin gündelik rutinlerde ne şekilde yer aldığı ortaya çıkarılmıştır. İletişim, eğlence, film izleme, fatura ödeme gibi etkinliklerini; anket uygulanan kişiler tarafından yoğun şekilde kullanıldığı görülmüştür. Ancak, araştırmanın sadece niceliksel ve betimsel olarak yapılması; gündelik yaşamın toplumsal, kültürel ve ekonomik sonuçlarının ortaya çıkarılmasında yetersiz kalmıştır. Öte yandan, telefon üzerinden yapılan anket uygulamasının da bazı dezavantajları olduğunu söylememiz mümkündür.

Wellman ve Haythornthwaite'in (2002) hazırlamış olduğu derleme kitap çalışması olan; *Gündelik Yaşamda İnternet* isimli derleme kitabı ise; farklı yazarların yazmış olduğu makalelerden oluşmaktadır. Manuel Castells ve Wesley Shrum gibi önemli kuramcıların yazılarıyla katkı sağladığı kitapta, internet teknolojileri ve gündelik yaşam arasındaki ilişki kuramsal olarak irdelenmiştir. Gün içindeki internet kullanımı, rutin işlemlerde internetin yeri, ağ toplumunun oluşumu, internet ve sivil hareketler konulu makalelerin bulunduğu kitap; gündelik yaşamda internetin yeri ve önemi hakkında önemli bilgiler sunmaktadır. Bununla birlikte, kitabın tamamında uygulamalı bir araştırmanın olmaması; sunulan kuramsal bilgilerin uygulanabilirliğini azaltmaktadır.

Deniz'in 2012 yılında gerçekleştirmiş olduğu *Sosyal Ağ Kullanımı ve Sosyal Ağlarda Benlik Algısı: Muğla İli Örneği* isimli yüksek lisans tez çalışmasının amacı; ortaöğretim öğrencilerinin sosyal ağ kullanım alışkanlıkları ve sosyal ağlardaki benlik algısı düzeylerini belirleyebilmektir. Tez çalışmasında; sosyal ağlarda fazla zaman geçiren öğrencilerin, sanal ortamdaki benlik algıları ile gündelik yaşamdaki benlik algıları arasındaki benzerlik ve farklılıklar üzerinde durulmuştur. Ayrıca, ergenlik dönemindeki öğrencilerin benlik algısının oluşmasında sosyal ağların olumlu ve olumsuz etkileri değerlendirilmeye çalışılmıştır. Araştırmada hem nicel hem de nitel yöntemler kullanılmıştır. Anket çalışmasının ardından, bazı öğrencilerle yüz yüze görüşmeler de gerçekleştirilmiştir. Toplanılan veriler, belirli bir bütünlük içinde değerlendirilmiştir. Öğrencilerin sosyal ağ kullanımı; okul türü, cinsiyet ve ailelerinin maddi durumlarına göre değişiklikler göstermektedir. Bununla birlikte, öğrencilerin sosyal ağlardaki benlik algılarının olumlu olduğu görülmüştür. Araştırmanın sadece facebook sosyal ağı üzerinde yapılmış olması önemli bir eksiklik olarak karşımıza

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

çıkmaktadır. Çünkü, günümüzde diğer sosyal ağ siteleri de yoğun şekilde kullanılmakta; ayrıca, benlik sunumları da bu sitelerin özelliklerine göre değişmektedir. Öte yandan, araştırmada, sosyal ağların tarihsel gelişimi kuramsal olarak ele alınmamış; sadece neyin ne olduğu belirtilmiştir. Sanayi sonrası toplumların bilgi toplumuna dönüşmesiyle ortaya çıkan ağ toplumlarının daha ayrıntılı bir şekilde değerlendirilmemesi de, araştırmanın zayıf bir noktası olarak ileri sürülebilir.

Bostancı (2010), *Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları* çalışmasında; sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını incelemiştir. Çalışmanın özet kısmında; literatür taraması ve anket yönteminin kullanıldığı belirtilmiştir. Çalışmanın temel varsayımları; sosyal ağların gençler arasında yoğun şekilde kullanıldığı ve bu mecralarda, daha çok iletişim ile yeni arkadaşlıklar kurmak için bulunulduğudur. Yapılan anket çalışması sonucunda; bu varsayımların gerçek olduğu anlaşılmıştır. Yapılan bu çalışma; kuramsal ardalanı eksik bir çalışma olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırmanın kuramsal bölümünde; kitle iletişim araçlarının toplumsal etkileri, sosyal medya kavramı ve araçları üzerinde durulmuştur. Enformasyonel kapitalizm içinde gelişen sosyal ağlar ve yeni medya araçlarının gündelik yaşamdaki kullanımı hakkında herhangi bir bilgiye ise yer verilmemiştir. Kaldı ki, gündelik yaşam ve sosyal ağ ilişkisi; böylesi bir araştırmada, sözü edilmesi gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca, çalışmada sadece nicel bulgulardan yararlanılmıştır. Bununla birlikte, sosyal ağlar sadece iletişim fakültesi öğrencileri tarafından kullanılmamaktadır. Sadece iletişim fakültesi öğrencileri üzerine yapılan bir çalışma; sosyal ağ kullanımı ile ilgili yanıltıcı sonuçlara ulaşılmasına neden olabilir. Çalışmada üniversite öğrencilerinden söz ederken "gençlik" şeklinde vurgu yapılmıştır. Ancak, kuramsal kısımda gençlik ve gençlik kültürü ile ilgili olarak herhangi bir bilgiye yer verilmemiştir.

Akçay, 2011 yılında yapmış olduğu çalışmada, Kullanım ve Doyumlar yaklaşımı bağlamında; Gümüşhane Üniversitesi üyelerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını incelemiştir. Araştırma; akademik ve idari personel ile öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Bu açıdan, araştırmanın önemli bir üstünlüğü bulunmaktadır. Araştırmanın sonuçlarına göre; Gümüşhane Üniversitesi üyeleri sosyal medyayı; sosyalleşmek, eğlenmek, boş zaman geçirmek, rahatlamak, stresten uzaklaşmak ve bilgi edinmek için kullanmaktadır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Bu araştırmaya benzer şekilde; Vural ve Bat (2010) ise, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin sosyal medyayı nasıl algıladıkları ve kullandıklarını incelemişlerdir. Araştırmada, anket yöntemi kullanılmıştır. Hangi amaçla ve ne sıklıkla sosyal medyanın kullanıldığı gibi sorulara yanıtlar aranmıştır.

Binark ve Sütçü'nün 2008 yılında gerçekleştirmiş oldukları çalışma, internet kafelerin genç ve çocukların gündelik yaşamlarında nasıl yer kapladığını anlamaya yöneliktir. Çalışma, Ankara'da gerçekleştirilmiştir. 38 adet internet kafede yürütülen araştırmada, 10-24 yaş arası 206 kişiyle odak grup görüşmeleri yapılmıştır. Çalışma kapsamında ilk olarak, Türkiye'de internet kafelerin gelişimi üzerinde durulmuş, ikinci bölümde ise, internet kafelerin egemen sistem tarafından tehlikeli mekânlar olarak nitelendirdiği belirtilmiştir. Son bölümde de, odak grup görüşmelerinden elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Çalışmada özellikle, internet kafelerin gençlere ve çocuklara zararlı etkilerine yönelik, ana akım medya ve egemen sistem tarafından üretilen yargılar tartışılmıştır. İlgili çalışma, gençlerin gündelik yaşamlarında internet kafelerin nasıl yer kapladığına yönelik önemli açılımlar sunmaktadır. Egemen sistem eve anaakım medya söylemlerinin aksine, internet kafelerin her genci suç unsuruna yönlendirmediği görülmüştür. Çalışmada sonuç olarak, eleştirel yeni medya okuryazarlığı ve internete erişim oranlarının artması gerektiğine vurgu yapılmıştır.

Bu çalışmanın sorunsalı, yukarıda sözü edilen diğer çalışmalardan farklı olarak internet ve sosyal ağlar dolayımlı gündelik yaşam pratiklerinin neler olduğunu irdelemektir. Çalışmada eleştirel yaklaşım benimsenmiş; hem kuramsal hem çözümleme bölümü buna göre inşa edilmiştir. İnternet, sosyal ağlar ve yeni medya araçlarının gelişimi enformasyonel kapitalizm içinde değerlendirilirken; bu araçların avantajlarından da söz edilmiştir. Kapitalizmin ekonomi politiği ve gündelik yaşam konuları üzerinde ayrıntılı bir şekilde durulmuş; ayrıca, gündelik yaşam içine giren teknoloji ve teknolojik araçların toplumsal, ekonomik ve sosyal yönleri değerlendirilmiştir. Çalışmada; internet, sosyal ağlar ve yeni medya araçları ile tüketim toplumu arasındaki bağlantı irdelenerek; değişen gençlik kültürü tartışmaya açılmıştır. Bu tartışma ekseninde; internetin oluşturduğu olası riskler üzerinde de durulmuştur. Çalışmanın çözümleme bölümüne geçilmeden önce; *sosyal ağ*, *alışveriş* ve *haber* siteleri ile ilgili olarak arkaplan bilgilerine yer verilmiştir. Bu sitelerin gündelik yaşamdaki yeri ve önemi örneklerle anlatılarak kuramsal ardalan ile olan ilişkisi

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

kurulmaya çalışılmıştır. Ardından, Anadolu Üniversitesi öğrencileriyle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerden elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

2. Sosyal Ağlar, Alışveriş ve Haber Sitelerine İlişkin Çözümlemeler

Web 1.0'dan, 2.0'a geçiş sürecinde internet ortamlarının çeşitlenmesi; internet kullanıcılarının artmasına neden olmuştur. Gündelik yaşamdaki birçok gereksinimi karşılar hale gelen internet; toplumsal yaşam içerisinde önemli bir yer edinmiştir. Özellikle sosyal ağlar (facebook, twitter), etkileşimli video siteleri, alışveriş siteleri ve haber siteleri gündelik yaşamın vazgeçilmez unsurları olmuştur. Bu açıklamalar çerçevesinde, izleyen altbaşlıklarda; önemli internet mecralarının tarihsel arkaplan ve uygulamaları değerlendirilmiştir.

2.1. Facebook İle Büyüyen Genç Kuşaklar

Facebook, 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından kurulmuştur. Aradan geçen zaman içerisinde facebook, dünya genelinde en çok tercih edilen sosyal ağ sitesi haline gelmiştir. Enformasyonel kapitalist yapıda, facebookun tecimsel değeri her geçen gün artmaya devam etmektedir. Site, küresel ağ içerisinde değerini arttırırken; yerel birtakım uygulamalarla da; kullanım ağını genişletmeye devam etmektedir. Site, bireyin bir yanda temsiline, kendi kimliğini sergilemesine olanak verirken; çeşitli toplumsal, kültürel ve siyasal örgütlenmelere de olanak sunmaktadır. Unutulmaması gereken bir nokta; tüm kültürel metinler ve uzamlar gibi, facebook da birçok ideolojik çelişki ve çatışmayı içermektedir (Toprak vd., 2009: 37-41).

Günümüz elektronik medya çağının en önemli sitelerinden birisi facebooktur. Dünyada, milyonlarca kişinin facebook üyeliği bulunmaktadır. Yapılan araştırmalar ve gözlemlerden hareketle; facebook en çok sosyal etkileşim amacıyla kullanılmaktadır. Bununla birlikte, ağlar üzerinden farklı kimlikler oluşturmak ve bunu sürdürmek de en sık yapılan davranış biçimi olarak görülmektedir. Facebook kullanıcıları; sitenin sağladığı olanaklara göre profillerine memleket, doğum yeri, eğitim ve ilişki durumu gibi özellikleri ekleyebilmektedirler. Buna ek olarak; arkadaş ağını genişletmek profil sahibinin elindedir. Bireysel facebook kullanıcısı, arkadaşlık tekliflerini kabul etmeyebilir; ayrıca, iletişim kurmak istemediği kişileri de engelleyebilir. Facebook kullanıcıları, profillerine fotoğraf ekleyebilmekte; bu fotoğraflardaki arkadaşlarının da

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

kim olduklarını belirtebilmektedir. Site, iletişim için farklı olanaklar sunmaktadır. Özel mesaj ve sohbet içeriğine sahip olan facebook; e-mail ve sohbet programlarını da kapsamaktadır. Sitenin yapısı, iki ara yüzden oluşmaktadır. Bireysel bilgiler ve kullanıcının paylaşımlarının görüldüğü kişisel profil dışında, haber akışının yer aldığı ana sayfa bulunmaktadır. Bu sayfa; kullanıcının ilgi alanları, arkadaşları ve takip ettiği (film, müzik, sanatçı) unsurlara göre şekillenmekte ve sürekli güncellenmektedir (Pempek vd., 2009: 227-230).

Şekil 1. Profil Sayfası

Şekil 2. Haber Akış Sayfası

Sosyal paylaşım ağları, kişilerin gündelik yaşamlarının büyük bir çoğunluğunu yeni sanal ortamlarda geçirmelerine neden olmuştur. "Sanal; gerçek dünyayı, salt gerçekliğe uygun bir şekilde kusursuz olarak yeniden üretmekte ve böylelikle gerçekliğe son vermektedir" (Baudrillard, 2005: 5). Facebookta yer almak ve bu sitede etkin olmak rutin bir eylem haline gelmiştir. Ancak, gündelik yaşamda yaygın şekilde

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

gerçekleşen pratik ve rutinler, bireyin zorunlu; ancak rıza göstererek girdiği mekanizmalara dönüşmüştür. Bu açıdan bakıldığında, internete dayalı sosyallik ve sosyalleşme biçimi birey için bir zorunluluk halini almıştır. Bu zorunluluk aynı zamanda, rıza gösterilen bir zorunluluğu da işaret etmektedir. Çünkü, sosyal çerçevesinde günün her anında karşılaştığı sosyal gerçekliğe yabancılaşma ve marjinalleşmeyi göze alamayan birey, toplumsal eğilimlere uyumluluk göstermek durumunda kalmaktadır (Göker vd., 2010: 186-187).

Diğer sosyal ağlardan hiçbiri, facebookun dinamiklerini yakalayamamıştır. Facebook, pazarlamadan yaşam biçimlerine; siyasi örgütlenmelerden ilişkilere kadar günümüzde her şeyi etkilemektedir (Treadway and Smith, 2010: 30). Türkiye'de facebook, en çok kullanılan sosyal paylaşım sitesidir. Sitenin Türkiye'deki kullanıcı sayısı, 31 milyonu aşmıştır. Bu sayı, Türkiye nüfusunun yüzde 40'ıdır. Türkiye'de internet kullanıcılarının facebook kullanma oranı ise yüzde 89.28'dir. Eşdeyişle, internet kullanan 10 kişiden 9'unun facebook hesabı bulunmaktadır. Türkiye'de facebook kullanıcı profilleri incelendiğinde ise, en yaygın grup 18-24 yaş aralığıdır. Kullanıcılar arasında 18-24 yaş aralığındaki 10 milyon 311 bin 550 kişi, eşdeyişle, yüzde 34'lük bir kesim facebook kullanmaktadır.[14]

Sözü edilen vurgu noktalarından hareketle, gündelik yaşamın akışı içerisinde gerçekleştirilen birçok etkinliğin; artık, facebook üzerinden gerçekleştirilmeye başlandığı söylenebilir. Manuel Castells'in de vurguladığı gibi sanal gerçeklik, gerçekmiş gibi algılanan deneyimlere dönüşmüştür. Facebook, günün her saatinde ulaşılan ve gündelik yaşam örüntülerinin paylaşıldığı bir ortam haline gelmiştir.

2.2. Twitter: 140 Karaktere Sığan Yaşam Biçimleri

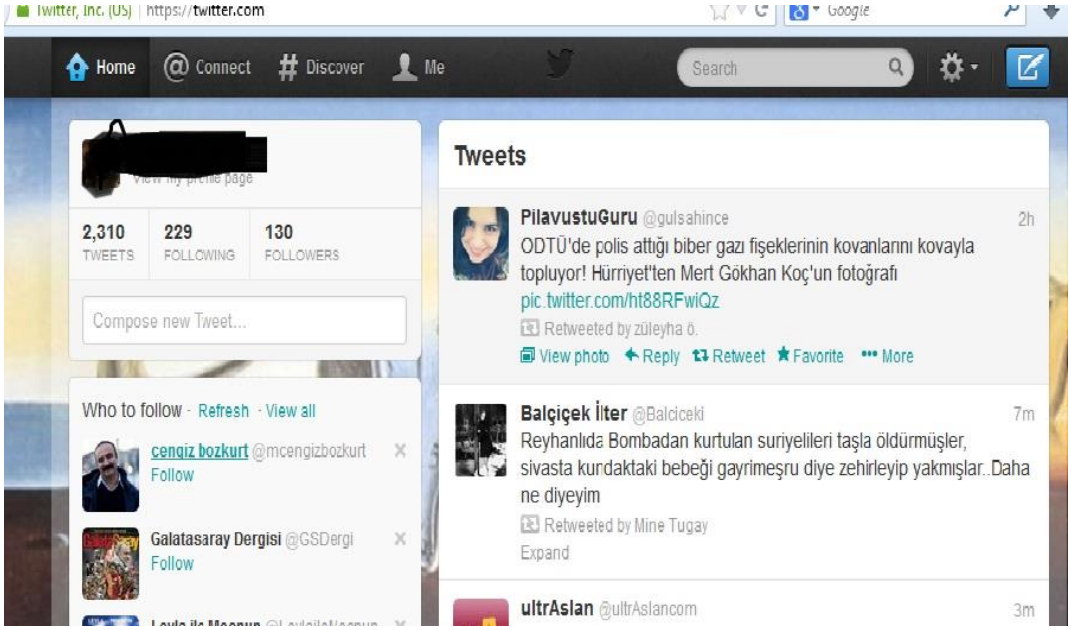
Twitter, 13 Temmuz 2006 tarihinde kurulan, kullanıcıların güncellemelerini farklı yeni medya araçlarıyla gönderebildiği bir mikroblog sitesidir. Twitter aracılığıyla gönderilen iletiler, 140 karakteri geçememektedir. Bireysel kullanıcıların gönderdiği iletiler, izleyiciler ya da kullanıcı tarafından yasaklanmadıysa herkes tarafından görülebilmektedir (Jansen vd., 2009: 2172).

Twitter üzerinden kullanıcılar "tweet" (ileti) adı verilen ve 140 karakterden oluşan mesajlarını diğer kullanıcılarla paylaşarak; kitlesel ve bireylerarası iletişim

[14] http://www.sabah.com.tr/Teknoloji/Haber/2012/01/27/facebookta-avrupa-lideriyiz (Erişim Tarihi: 14.05.2013).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

kurabilmektedirler. Bu ağ ortamında, kullanıcılar kendilerini nasıl ifade etmeleri gerektiği üzerine rehberlik görevi gören "Ne yapıyorsun?" gibi kapsayıcı bir soru ifadesi yer almaktadır. Bireyler, twitter üzerinden gündelik yaşamlarında neler yaptıklarını paylaşmanın yanı sıra; 140 karaktere sığdırabildikleri (fotoğraf, video, link) paylaşabilmektedirler. Site üzerinden istenilen kişilerin iletilerini izlemek için "follow" (takip) isteği gönderilebilmekte ve bu takip, karşılıklı olma zorunluluğu taşımamaktadır. Bazı kullanıcılar, binlerce kişiyi izlerken; bazıları birkaç kişiyi, yine bazı kullanıcılar sadece tanıdıkları kişileri izlerken; bazıları da yabancı ya da ünlü kişileri takip etmektedirler (Odabaşı vd., 2012: 94). Örneğin; siyasetçi, sporcu, sanatçı ve popüler kültüre üye ünlülerin izleyici sayıları fazlayken; bireysel kullanıcıların izleyici sayıları ise daha azdır.



Şekil 3. Bireysel Kullanıcı Ana Sayfa Örneği

Twitterın bir diğer özelliği ise; girildiği ülkeye göre, en çok konuşulan ve gündemde olan konular ile konu başlıklarını "*trend topic*" adı altında belirtmesidir. Popüler başlıklar olarak isimlendirilebilecek bu bölümdeki konu başlıkları, ülkeden ülkeye farklılıklar göstermektedir. Türkiye'de bu bölümde, genellikle siyaset ve özellikle futbolla ilgili başlıklar yer almaktadır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Şekil 4. Türkiye "Trend Topic" Sayfa Örneği

Twitter deneyimi; bireylerin gönderileri, kendileri hakkındaki güncellemeleri ve diğer bireylerden gelen iletileri okumakla oluşmaktadır. Ancak, bu sadece bir başlangıç olarak görülmektedir. Twitterın *web 2.0* özelliğinden dolayı; izlediğimiz kişiler, ilgi alanlarımız ve yayınladığımız iletilere göre, sitenin bireysel kullanıcılara sunmuş olduğu öneriler olmaktadır. Bu öneriler; bir ünlüyü izlemek olabileceği gibi, bir ürün ve hizmeti izlemek şeklinde de olabilmektedir. Bu durum, twitter sosyal ağ sitesinin tüketim kültürü dinamiklerine eklemlenmesine de neden olmaktadır. Twitterın en önemli gücü ve etkinliliği, geri bildirimlerin eşzamanlı olarak gerçekleşmesidir. Özellikle, ürün ve hizmet sektöründeki firmalar; twitter üzerinden izleyicilerine eşzamanlı olarak yanıt vermektedirler (Robbins, 2010: 26-27).

Şekil 5. Bir Hizmet Firmasının Müşteriye Eşzamanlı Olarak Cevap Verme Örneği

Twitterın, dünyada ve Türkiye'de yoğun bir kullanıcı sayısı bulunmaktadır. Şubat 2012 verilere göre; sitenin dünya genelinde 465 milyon üye sayısı bulunmaktadır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Türkiye'deki üye sayısı ise, 7.2 milyon ile birçok Avrupa ülkesini geride bırakmıştır.[15] Ancak, Türkiye'deki bireysel internet kullanıcısı ve internete erişim olanağı bulan kişi sayısına göre; bu oran görece az bir kullanım olarak değerlendirilebilir.

Özetle, twitter ile gündelik yaşam arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Çalışma dışı zaman olarak nitelendirilen boş zaman olgusu; enformasyonel kapitalizm dinamikleri içerisinde gelişerek farklı açılımlar kazanmıştır. Artık, bireyler boş zamanlarında; yeni medya araçları ve internet ile zaman geçirmektedirler. Sosyalleşme, iletişim, eğlence vb. etkinlikler günümüzde sosyal ağlar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu sosyal ağlardan en önemlilerinden biri de, twitter olarak görülmektedir. Twitter; yaşam biçimlerinin, gündelik yaşam pratiklerinin, kimliklerin ve toplumsal olaylarla ilgili düşüncelerin paylaşıldığı önemli bir mecra haline gelmiştir. Günümüz enformasyon toplumunun en önemli özelliklerinden biri hızlı yaşam biçimidir. Hızlı tüketme, yaşama ve karar verme gibi unsurlar; içinde bulunulan çağın en önemli dinamikleri olmuştur. Twitter mikroblog ve sosyal ağ sitesi de, bu açıdan yaşanılan çağın dinamiklerini fazlasıyla yansıtmaktadır.

2.3. Youtube ve Myspace: Görüntüyü Tüketen Yapılar

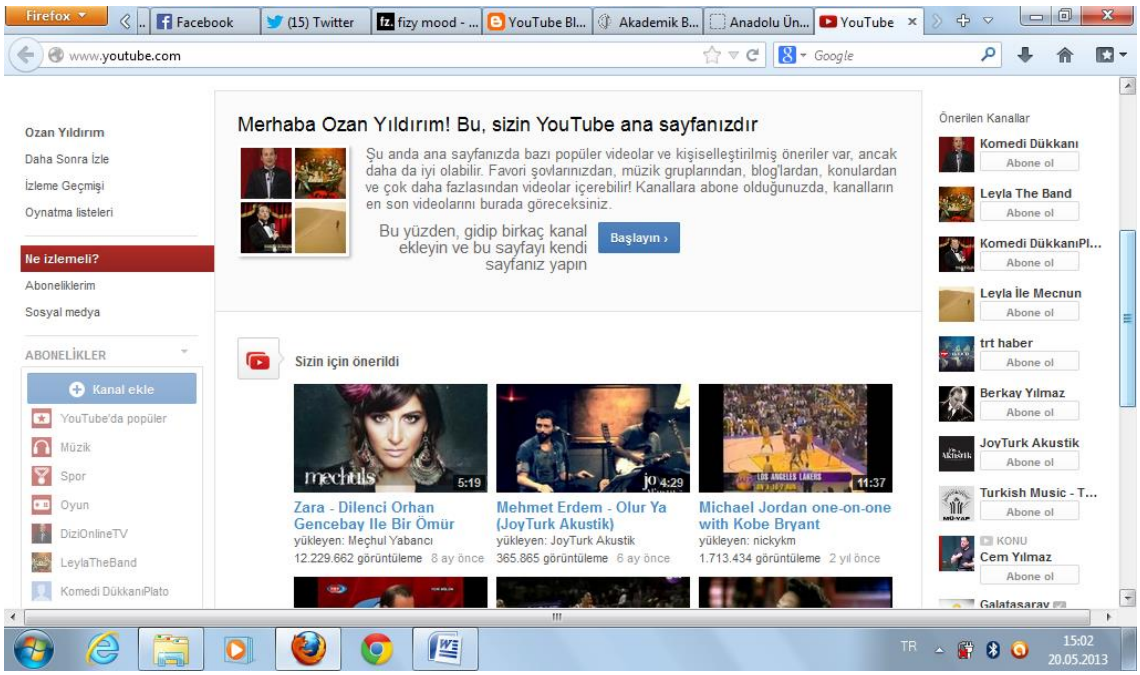
Günümüz tüketim toplumu, gösteri çağı olarak tanımlanmaktadır. Gösteri çağında; birey, ürün, hizmet ve diğer her şeyin kendisini belirli mecralarda göstermesi önem taşır hale gelmiştir. Video paylaşım siteleri, kitlelerin bizlere olan bakış ve ilgisini değiştirebilmektedir. Video paylaşım sitelerine yüklenen videolar, kitlelerce izlenebilmekte ve anaakım medyada gösterilemeyen bazı görüntülere daha hızlı şekilde ulaşmasını sağlamaktadır. Dünyadaki en önemli video paylaşım ağları, *youtube* ve *myspace* olarak görülmektedir.

Youtube internet sitesi; online ortamda bireylerin kendi videolarını yükleyip, farklılıklarını yaratabildiği en önemli mecralardan biridir. Sitenin dinamikleri; kültür, toplum ve ekonomi açısından önemli açılımlar sunmaktadır (Jean and Joshua, 2009: 1). Youtube, 2005 yılında kurulmuştur. Ekim 2006'da ise, Google tarafından satın alınmıştır. Site "broadcast yourself" (kendini yayınla) sloganıyla yola çıkmıştır.

[15] http://www.sabah.com.tr/Teknoloji/Haber/2012/03/16/iste-turkiyenin-twitter-istatistikleri (Erişim tarihi: 20.05.2013).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Youtube üyeleri için standart, müzisyen, yönetmen, komedyen, uzman ve bildirici gibi hesaplar bulunmaktadır.[16] "Kendini yayınla", önemli bir slogan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyin kendini gösterebilmesine olanak veren ve bunun için sınırları olmayan site; bireyleri birer yayıncıya dönüştürmektedir. Youtube bireysel kullanıcı sayfası, kişinin daha önceki zamanlarda izlediği videolar ve ilgi alanlarına göre şekillenebilmektedir. Bu özellik, youtube sitesinin *web 2.0* ve *web 3.0* özelliklerini taşımasından dolayı gerçekleşmektedir.

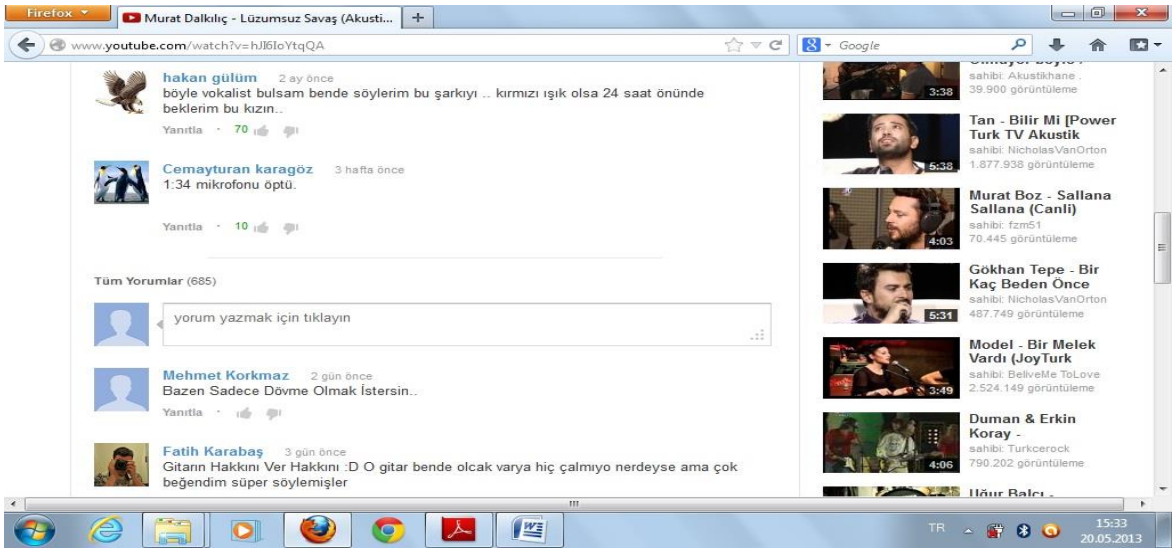


Şekil 6. Bireysel Kullanıcı Youtube Ana Sayfası

Youtube video kültürü, bireyler için yeni olanaklar yaratabilmektedir. 2005 yılında kurulduğundan bu yana site, hızlı bir büyüme gerçekleştirmiştir. Günümüzde, site üzerinden, günde 100 milyon video izlenmektedir. Sitenin önemli özelliklerinden biri; izlenilen videolara bireylerin yorum yapması ve bu özelliği sayesinde etkileşimin gerçekleşmesidir (Cheng vd., 2008: 229-230).

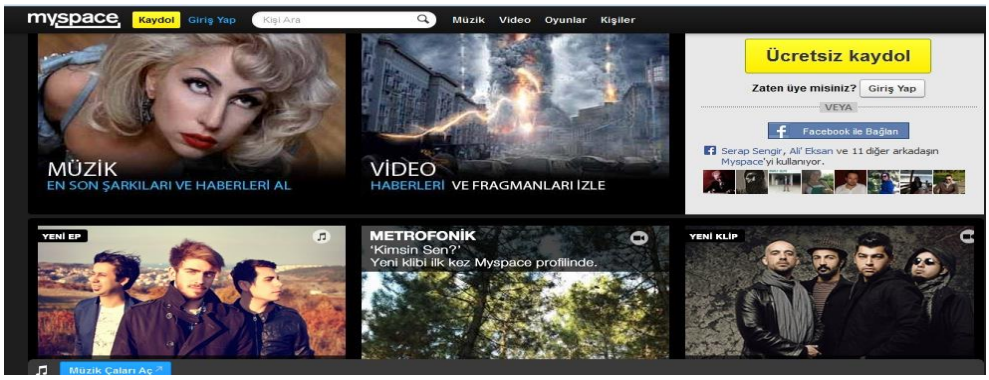
[16] http://youtube-global.blogspot.com/ (Erişim tarihi: 20.05.2013).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ



Şekil 7. Youtube Sitesi Üzerinden Karşılıklı Yorumlar

Myspace video paylaşım ve sosyal ağ sitesi ise; sanal ortamda kullanıcı denetiminde iletişim ve arkadaşlıklar kurulabilen, kişisel profillerin, blogların, grupların, fotoğrafların, müzik ve videoların barındırılabildiği bir sitedir. Myspace özellikle, henüz ünlü olmamış grup ve şarkıcıların videolarını siteye yüklemesine ve kitlelere ulaşmasına olanak vermektedir. Site, yüklenen videolardan telif hakkı ve ücret almamaktadır. Site ayrıca, müzik gruplarının reklamını da yapmaktadır. Bunların dışında, siteye kişisel bilgiler de eklenebilmektedir.[17] Dolayısıyla, myspace sosyal paylaşım sitesinin, youtube sitesine göre farklı işlevlerinin olduğun söylenebilir.



Şekil 8. Myspace Ana Sayfası

[17] http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/2006/09/04/8384727/index.htm (Erişim tarihi: 21.05.2013).

Günümüzde birçok genç, sosyal ilişki ve gereksinimlerini karşılayabilmek için myspace internet sitesinde üyelik oluşturmaktadır. Sitenin, gençler üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır. Bunlar; yetenek pratiği yapabilme, benlik kontrolü ve iletişim kurma yeteneğini geliştirebilmek olarak sayılabilir. Yararlı etkilerinin yanı sıra; ebeveyn, okul yöneticileri ve öğretmenlere göre myspace internet sitesi, gençleri aldıkları eğitimden uzaklaştırmakta ve dikkatlerini dağıtmaktadır (Hinduja and Patchin, 2008: 128-131).

Diğer video paylaşım sitelerini kullanımda belirgin bir yaş farklılığı görülmese de; myspace sosyal ağ sitesini kullanımda, yaş farklılığı daha belirginleşmektedir. Site, genel olarak; 18-24 yaş arası gençler tarafından kullanılmaktadır (Pfeil vd., 2009: 645).

Kaldı ki, video paylaşım siteleri, gençlik tarafından yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Kendilerini ifade etmek ve farklı olduklarını hissettirme arayışında olan gençler için, video paylaşım siteleri önemli olanaklar sunmaktadır. Bununla birlikte, gündelik yaşamlarında sürekli olarak bu sitelerde zaman geçiren gençler, diğer etkinliklerini ihmal edebilmektedirler. Ayrıca, kişisel bilgilerine daha rahat ulaşılabilen site üyeleri; bazı risklerle de karşı karşıya kalabilmektedirler. Sonuç olarak, video paylaşım sitelerinin belirli ölçülerde ve sınırlı olarak kullanılması; risk faktörlerinin azaltılması açısından bireylere katkı sunabilir.

2.4. Gittigidiyor, Trendyol ve Morhipo: Enformasyonel Kapitalizm Çağında Tüketim

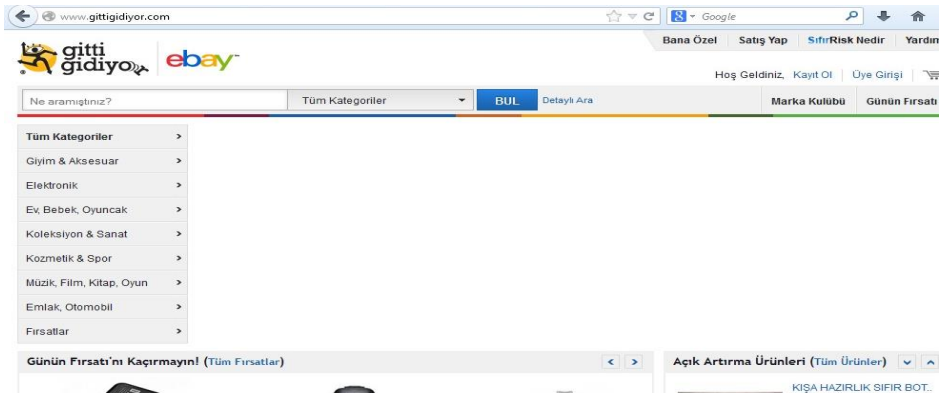
Enformasyon teknolojilerinin kendisini hızla yenilemesi, toplumun ağlar şeklinde tanımlanmasına neden olmuştur. Günümüzde, internet ve internet teknolojileri; gündelik yaşamın işleyişinde önemli bir rol üstlenmektedir. Tüketim toplumu dolayımlı gündelik yaşam pratiklerinde önemli bir yeri olan alışveriş de; artık, internet üzerinden yapılmaya başlanmıştır. Dünyada ve Türkiye'de birçok internet sitesi üzerinden, kredi kartı aracılığıyla alışveriş gerçekleştirilebilmektedir. Yapılan bu alışverişler, aynı zamanda belirli bir yaşam biçimi kalıbını da göstermektedir.

Gittigidiyor alışveriş sitesi, Şubat 2001'de kurulmuştur. Sitenin kuruluş amacı; alıcılarla satıcıları ortak bir ağ üzerinde buluşturmaktır. Site hem alıcıları hem de satıcıları koruyan bir ödeme-onay sistemi geliştirmiştir. Sıfır risk sistemi olarak adlandırılan bu sistem ile 13 milyonunun üzerinde satış işlemi gerçekleştirilmiştir.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Sitede; elektronik eşya, giysi, mücevher kategorilerinin yanı sıra, pul, plak, eski dergi vb. koleksiyon malzemeleri de dahil 4 bin kategori bulunmaktadır. 2007 yılında, dünyanın en büyük e-ticaret sitesi *eBay* siteye ortak olmuştur. 2011 yılında ise, sitenin yüzde 93'lük hissesini satın almıştır.[18]

Gittigidiyor sitesini, diğer alışveriş sitelerinden ayıran en önemli özellik, belirli bir mağaza, grup ya da markaya bağlı kalmadan; bireylerin da istedikleri ürünleri site üzerinden satışa sunabilmesidir. Sitede, satıcı ve alıcılar diyalog kurabilmektedir. Ayrıca, açık arttırma uygulaması da; sitenin önemli özelliklerinden biridir.

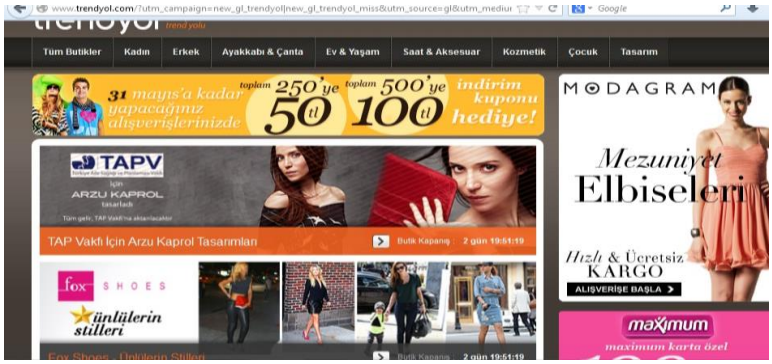


Şekil 9. Gittigidiyor Sitesi Ana Sayfası

Türkiye'de faaliyet gösteren diğer önemli alışveriş sitelerinden biri olan *trendyol* ise; *DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret A.Ş.* ortağıdır. Dünyaca tanınan çeşitli giysi markalarının satışını yapmaktadır. 600 kişilik bir ekiple çalışan trendyol, kuruluşundan altı ay sonra ABD merkezli yatırım şirketi olan *Tiger Global*'den destek almıştır. Ayrıca, 2011 yılında çevrimiçi alışveriş sitesine; Google, Amazon, Groupon, Zynga ve Twitter gibi şirketlere yatırımlar yapan Kleiner Perkins Caufield & Byers şirketi de yatırım yapmıştır.[19] Bu sitede, çeşitli markaların ve ürünlerin kampanyalı satışları gerçekleşmektedir. Ürünü doğrudan firma sattığı için, satıcıyla eşzamanlı bir iletişim gerçekleşmemektedir.

[18] http://yardim.gittigidiyor.com/yeni-uyeler/about-gittigidiyor (Erişim tarihi: 21.05.2013).
[19] http://www.trendyol.com/hakkimizda.html (Erişim tarihi: 21.05.2013).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ



Şekil 10. Trendyol Sitesi Ana Sayfa

Morhipo, Boyner Holding çatısı altında kurulan Fırsat Elektronik Tic. ve San. A.Ş.'nin e-ticaret markasıdır. Morhipo, bir giyim mağazası olmasının yanı sıra; ev eşyaları ve kozmetik ürünleri de satmaktadır. Sitenin reklamları, Mart 2011'den bu yana televizyonlarda görülmektedir. Site, genellikle reklamlarında ünlüleri kullanarak ilgi çekmektedir.[20] Sözü edilen alışveriş sitelerinin tamamı, facebook ve twitter sosyal ağları üzerinden de etkin olmaktadır. Televizyon reklamlarının yanı sıra; bu ortamlar aracılığıyla da, bireylere ulaşmaya çalışan sitelerin kullanıcıları her geçen gün artmaya devam etmektedir.

Şekil 11. Morhipo Sitesi Ana Sayfası

Enformasyon toplumuyla birlikte, tüketim kalıpları da değişmeye başlamıştır. Enformasyonel kapitalizmin güçlenmesi ve sürdürülmesinde, internet teknolojileri önemli bir rol üstlenmiştir. Bilgi alma, eğlence, eğitim vb. işlevlerinin yanı sıra; internet teknolojileri sağladığı altyapıyla birlikte, alışveriş yapmaya da olanak vermeye

[20] http://www.morhipo.com/hakkimizda (Erişim tarihi: 21.05.2013).

başlamıştır. Günümüz tüketim toplumlarında bireyler, tükettikleri nesnelerle tanımlanırken; internet de, buna aracı olmaktadır.

2.5. Haber Siteleri ve Gündelik Yaşam

Enformasyon toplumunun gelişimi; siyasal, kültürel ve toplumsal olarak birçok unsuru etkilemiş ve dönüştürmeye başlamıştır. Haber alma ve habere ulaşma gibi etkinlikler de, enformasyon toplumunun gelişimiyle birlikte farklı şekillerde kendisini göstermiştir. Günümüzde, sosyal ağlar ve haber sitelerinin; geleneksel medya araçlarıyla eşdeğer şekilde izlendiğinden söz edilebilir. Özellikle haber siteleri; internet ve cep telefonları aracılığıyla takip edilmeye başlanmıştır. *Web 2.0* özelliği ile birlikte, haberler kullanıcı odaklı olmuştur. Haberi takip eden bireyler; habere eşzamanlı yorum yapabilmekte ve bunun karşılığında geri bildirim alabilmektedir.

Dünyanın küresel hale gelmesi ve yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle; habere ulaşmanın oldukça kolaylaştığı bir zaman dilimi yaşanmaya başlanmıştır. Özellikle, internet ve yeni medya araçlarıyla bireyler, ertesi gün gazetede okuyacağı haber içeriğinden çok önceden bilgi sahibi olmaktadırlar. Bu durum, gündelik yaşamda hızlılığın yaşanmasına neden olmuştur. "Hız" olgusu, içinde bulunulan çağın, en önemli dinamiklerinden biridir ve haber sitelerinin gelişimi de buna doğrudan katkı yapmıştır.

Şekil 12. NTVMSNBC.COM Haber Sitesi Ana Sayfası (22.05.2013)

Haber sitelerinin kullanımının yaygınlaşması, geleneksel medya araçlarının kullanımını da etkilemiştir. Türkiye nüfusunun yarısının internet erişimi henüz olmasa da; özellikle genç nüfus arasında internet kullanımı oldukça yaygındır. Bu durum, genç nüfusun geleneksel medya araçlarını; internet ve yeni medya araçlarına göre daha az kullandığına ilişkin bir çıkarım yapılmasına olanak sağlamaktadır. Haber siteleri, sosyal

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

ağ erişimine de olanak vermektedir. Kaldı ki, sosyal ağlar üzerinden kitlelere ulaşmak daha kolay ve hızlı bir şekilde gerçekleştiği için; haberler, birçok sosyal ağ sitesine habere ulaşan bireyler tarafından paylaşılabilmektedir.

Şekil 13. CNNTURK Haber Sitesi (22.05.2013)

İnternet ve internet teknolojilerinin gelişimi; gündelik yaşamda gereksinim olarak nitelendirilen birçok unsurun karşılanmasında etkin olmaya başlamıştır. Haber sitelerinin gelişimini de bu doğrultuda değerlendirmek gerekmektedir.

Gündelik yaşam; üretim ilişkileri ile sosyal/kültürel ilişki yapılarının sürdüğü, karşılaştığı ve birbirleriyle etkileşim içinde üretildiği geniş bir alandır. Bu durum, gündelik yaşamı; metaların üretildiği ve yapılandırıldığı kapitalizmin gelişmesiyle daha da önemli hale getirmiştir. Bireylerin gündelik yaşam etkinlikleri içerisinde; üretim, tüketim ve metaların dolaşıma girmesi önemli bir yer kaplamaktadır. Bu durum, zaman ve mekân unsurlarının yapılandırılmasına neden olmuştur. Ayrıca, iş zamanı ile iş dışı zamanda yapılan etkinlikler de belirlenmiştir. Sanayi öncesi toplumlardan, sanayi sonrası toplumlara evrilen süreçte; gündelik yaşam pratikleri değişiklikler göstermiştir. Günümüz ağ toplumlarıyla birlikte, gündelik yaşam pratiklerinin çoğu internet üzerinden yaşanmaya başlanmıştır. Bireyler, gündelik yaşamlarını internete göre düzenlerken; internetteki yeni oluşumlar da bireylerin gündelik yaşamlarına eklemlenmektedir. Sonuç olarak, internet, yeni medya araçları ve sosyal ağlar dolayımlı gündelik yaşam pratikleri her geçen gün önemini arttırmaya devam etmektedir. Böylelikle, gündelik yaşamın denetimi; bireylerin kendi öz iradesinden çıkmıştır denilebilir.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

3. Bulgular ve Yorumları

Çalışmanın bu bölümünde; *Anadolu Üniversitesi Fen Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İletişim Bilimleri Fakültesi* ve *Porsuk Meslek Yüksekokulu*'nun[21] her birinden bölüm farkı gözetilmeksizin amaçlı örneklemle seçilen *18-24* yaş arası *dört kadın* ve *dört erkek* öğrenciyle (toplam *32* öğrenciyle, *4.* Sınıf) yapılan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerden elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Bulguların daha anlamlı olabilmesi için, çalışmanın kuramsal çerçevesi ve amacını oluşturan araştırma soruları çerçevesinde şu tematik kategoriler oluşturulmuştur: (1) İnternet ve Yeni Medya Araçlarının Kullanım Amaçları, (2) Gündelik Yaşamda İnternet Mecralarıyla Dolayımlanan Kimlikler, (3) İnternet Bağımlılığı, (4) Gündelik Haber Takibinin Değişimi, (5) İnternet Mecraları ve Tüketim, (6) İnternetin Riskli Dünyası, (7) İnterneti Eleştirel Okuyabilmek.

3.1. İnternet ve Yeni Medya Araçlarının Kullanım Amaçları

Çalışma kapsamında görüşme yapılan Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin çoğunun; internet, sosyal ağlar ve teknolojik araçlarla iç içe olduğunu söyleyebiliriz. Akıllı telefon vb. yeni medya araçlarının ise, kullanımının daha az yaygın olduğundan söz edilebilir. Özellikle, İletişim Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin, interneti diğer fakültelerin öğrencilerine göre daha aktif kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. İletişim E-1, "Teknolojik araçların kullanılmaması, geri kalmışlık duygusu oluşturuyor…" şeklinde bir açıklamada bulunmuştur. Bu, çok iddialı bir açıklama olsa da; günümüzde birçok birey için teknoloji, gelişmiş olmakla eşdeğer hale gelmiş durumdadır. Teknolojik determinizmin etkisi, çağımızda hissedilir derecede artarken; teknolojik araçların tüketimi de buna bağlı olarak artmaktadır. İletişim K-1, "Akıllı telefon hayatıma yeni girdi. İlk başta özelliklerini bilmiyordum, yakınlarım ve arkadaşlarım yaygın bir şekilde kullanıyorlardı. Aslında, akıllı telefon kullanma alışkanlığım olabileceğini düşünmemiştim. İşin aslı hâlâ garip geliyor" diyerek; ilk başta bu araçları kullanmayı düşünmeyenlerin de, bu araçları tüketebileceğinden söz etmiştir.

[21] Fen Fakültesi'ndeki öğrenciler Fen, İletişim Bilimleri Fakültesi'ndeki öğrenciler İletişim, İktisadi ve İdari Bilimleri Fakültesi'ndeki öğrenciler İİBF ve son olarak Porsuk Meslek Yüksekokulu'ndaki öğrenciler ise, PMYO şeklinde kodlanmıştır. Öğrenciler, cinsiyete göre de; Kadın (K) ve Erkek ise (E) şeklinde formüle edilmiştir.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Görüşme yapılan üniversite öğrencilerinin, internetin birçok getirisinden yararlandığı söylenebilir. Fen K-3, "İnternetin her özelliğinden yararlanıyorum. Bankacılık, alışveriş, sosyal ağlar, bilgi alma. Ve bunlar, beni mutlu ediyor…" demiştir. İletişim K-3 ise; teknolojik araçların kullanımına daha mesafeli yaklaşmıştır. "Kendi adıma, bir teknolojinin eskimeden bir yenisini; ihtiyaç olmadan satın alınan bir teknolojinin karşıtıyım. Tüketim adına kurulu olan bir teknoloji sevdası beni rahatsız ediyor" diyerek; teknolojik araçlara ilişkin eleştirel bir yaklaşım sergilemiştir.

Eleştirel ve ölçülü görüşler olsa da; çalışma kapsamında görüşme yapılan üniversite öğrencileri arasında, sosyal ağların yaşamın en önemli öğelerinden biri haline geldiğini söylemek yanlış olmayacaktır. İİBF E-3, bu durumu şöyle açıklamıştır: "Bence sosyal ağlar dışarıdaki hayatın en büyük yansıması oldu. Ben neden kullandığımı tam da bilmiyorum. Belki, yeni dünyanın bağımlılığı olduğu için. Başkalarının hayatına dokunabildiğimi düşünüyorum. Beğen, yorum yap, 140 karakterle kendini ifade et ve varlığını herkese duyur." Özellikle, kendilerini ifade etme gereksinimlerini diğer kuşaklara göre daha fazla hisseden gençlik, sosyal paylaşım ağlarını kendilerini tanımlama ve varetme aracı olarak görmektedirler.

Fen K-1, internet, sosyal ağlar ve yeni medya kullanımı ile ilgili olarak şunlara vurgu yapmıştır: "Facebook, twitter, instagram ve foursquare hesaplarım var. Aslında, sadece var. Çok aktif kullanmıyorum. İnsanların benim her düşündüğümü bilmesine gerek yok. Gerçi son zamanlarda twitterda bir hayli aktifim. Özellikle, Gezi Parkı olaylarıyla ilgili gelişmeleri buradan takip ediyorum." Bu açıklamaya benzer olarak İİBF K-1 de, internet ve sosyal ağları kullanım amaçlarını şöyle belirtmiştir: "Özellikle son günlerde yaşadığımız üzücü olaylar hakkında bilgi sahibi olmak için ve gerçek bilgiyi daha çabuk elde etmek için sosyal medyayı kullanıyorum." Ayrıca, İletişim K-2 de özellikle, twitterdan Türkiye gündemini izlediğini söylemiştir.

Geçmişten günümüze bilgiye sahip olmak, bilgiye erişmek insanlığın en önemli gereksinimlerinden biri olmuştur. Bilgi, genellikle egemen sistemin güdümünde ve kontrolünde gelişerek, diğer bireylere aktarılmaktadır. Günümüz elektronik çağında ise, sosyal ağlar ve yeni medya; bilgi tekellerinin kırılmasında önemli bir güç olarak görülmektedir. Bununla birlikte, yanlış bilgi, dezenformasyon (manipüle edilmiş bilgi) öğeleri de içeren sosyal ağlar; bireyleri zaman zaman yanlış şekilde yönlendirebilmektedir. Üniversite öğrencilerinin, sosyal ağlar aracılığıyla yayılan

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

bilgileri tamamen doğru olarak değerlendirmeleri olumsuz bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Kaldı ki, üniversite öğrencilerinin bu bilgilerin doğruluğunu kontrol etmeleri ve bu bilgilere eleştirel bakmaları oldukça önemlidir.

Derinlemesine görüşme yapılan Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin ilk soruya[22] verdikleri yanıtların ortak noktası; özellikle, sosyal ağlar ve yeni medya araçlarını, gündemi izlemek ve bilgi akışını sağlamak için kullandıkları olmuştur. İİBF K-1 ve İletişim K-2 ile benzer şekilde; PMYO E-1 de "Sosyal medyayı ve interneti gündeme ilişkin daha net bilgi almak için kullanıyorum. Teknolojik gelişmeleri takip etmek; geleceğe ilişkin yol haritası çizmemi sağlıyor…" şeklinde bir açıklamada bulunmuştur. İİBF E-1 ise, sosyal ağlar aracılığıyla gündemdeki bilgileri kısa ve verimli bir şekilde edinirken; bu bilgilerin güvenilir olması gerektiğini vurgulamıştır:

> Sanırım internet günümüzde, yani bu çağ içinde bilgiye ulaşmak için en kısa yol. Tabi daha verimli. Bir şeyleri öğrenmek için kitap karıştırmak gibi zor değil. Kitap karıştırmak, kütüphanelere gitmek, insanlara saatler kaybettirebiliyor…Güvenilir internet kaynaklarına gitmek önemli. Böylece istediğimiz bilgilere ulaşabiliriz. Bir tık uzakta oldu her şey.

İnternet üzerindeki bilgi yığını içinde, güvenilir ve doğru bilgiye ulaşmak oldukça önemli bir noktadır. Özellikle, üniversite öğrencilerinin bu konudaki farkındalık düzeylerinin yükseltilmesi, kendi gelişimleri açısından önem taşımaktadır.

Yeni medya araçlarını (akıllı telefonlar, tablet pc. vb.), diğer teknolojik araçlardan ayıran en temel özellik taşınabilir olmasıdır. Böylelikle; bireyler mekân sınırlaması olmadan internete erişebilmekte ve sosyal ağlarda yer alabilmektedir. İİBF K-2, internet ve sosyal ağları kullanım amaçlarını şöyle açıklamıştır:

> Aslında, birçok neden var; sosyal ağlar ve interneti kullanmamın. Ama en temel olarak; güncel bilgi ve haberlerden olabildiğince hızlı haberdar olmak için diyebilirim. Ayrıca, sosyal yaşam içerisinde artık, telefon aracılığıyla kısa mesajlardan daha fazla sosyal medyayı kullanıyorum. Sosyal medya

[22] İnternet, yeni medya araçları (eşdeyişle, akıllı telefon, tablet pc vb.) ve sosyal ağları kullanım amaçlarınız nelerdir? Eğer kullanmıyorsanız, bu tercihinizin nedenlerini açıklayabilir misiniz?

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> iletişimin her şeyi oldu. Bir de akıllı telefonlar sık sık maillerine bakan bir insan için vazgeçilmez. Sonuçta istediğin yerde ulaşabiliyorsun.

İnternet kafeler ve web 1.0 ile başlayan internet teknolojileri, günümüzde yeni medya araçları, web 2.0 ve 3.0'a dönüşmüş durumdadır. Teknolojinin ilerlemesi belirli sistemler içerisinde gerçekleştiği için, teknolojiyi etkin kullanmak, bazı teknolojik araçlara sahip olmamızı da gerektirmektedir. Her yeni çıkan teknoloji, bir öncekinin özelliklerini zayıflatırken; yeni teknolojilerin kullanımını da zorunlu hale getirmektedir.

Digital Age dergisinin, 14-19 Ağustos 2013 tarihleri arasında 1012 kişiyle yapmış olduğu anket çalışmasına göre; internet kullanıcıları, interneti en çok iletişim, arkadaşlarla haberleşme ve gündemi izleme amaçlarıyla kullanmaktadır. Bunun yanı sıra; mobil araçlar, eşdeyişle, yeni medya araçlarının kullanımı da çalışmaya katılanlar arasında yüzde 58.99'a ulaşmış durumdadır.[23] Mikro düzeyde yapılmış olan; Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin internet ve sosyal ağlar dolayımlı gündelik yaşam pratiklerinin derinlemesine bir şekilde ortaya çıkarılmasını amaçlayan bu çalışmada da; yeni medya araçlarına sahip olma oranlarının, katılımcılar arasında yarı yarıya olduğunu söylememiz mümkündür. İletişim E-4 bu konu hakkında şunları söylemiştir:

> Benim facebook, blogger ve twitter hesaplarım var. Hepsini aktif şekilde kullanıyorum ama eve gidince, bilgisayarımın başına geçtiğim zaman. Akıllı telefon veya tablet kullanmıyorum. Tablet değil de, akıllı telefonum olsun isterdim ama şu anda alacak maddi durumum yok. Zaten hareketli olarak değil, evde yalnızken nette ve sosyal ağlarda takılmak daha keyifli. Sosyal ağlardan ziyade blogger önemli benim için. Ürettiğimi düşünüyorum, zaten akıllı telefonla bir şey üretemem. Evde yalnız kalıp, sakin kafayla bir şeyler yazmam lazım…

Benzer şekilde, İletişim K-4 ise, interneti kullanım amaçlarını şöyle açıklamıştır:

[23] *Digital Age* (2013). Mobilde Sosyal Medyayı Nasıl Tüketiyoruz, Eylül, ss. 64-65.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> Facebook, blogger ve twitter kullanıyorum. Sanırım haberleşme, arkadaşlarla iletişim kurma, ajanda olması kullanma sebeplerim arasında. Tabi kendimi ifade etme nedenini unutmayalım. Ayrıca, ben bir internet sitesinde yazıyorum. Onunla ilgili araştırma yapmak için de interneti kullanıyorum.

Görüşülen Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin yeni medya araçlarına; evde kullanılan bilgisayarlara göre, daha mesafeli yaklaştıklarını söylemek mümkündür. Bunun temel nedeni ise; mekân kavramını ortadan kaldıran yeni medya araçlarıyla her yerde iç içe olmak istememe durumu olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte, akıllı telefon ve tablet pc gibi yeni medya araçlarının fiyatlarının yüksek oluşu ve öğrenci bütçesine göre biraz fazla olması da kullanılmama nedenleri arasında sayılabilir. Son olarak ise, yeni medya araçlarını tercih etmeyen öğrencilerin, internet aracılığıyla üretimde bulunan öğrenciler oldukları görülmektedir. Blogger hesapları olan bu öğrenciler, internet aracılığıyla yazılar yazmaktadır. Kaldı ki, internet çağının en önemli özelliklerinden biri, bireylerin birer kitle iletişim sağlayıcısına dönüşebilmeleridir. Artık, bireyler blog siteleri aracılığıyla içerik üretebilmekte ve bu içerikleri de kitlelere aktarabilmektedir.

Öte yandan, bilgisayarların yanı sıra, zorunlu olarak yeni medya araçlarını kullanan öğrencilerin de olduğundan söz edilebilir. PMYO E-3 bunu, şu şekilde ifade etmiştir: "Ben okulun yanı sıra aynı zamanda çalışıyorum ve günde en az 150 tane mail kontrol etmek zorundayım. Yani, akıllı telefon kullanmak zorunluluk benim için…" Zorunlu kullanımların dışında, yeni medya araçlarını sadece sevdiği için kullanan öğrenciler de bulunmaktadır. İİBF K-4, "Tabletimin yanımda olmadığı bir yolculuk düşünemiyorum. Kendisiyle birlikte, her an her yerde olabiliyorum. Günlük stresimi atmak ve haberlere hızlı ulaşabilmek için bire bir…" diyerek yeni medya ile olan bağını açıklamıştır.

Özetle, Anadolu Üniversitesi'nden örneklem olarak seçilen öğrencilerin, internet ve sosyal ağları yoğun bir şekilde kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Facebook ve twitter kullanımının öğrenciler arasında oldukça yaygın olduğundan söz edilebilir. Bununla birlikte, özellikle İletişim Bilimleri Fakültesi öğrencilerinden bazılarının; blog sitelerini de aktif olarak kullandıklarını söyleyebiliriz. Bununla birlikte, bu öğrencilerin

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

akıllı telefon ve tablet pc gibi yeni medya araçlarını kullanmayı tercih etmemeleri de önemli bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca, kadın öğrencilerin, erkeklere oranla sosyal ağları daha fazla kullandıkları da ulaşılan bir başka sonuç olmuştur. Öğrencilerin sosyal ağları kullanımının ortak nedenlerinden biri; gündemi izlemektir. Son olarak, iletişim, arkadaşlarla etkileşim, haberleşme ve serbest zamanı geçirme gibi eylemler de; internet ve sosyal ağların en önemli kullanım amaçlarını oluşturmuştur.

3.2. Gündelik Yaşamda İnternet Mecralarıyla Dolayımlanan Kimlikler

İnternet, sosyal ağlar ve yeni medya araçlarının kullanımı gündelik yaşam içerisinde gerçekleşmektedir. Rutin eylemlerin gerçekleştiği bir alan olarak görülen gündelik yaşam; kapitalizm ile birlikte farklı boyutlarda kendisini göstermeye başlamıştır. Ekonomik ve politik anlamlar içeren gündelik yaşamın akışı, belirli sistemler tarafından yaratılmakta ve sürdürülmektedir. Enformasyonel kapitalizm ile birlikte; bilgi teknolojilerinin, gündelik yaşamın işleyişine önemli derecede etkileri olmuştur. Günümüzde, gündelik yaşam pratiklerinin çoğu internet, sosyal ağlar ve yeni medya araçları üzerinden işleyebilmektedir. Bununla birlikte, internet mecraları; bireylerin kimlik oluşturma ve temsillerine de etki etmektedir. Özellikle, sosyal ağlar; saklanabilen ve olmak istenilen kimliklerin yaratılıp sürdürülebilmesi için bireysel kullanıcılara olanaklar vermektedir. Bu bağlamda, PMYO K-3, gündelik yaşamda internet kullanımı ve kimlik oluşumlarıyla ilgili şunları söylemiştir:

> Günlük yaşamda gerçekleşen pek çok hareket artık sosyal medyada da gerçekleşiyor. İletişim, sohbet, alışveriş…Sanırım, internet günlük yaşamı kolaylaştırdı. Ama aynı zamanda, herkes teknoloji hakkında fikir sahibi olmaya başladı. Bir de, günlük yaşamda kavgalar bile sosyal medyada yaşanıyor. Çevremizde bu teknolojiyi o kadar çok insan kullanıyor ki, insan zorunlu hissediyor kendini. Tabi insanlar facebooku, twitterı gerçek yaşamına göre farklı kullanabiliyor. Kendini göstermiyor yani. Ben bile zaman zaman farklı şeyler yapıyorum. Mesela, normalde dinlemediğim bir şarkıyı paylaşabiliyorum. Bir arkadaşım var, hoşlandığı kızın beğenebileceği şeyleri falan paylaşmıştı uzun süre, gerçi sonra bir işe yaramadı (Gülüyor)…

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Sosyal ağlar ve kimlik ilişkisi içerisinde en çok eleştirilen konulardan biri, bireylerin kendilerini olduklarından farklı göstermesidir. Öğrenciler, bir yandan bu durumu eleştirirken; diğer yandan da, eylemleriyle bu durumu yeniden üretmektedirler. Fen E-3, bu konuda özeleştirisini yapanlardan biri olmuştur:

> Baktığımızda bütün her şey gerçekleşiyor sosyal medyada. Bir dokunup, öpemiyorsun. Ama hepsi sanal tabi. Gerçekte yapılanların yerini tutamaz. Gelelim kimlik konusuna. Pek çok insan farklı gösteriyor kendini. Fake (sahte) hesap açıp, başkalarını kandıranlar oluyor. Belki de olmak istediği kişiye dönüşüyor. Benim de, kendimi sakladığım olmuştur. Bir ara facebookta sahte hesap açmıştım, eski arkadaşlarıma bakabilmek için…"

İnternet ve sosyal ağlar aracılığıyla, gündelik yaşam içerisinde pek çok eylem gerçekleştirilebilmektedir. Ancak, bazı öğrenciler bu gündelik pratiklerin sanal olduğundan dolayı; gerçeğin yerini tutamayacağını belirtmiştir.

Bununla birlikte, günümüzde, internet ve sosyal ağların kamusal alan kavramını değiştirdiğine ilişkin önemli tartışmalar da bulunmaktadır. İletişim E-1'e göre; sosyal medya kamusal alana dönüşerek gündelik yaşam eylemlerinin sürdürüldüğü bir alan olarak görülmektedir. Ayrıca, sosyal medya kullanımının gündelik yaşamda hem olumlu hem de olumsuz bazı noktaları bulunmaktadır:

> Bence, günümüzde en önemli kamusal alan sosyal medya. İnsanlar fiziksel olarak birarada olma gereksinimlerini karşılayamadıklarında, sosyal medyaya koşuyor.[24] İnternet kullanımının da, hem olumlu hem de olumsuz sonuçları var tabi. Gelişmelerden haberdar olma, örgütlenme, tepkiyi dile getirme olumlu durumlar. Ama, sosyal ve gündelik yaşamlarında özellikle başarısız ve kimlik bunalımı yaşayanlar için bir sığınma ve kaçış alanı. Yani, kişilerin sorunları olduğu gibi duruyor.

[24] Twitter ve özellikle facebook olduğunu ifade ediyor.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Kaldı ki, teknoloji çağında sosyal ağlar; bireylerin gündelik yaşamda kendilerini varettikleri bir alan olarak tanımlanmaktadır. Ancak, bu varoluş durumunun hem olumlu hem de olumsuz yönleri bulunmaktadır. İİBF K-2, bu konuda şunları söylemiştir:

> Sosyal ağlarda paylaşım; insanların kendilerini daha rahat ifade etmelerine olanak tanıyor. Toplum içerisinde kendisini ifade etmekte zorlanan birisi, sosyal ağlarda sanallığın etkisiyle bunu daha rahat yapıyor. Örneğin, normalde kendisine hiç sorulmayacak bir sorunun cevabını sosyal medyada veriyor. Ne olacak bu memleketin hali? sorusunu çok rahat yanıtlayabiliyor. Sosyal medya ve blogger kullanımı, bir yanıyla insanların birey olarak varolmalarına olanak tanırken; işin sanallık boyutunun rahatlığı, insanların kendilerini farklı göstermelerine de neden oluyor. Bu farklı benlik, yaşadığı ortamda olmak istediği şekilde olamayanlar için şans. Ama bu varoluş, her zaman olumlu olmuyor. Bazı kişiler hakaretlere, tehditlere maruz kalabiliyor. Ben sosyal yaşamımda, fikirlerimi aktarmayı seven ve bundan çekinmeyen bir insanım. Gerçek yaşamımda neysem, sosyal medyada aynı şekilde olmaya çalışıyorum. Ama bazen, sosyal medyada daha fazla sesim çıkabiliyor.

İnsanlık için varoluş sorunsalı, geçmiş yıllardan günümüze önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler; yaşam biçimleriyle, yazdıklarıyla, konuştuklarıyla kendilerini varetmek istemektedirler. Sosyal ağlar, bireylere kendi varoluşları için olanak tanımaktadır. Ancak, bireylerin kendilerini olduklarından farklı göstermesi, bu varoluşun olumsuz sonuçlanmasına da neden olabilmektedir.

Sosyal ağlar, bireyler için varoluş alanı olduğu gibi; ilgi alanlarının gösterildiği ve sürdürüldüğü bir alan olarak da görülmektedir. İİBF E-4, bireylerin gündelik yaşam akışı içerisinde ve ilgi alanları doğrultusunda; sosyal ağlar ve internette aktif olduklarından söz etmiştir:

> Hepimizin gündelik yaşamda bazı ilgi alanları var. Moda, teknoloji, müzik. vb. Yani, bunu arttırabiliriz. Bence, internet ve sosyal ağlar; ilgi alanlarımız

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> hakkında daha fazla bilgi edinmemizi sağlıyor. Mesela ben, elektronik müzikle ilgileniyorum. Ekipmanlar, müzisyenler vb. hakkında bilgi almak için hep interneti kullanıyorum. Ayrıca, sosyal medyadaki grup ve oluşumlar aracılığıyla; benimle ilgi alanını paylaşanlarla etkileşim kurabiliyorum.

Benzer şekilde, İletişim K-2 de internet ve sosyal ağları; gündelik yaşamda ilgi alanlarının gösterildiği bir mekân olarak tanımlamıştır. Bunun yanı sıra, bireylerin kendilerini özgürce ifade edebilmeleri için, sosyal ağların önemli olanaklar sunduğundan söz etmiştir:

> Son zamanlarda facebook ve twitter gibi sosyal ağlar; fotoğraf ve eğlence içerikli paylaşımlardan ziyade toplumsal haberleşme aracı olarak kullanılıyor. Ben de bu ağları, haber kaynağı olarak kullanıyorum. Gündem dışında vakit geçirmek için; youtube, soundcloud gibi sosyal ağlarda müzik dinliyorum. Bu siteler güncel müzik listeleri hazırlamaya olanak veriyor, kendi müzik zevkime göre müzik listeleri hazırlıyorum. Ayrıca, Tumblr ve Blogspot gibi blog sitelerinde zaman geçiriyorum. Bu mecralarda çeşitli konularda yazıp, çizen değişik insanlar var. Mesela, bir arkadaşım sadece kozmetik üzerine yazıyor. Bir diğerinin, yurtdışı merakı var; sık sık gittiği ülkelerle ilgili yorumlar yapıyor, fotoğraflar paylaşıyor. Bunların dışında sadece siyaset üzerine yorum yapanlar, moda bloğu açarak kendi kombinasyonlarını ve alışveriş alışkanlıklarını anlatanlar, evcil hayvanlarına oyuncaklar yapıp; bunları paylaşanlar da var.

Öte yandan, İletişim K-2, kimlik oluşumlarıyla ilgili düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

> İnternetin yaygınlaşmasının, biz gençleri asosyal hale getirdiği söyleniyor. Buna, bazen hak veriyorum. Ama, bir yandan da ulaşılabilir çeşit çeşit bilgi olması da kimlik oluşumunda olumlu etkiler yapıyor. Geçmişi ve geleceği içine alan koskoca bir bilgi yığını içinde yaşıyoruz. Hele bir de bu bilgileri

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> tasnifleyebiliyorsak; çok kapsamlı fikirlere ulaşmak mümkün. Bir de kimlik oluşumunda en önemli şey, bireyin kendisini ifade edebilmesi. İnternet, bunun için derya-deniz. İster sosyal paylaşım sitelerine koyduğumuz fotoğraflar ya da kliplerle; ister bloglara yazdığımız gündem yorumlarıyla olsun pek çok alanda özgürce kendini ifade edebiliyor olmanın bireye ciddi özgüven kattığını düşünüyorum. Ayrıca, geleneksel medyaya göre, katılım daha fazla olduğu için, bu da özgüveni olumlu şekilde etkiliyor.

Bu görüşlere paralel olarak; İletişim E-4, internet ve sosyal ağların yaşamımıza girmesiyle birlikte, bireylerin birer yayıncı haline gelebileceğinden söz etmiştir:

> İnternet, son yıllarda kullanım olarak oldukça arttı. İnsanlar, interneti her şey için kullanıyorlar. Ben, en çok sosyal ağlarda takılıp, arkadaşlarımla iletişim kuruyorum. Bir de twitterda sevdiğim yazarları, gazetecileri takip ediyorum. Onların yazmış oldukları iletilere cevaplar veriyorum. Gerçi onlar bana cevap vermiyor ama olsun (Gülüyor). Bunun dışında, ben web yayıncılığı dersi almıştım geçen dönem. O ders için ödev olarak blog hazırlamıştık. Ben daha sonra, bu blog işini ilerlettim. Yazıyorum, çiziyorum, bir şeyler paylaşıyorum blog üzerinden. Pek çok da, takipçim oldu. Blog sayfaları olmasaydı; sanırım fikirlerimi sunmak için gazete satın alamazdım; ama rahatlıkla blog açabiliyorum.

İnternet teknolojileri olumlu ve olumsuz özellikleri bünyesinde barındırmaktadır. Sosyal ağlar ve internet, bireylerin kendilerini ifade etmesine olanak tanırken; bireyleri birer yayıncı haline de getirmiştir. Bununla birlikte, internet dolayımıyla sınırsız bilgiye ulaşım ise, göreceli de olsa gerçekleşmektedir. Bireylerin internetin olumlu özelliklerinden yararlanabilmesi ise, internetin doğru kullanımıyla orantılı bir şekilde ilerlemektedir.

Öte yandan, enformasyonel kapitalizm ile birlikte, tüketim toplumu da kendisini farklı biçimlerde üretmeye başlamıştır. Günümüzde teknolojik ürünler, birer meta haline gelmiştir. Bu durum, tüketim toplumunun da, teknolojik araçlar ve sosyal ağlar üzerinden yaygınlaşmasına neden olmuştur. Bu bağlamda, İletişim E-2, gündelik yaşam

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

içerisinde internet ve sosyal ağların tüketim toplumuna eklemlenerek bu işleyişe katkı sağladığından söz etmiştir:

> Kendi çevremde gözlemlediğim insanlar, internet sitelerini, günlük yaptığı aktiviteleri göstermek için kullanıyor. Yedikleri yemeği, gezdikleri yerlerin fotoğraflarını ve durum göstergelerini paylaşıyorlar. Çağımız, zaten tüketim toplumu. İnsanlar, tüketimlerini internet üzerinden göstermek istiyor. Böylelikle de, tüketen kimlikler ortaya çıkıyor.

Günümüzde internet, sosyal ağlar ve yeni medya araçlarını popüler ürünler olarak değerlendirmemiz mümkündür. Sistem içerisinde, popüler ürünler daha fazla alınıp satılmakta ve bireyler yaşam biçimleri açısından bu ürünleri daha fazla tüketme eğilimi göstermektedir. Son zamanlarda televizyon, gazete, dergi vb. geleneksel kitle iletişim araçlarında teknolojik ürün reklamlarının arttığından söz edilebilir. Tüm bu örnekler, tüketim toplumunun teknolojik ürünlerle sürdürüldüğünü somutlaştırmaktadır.

PMYO K-1, internet ve yeni teknolojilerin yaşamımıza girmesiyle birlikte gündelik yaşamdaki okuma alışkanlıklarının değiştiğine dikkat çekmiştir. Ayrıca, bireylerarası iletişim biçimlerinin de, yeni teknolojilerden etkilendiğinden söz etmiştir:

> Artık, insanlar kitaplarını, dergilerini, gazetelerini yeni medya araçları aracılığıyla okuyor. Normal kitap yerine, elektronik kitap okumayı tercih etmeye başlayan ve birden fazla kitabı aynı anda yanında taşıyabildiğini söyleyen arkadaşlarım var. Hacim olarak küçük ve taşınabilir olması, hızlı akan zaman içerisinde oldukça önemli. Ben, bunu tercih etmiyorum. Kitap konusunda gelenekselim…Bunların dışında, internet ve özellikle sosyal ağlar, gündelik yaşamdaki iletişim şekillerini de değişikliğe uğratmış durumda. Ben de, bütün iletişimimi sosyal ağlar aracılığıyla sürdürüyorum.

İnternet teknolojileri ve yeni medya araçlarının en önemli özelliklerinden birisi, depolama kapasitesindeki artıştır. Özellikle, elektronik kitapların yaşamımıza girmesi, ulaşılabilir bilginin niceliğini arttırmaktadır. Görüşülen üniversite öğrencileri arasında elektronik kitap kullanan olmasa da; PMYO K-1'in bu konuya değinmesi önemlidir.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Görüşme yapılan üniversite öğrencilerinden bazıları, bireysel olarak gündelik yaşamda interneti daha az kullandıklarını ifade etmişlerdir. İİBF E-1 çevresine göre, sosyal ağlar ve internette daha az zaman geçirdiğini; bununla birlikte, sosyal çevresinin ise, özellikle gündelik yaşamlarını internete göre düzenlediklerini belirtmiştir:

> Sosyal çevreme göre, internet ve sosyal ağlarda daha az vakit geçirmeme rağmen; gözlemlediğim kadarıyla insanlar günlük yaşamlarını internete adapte etmiş durumdalar. Örneğin, karşılıklı oturup, birer çay içip, beraber tavla oynamaktansa; internet üzerinden bu aktiviteyi gerçekleştiriyorlar. Alışverişlerini buradan yapan insanlar var. Ya da görüşmelerini kamera üzerinden yapıp, konuşulacak şeyleri bu şekilde halledebiliyorlar…Bence, internet, kimlik oluşumlarını da olumsuz şekilde etkiliyor. Kişi, bu ülkede zaten birey olma yolunda bir adım geriden geliyor. İnternette de, gerek fiziksel gerekse psikolojik gelişimden uzak kalmak; bireyleri olumsuz şekilde etkiliyor.

Sanal gerçekliğin, salt gerçeklik olarak algılanabildiği günümüzde; bireyler hobi ve boş zaman eylemlerini de internet üzerinden sürdürme olanağı bulmaya başlamışlardır. Ancak, bu durumun olumsuz etkileri bulunmakta, birey gerçek yaşamdan uzaklaşabilme noktasına gelebilmektedir.

Fen E-1, sosyal ağlar ve internetin gündelik yaşamda bu kadar yoğun kullanılmasıyla ilgili muhalif bir tavır sergilemiştir:

> Akıllı telefonu, tableti olan tuvalete gittiğini bile paylaşma gereği duyuyor. Hayır; bence kimse merak etmiyor senin ne yaptığını, ne yediğini, kimle takıldığını. Şahsen ben, hiç ilgilenmiyorum arkadaşlarımın bu kadar özeliyle. Bence, internet ve teknolojinin bu kadar gelişmesi, kolay ulaşılabilirliği insanları ergenlikten çıkamama sendromuna sürüklüyor. Kırk yaşındaki kadın bile, her şeyini facebook paylaşımlarıyla gösterme gereği duyuyor…Neden böyle ifadeler kullandım bilmiyorum aslında. Sanırım, etrafımda çok insan var bu şekilde. Ben de, kullanıyorum ama bu kadar değil…

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Fen E-1'in söylediği kimi noktaların doğru olduğunu söyleyebiliriz. Günümüzde birçok insan, gündelik yaşamını sosyal ağlar aracılığıyla yaşamaya başlamıştır. Artık, insanlar nereye gittiklerini, ne yaptıklarını, hatta ne yiyip-içtiklerini dahi sosyal paylaşım ağlarında izleyicilerine duyurmaktadır.

Örneklem olarak seçilen Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin gündelik yaşamda internet ve sosyal ağların kullanımıyla ilgili kesiştikleri ortak nokta; bilginin kolay ulaşılabilir hale gelmesidir. İletişim K-4; "Kendi adıma internet ve sosyal medyanın bana sağladığı en büyük yarar, bilgiye anında ulaşabilmem. Okul yoğun, bir yandan da iş var. Bu yoğunlukta, gündelik haberleri, 140 karaktere sığdırılmış önemli başlıklar halinde öğrenmek daha kolay oluyor. Bu tarz bilgi akışları, bireylerin kendi ilgi alanları doğrultusunda kişisel gelişimlerine katkı sağlıyor" demiştir. Benzer şekilde, İİBF E-2 de; "Kolay bilgi orada. İsteyen istediğini seçiyor. Bazen yanlış bilgilere ulaşsak da, bence doğru bilgiye ulaşanlar daha fazla. Bu durum da, bireylerin gündelik yaşamını daha kolay hale getiriyor " açıklamasını yapmıştır.

Sosyal ağların diğer önemli özelliklerinden biri de, devingen olmasıdır. Bu devingenlik, sosyal ağ kullanıcılarına kısa zaman aralıkları içerisinde farklı uygulamalar sağlarken; sosyal ağ kullanımını arttırmaya da devam etmektedir. Bu bağlamda, İletişim K-1, sosyal paylaşım sitelerinin devingenliğinden söz ederken; bu sitelerin hem olumlu hem de olumsuz yönlerini şöyle tanımlamıştır:

> Son zamanlarda internet kullanımı, sosyal ağların ortaya çıkmasıyla arttı. Facebook ve twitter olmasaydı, bu kadar internet kullanan olmazdı herhalde. İnsanlar bağımlı hale geldi bu sitelere. Sonuçta herkes, sosyal ağlarda kendisini daha rahat ifade ediyor ve tanımlıyor. Yeni medya, yaşamımıza hep kolaylık getirdi diyoruz ama; bazı sorunlar da yarattı. Gözlemlediğim kadarıyla, kişiler sosyal ağlarda bulunmadıkları sürece, unutulduğunu ya da kaybolduğunu düşünüyor…Bireylerin kendilerini tanımlama ve kimliklerini oluşturmada sosyal ağlar önemli faktör oldu. Fotoğraflar ve durumu güncellemeleri, kendini kısaltılmış kelimelerle ifade etmek, yapılan kısaltmaları sadece o mecraların üyelerinin anlaması gibi konular, yeni alt kimliklerin oluşmasına neden oldu…Farklı olarak, kullanımdaki artış; yeni

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> iş ilanlarının, reklam anlayışlarının ve habercilik duruşlarını beraberinde getirdi. Her teknoloji gibi, yeni medya araçlarının da, bireyler üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri bulunuyor. Bence en olumsuz yön; insanların hayatı araçlarla algılaması. Artık, insanlar kendilerini ve hayatı profilleri üzerinden yorumluyor.

İletişim K-1 bu açıklamalarıyla, gündelik yaşamda sosyal ağların kullanımıyla ilgili önemli noktalara değinmiştir. Günümüzde bireyler, sosyal ağlarda kendilerini daha rahat ifade ederken; bu durum, kullanım bağımlılığını da etkilemiştir. Ayrıca, sosyal ağların yaşamımıza girmesiyle birlikte; reklam, habercilik ve iş anlayışlarında da değişimler olmuştur. Olumlu ve olumsuz özellikleri bünyesinde barındıran internet, sosyal ağlar ve yeni medya araçları; bireylerin bir ölçüde kendilerini araçsallaştırmalarına da yol açmıştır.

İletişim E-3, gündelik yaşamdaki kimlik oluşumlarına dikkat çekmiştir: "İnsanlar kendilerini kullandıkları teknolojilerle tanımlamaya başladı. Gücünü ve statüsünü bu şekilde ifade ediyor. Hayatlar, birbirinin içine girdi. Dünyada, her gün bir yenilik var. Yeni medya ve sosyal ağlar, yeni kimliklerimiz oldu."

Bireylerin kendilerini kullandıkları araçlarla ifade etmesi ve tanımlaması; bir anlamda, yaşamın metalaşması anlamına da gelmektedir. Kapitalizmin egemen sistem haline gelmesiyle birlikte; bireyler, kendilerini kullandıkları metalarla konumlandırmışlardır. Enformasyonel kapitalizm ile birlikte, durum pek de değişmemiş; bireylerin kendilerini konumlandırdıkları metalar teknolojik araçlara dönüşmüştür.

Çalışma kapsamında derinlemesine görüşme yapılan Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin çoğunun gündelik yaşamlarında; internet ve sosyal ağlar önemli ölçüde yer kaplamaktadır. Ancak, bazı öğrenciler de, internet ve sosyal ağların yaşamlarına çok fazla etkide bulunmadığını söylemişlerdir. PMYO E-4, bu konuya şöyle yaklaşmıştır: "Son yıllarda teknolojinin geliştiği bir gerçek. Sosyal medya siteleri de oldukça arttı. Benim de, facebook hesabım var, ama pek aktif kullanmıyorum. Hâlâ telefonla mesajlaşmak daha çok hoşuma gidiyor. İnterneti de, müzik dinlemek, haber sitelerinde takılmak için falan kullanıyorum. Günde, en fazla iki saat internette takılıyorum diyebilirim." Benzer şekilde, FEN E-2 de şunları söylemiştir: "Benim facebook ve

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

twitter hesabım yok. Pek hoşuma gitmiyor orada yansıtılanlar. İnterneti, proje ve ödevlerde tabiki kullanıyorum, ama o kadar. Fazlası, çok vakit alıyor bence. Bazı arkadaşlarım sosyal medyayla yatıp kalkıyor resmen…"

Sosyal paylaşım sitelerini etkin şekilde kullanabilmek için, belirli oranda zaman harcamak gerekmektedir. Harcanılan bu zaman, bazen aşırıya kaçabilmekte ve bireylerin farklı etkinliklere zaman ayıramamalarına neden olabilmektedir. Sosyal ağları dengeli ve gereksinime göre kullanmak; bireylerin farklı etkinliklere de zaman ayırabilmelerini sağlayacaktır.

Özetle, örneklem dahilindeki Anadolu Üniversitesi öğrencileri, gündelik yaşamda internet ve sosyal ağlar kullanımı konusunda; sanallığı ve bireylerin bu ağlarda kendilerini olduklarından farklı gösterme durumunu eleştirmişlerdir. Ancak, bu eleştiriyi yapan öğrencilerin aynı zamanda, bu eylemleri gerçekleştirdiği de anlaşılmaktadır. Bu durum, üniversite öğrencilerinin; popüler kültür ürünü haline gelen, internet ve internet teknolojilerinden uzak kalamadıklarını ortaya koymaktadır. Diğer bir ortak yanıt ise, öğrencilerin sosyal ağları ilgi alanları doğrultusunda kullandıklarıdır. Öğrenciler ilgi alanlarına göre; video, blog, twitter ve facebook gibi siteleri kullanmaktadırlar. Öğrencilerin, sosyal ağlar aracılığıyla farklı kişilerle biraraya gelip, etkileşim kurmaları da verilen ortak yanıtlar arasındadır.

Fakülteler arasında bir karşılaştırma yapıldığında; İletişim Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin gündelik yaşamda internet ve sosyal ağlarda daha aktif olduklarından söz edilebilir. Özellikle, internet aracılığıyla üretimde bulunan İletişim Bilimleri Fakültesi öğrencileri, blog sitelerini aktif bir şekilde kullanmaktadır. Ayrıca, bu fakültenin öğrencileri, internet ve tüketim toplumu arasında da bağlantı kurmuşlardır. İktisadi ve İdari Bilimleri Fakültesi öğrencileri için ise, internet ve sosyal ağlar; daha çok serbest zamanın doldurulduğu bir alan olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra, sosyal ağlar hobi olarak da kullanılmaktadır. Bu anlamda, Porsuk Meslek Yüksekokulu ve Fen Fakültesi öğrencilerinin; özellikle sosyal paylaşım sitelerini, diğer fakültelerin öğrencilerine göre daha az kullandıkları saptanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

3.3. İnternet Bağımlılığı

İnternet teknolojilerinin gelişimi, bu teknolojilerin bireylerin gündelik yaşamlarında önemli ölçüde yaygınlaşmasına neden olmuştur. Böylece, internet bağımlılığı konusu da, pedagojik olarak tartışılmaya başlanmıştır. Günümüzde, internet bağımlılığı bir hastalık olarak görülmekte ve belirli tedavileri de bulunmaktadır. İnternet bağımlılığının artmasının en büyük nedenlerinden biri de, sosyal ağlar ve yeni medya araçlarının yaşamımıza girmesidir. Kaldı ki, internet teknolojilerinin teknik özelliklerini arttırması da bu bağımlılığı etkilemiştir.

İnternet teknolojileri içerisinde; teknik özellikler sosyal özelliklere dönüşmüştür. Her teknik ayrıntı, sosyal bir etkinliği de beraberinde getirmektedir. Örneğin, akıllı telefonların üretilmeye başlanması teknik bir ilerlemeyken; bu araçlar aracılığıyla sosyal ağlar ve internete erişmek sosyal bir özelliğe dönüşmüş durumdadır. İİBF E-4, bu konuda şunları söylemiştir:

> Akıllı telefonlar çıkmasaydı, facebook ve twittera bu kadar giren olmazdı sanırım. Hep açık kalma diye bir mantık oluştu. Her an online oluyorsun, bildirim gelince telefon uyarı veriyor. Gittiğin her yerde sosyal medyadasın. Bir yere bağlı kalma oranı oldukça azaldı. Artık, bilgisayarların ofis işleri için daha fazla kullanıldığını düşünüyorum. Ben de, telefondaki internet paketim el verdiği sürece, online kalmayı tercih ediyorum. Ama, bağımlı olduğumu da düşünmüyorum. İhtiyaçlarıma göre kullanıyorum. Akıllı telefonların wifi[25] özelliğiyle artık kablosuz internet olan her yerden, bireysel internet paketi dışında erişim sağlamak mümkün. Wifi olmayan mekânlarda ise; kullanıcılar, hatlarındaki internet paketlerine göre internette aktif olabiliyorlar.

Fen K-1, akıllı telefonların ortaya çıkması ve teknik özelliklerini arttırmasıyla birlikte; bireylerarası iletişimin olumsuz etkilendiğinden söz etmiştir. Ayrıca, internet bağımlılığının da arttığına dikkat çekmiştir:

[25] Wifi, kablosuz internet erişim özelliği anlamına gelmektedir.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> Teknik özelliklerin artışı, internet bağımlılığını kesinlikle arttırdı. Çok klişe ama, insanlar biraraya geldiğinde herkes telefona gömülüp kalıyor. Bunu, bizzat yaşamış bir insanım. Gerçekten insanlar sohbet etmeyecekse; neden biraraya gelir ki? Eskiden televizyon için söylerlerdi bunu; şimdi, internet bağımlılığı ve kullanımı için geçerli bence. Her gelen nesil daha internet bağımlısı ve paylaşım delisi oldu. Sokakta oynayan çocukların azaldığını düşünüyorum…

Benzer şekilde, İletişim E-1 ise, şunları söylemiştir: "Sanırım bu sorunun cevabı, akıllı telefon kullanmakla doğru orantılı. Bağımlılığı elbette arttırıyor. Ama mesele, kimsenin bu bağımlılığı fark etmemesi. Herkes online ama sorunca; bağımlı değil…" İnternet kullanımına sınırlama getirememe, sosyal ve akademik olumsuzluklarına karşın; kullanmaya devam etme ve internete erişimin sınırlandığı durumlarda strese girme durumu, kişide internet bağımlılığı olduğunu göstermektedir. Bu bağımlılık durumunun fark edilmemesi ise; farklı sonuçları beraberinde getirebilmektedir. İİBF K-4, bağımlılığın fark edilmemesi hakkında şu vurgularda bulunmuştur:

> Sanırım, bu konuşma sırasında fark ettim. Benim akıllı telefonum ve tabletim var. Sürekli online halde olduğumu da söyleyebilirim. İnternet paketimi, buna göre ayarlıyorum. Zaten wifi olan yerlerde hiç sorun olmuyor. Herhalde bağımlıyım. Çünkü, yolda yürürken bile, telefonumu kontrol ediyorum. Kim ne yapmış? Ne yapıyor? Facebook canlı magazin haberleri gibi. Yani bağımlı olduğumu ifade ettim ama, olumsuz bir durum yaşatmıyor bana. Kendi kendime vakit geçirip, eğleniyorum. Diğer etkinlikleri de yapmamı çok engellemiyor. Çünkü, arkadaşlarımla oturup, bir şeyler yaparken de; telefon ve tabletimle ilgilenebiliyorum.

Özellikle akıllı telefonların yaşamımıza girmesiyle birlikte, gündelik yaşamda gerçekleşen etkinliklerin iç içe geçtiğinden söz edilebilir. Artık, yeni medya araçları bireylere her yerde eşlik eder hale gelmiştir.

Öte yandan, PMYO K-2, teknolojinin gelişimiyle birlikte; aynı zamanda ucuzladığından da söz etmiştir:

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> Teknik özelliklerin artışının bağımlılık yaptığı ve özellikle sosyal medya kullanımını arttırdığı kesin. Telefon operatörleri de, bunun farkında oldukları için akıllı telefonlara uygun internet paketi sunuyorlar. Artık, her yerden internete erişim kolay ve daha da önemlisi ucuz. Bunun sonucunda sınıfta; sıradan sıraya whatsuptan[26] mesajlaşmalar başlıyor. Mutlaka çok pratik olduğu noktalar var. Fakat, aynı masada herkesin elinde telefonuyla facebook fotoğraf yorumları üzerinden konuşmaya başladığı an; iş tehlikeli bir boyuta ulaşmış demektir. Ben bu şekilde yapmıyorum ama, yapan arkadaşlarım var…

Değişen ve gelişen teknolojiyle birlikte, araçsal iletişimin yaygınlık kazandığından söz edilebilir. Artık, bireyler yüz yüze iletişimden ziyade; araçlar üzerinden kurulan iletişimi tercih etmeye başlamışlardır. Dolayısıyla, iletişimin kurulduğu araca, ürüne, metaya vb. sahip olmayan bireyler, iletişim sürecinin dışında kalabilmektedir.

Yeni medya araçlarının en önemli özelliklerinden biri, mekân kavramını ortadan kaldırmış olmasıdır. Yeni medya araçları, internet erişimini mekânlardan ayrıştırarak; her yerde olmasını sağlamıştır. Fen K-2, konu hakkındaki düşüncelerini şöyle belirtmiştir:

> İnternet ve sosyal ağları zaman ve mekân sınır olmadan kullanabilmek, internet bağımlılığını kesinlikle arttırdı. Yeni medya araçları olarak isimlendirdiğimiz araçlar yaygınlaşmadan önce, ev ve okuldaki bilgisayarlar dışında sosyal ağlar kullanılamıyordu. Arkadaşlarla dışarı çıktığımız zaman, ellerimizde telefonlar olmuyordu. Her gittiğimiz yeri beyan etmemiz gerekmiyordu. İnternete her yerden ulaşabilmek sıradan hale geldi. Her şey sıradanlaştı. Tabi kendime yapmıyorum bu özeleştiriyi. Etrafımda çok fazla insan var bu şekilde. Zamanla sıkılır mı acaba insanlar diyorum? Ama, her gün yeni bir özellik ve uygulamayla her şey devam ediyor…

[26] Whatsuptan, akıllı telefon sahibi kullanıcılarının kendileri arasında mesajlaşmalarını sağlayan ücretsiz bir uygulamadır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Sosyal ağlar ve yeni medya araçları, sahip olduğu özellikleri belirli zaman aralıkları içerisinde yenilemektedir. Çokuluslu şirketlerin bünyesinde yer alan sosyal ağ siteleri ve elektronik firmaları; teknoloji pazarı içine yenilenen ürünler sunarak, sistemin devamlılığını sağlamaktadır.

İletişim K-1 ise, internet kullanımındaki artış ve bağımlılık düzeyinin sadece piyasaya sürülen yeni teknolojiler çerçevesinde değerlendirilmesinin yanlış olacağını ifade etmiştir. Bu noktada, teknoloji pazarının varolmayan gereksinimler yaratarak; bunların tüketimini sağladığına dikkat çekmiştir:

> İnsanların bağımlılıklarındaki ve internet kullanımındaki artışı, sadece sunulan yeni özellik ve araç gerece bağlamayı uygun bulmuyorum. İlk olarak varolmayan bir ihtiyaç yaratan sektörden söz etmek gerekiyor. O sektörün yarattığı alanları; kişiler tüketerek dolduruyorlar. Bir de, ben şuna inanıyorum. Bence bizim için, sıkıştırılmış bilgi ve belirli karakter ve uygulamalarla kendimizi ifade etmemiz gerektiği dayatıldı. Herkes ve ben de, zamanın ne kadar yetersiz olduğundan ve yapılması gereken işlerin çokluğundan söz ederken; her şeyi teknolojiyle yapmaya çalışıyoruz. Her kuşak, bu durumun iyi ya da kötü olduğunu tartışacak. Bu çağın içerisine doğan kuşaklar; yeni teknolojileri bağımlılık olarak değil, temel ihtiyaç olarak algılayacak. Ben kendi adıma, iyi bir internet ve sosyal ağ kullanıcısı olduğumu düşünüyorum. Birilerini takip ediyorum, haberdar oluyorum, üretiyorum, yazılar yazıyorum. Kararında kullanıldığında teknolojinin iyi bir şey olduğunu düşünenlerdenim.

İletişim K-1'in açıklamalarından hareketle, internet bağımlılığının kuşaktan-kuşağa değiştiğinden söz edilebilir. Bunun yanı sıra, yeni medya araçları ve sosyal ağ kullanımının yaratılan yapay gereksinimler olduğu önemli bir saptama olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte, İletişim K-1, yapay ihtiyaçlar yaratsa da; internet ve sosyal ağların doğru kullanımının, bireylere katkı sunduğundan söz etmiştir.

PMYO E-2 ise, duruma farklı bir açıdan yaklaşarak; internetin aşırı kullanımı ile diğer madde bağımlılıkları arasında bağlantı kurmuştur. "Hepimizin bazı ürün ve maddelere bağımlılığı var. Aslında, hepimizin herhangi bir şeye bağımlılığı var. Bütün

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

bağımlılıklar, birbiriyle paralel şekilde ilerliyor. Bağımlı olunan şeye ulaşılamadığında da, bu durum sıkıntı yaratıyor. Ben, internet bağımlısı olduğumu düşünmüyorum. Facebooku aktif şekilde kullanıyorum ama, bağımlı değilim. İnternet açık kaldığı sırada da, gidip başka işlerimi yapabiliyorum."

İletişim E-3, gündelik yaşamdaki internet bağımlılığı konusunda bütünsel açıklamalarda bulunmuş ve internetin özellikleriyle, sosyal alışkanlıkların iç içe geçtiğinden söz etmiştir:

> Mekân algısı, mesafe ve burada olmayanı önümüze getirmesi; yeni medya ve internetin en büyük başarıları sanırım. Tabi, çok ortamlı iletişim sağlaması da çok önemli. Ayrıca, iletişim doyumunu tek bir kanaldan sağlamıyor ve birden fazla duyumuza sesleniyor. Bunlar, internet bağımlılığını ve tüketimini artırıyor haliyle. Artık, internet bağlantısı olmayan bir kafe tercih edilmiyor. Eskiden insanlar biraraya geldiklerinde sosyalleşir, bir şeyler paylaşırdı. Şimdi biraraya gelindiğinde, kafalar telefonlara gömülüyor. Sanırım, bunu ben de yapıyorum. Masadaki, sofradaki arkadaşımla gerçek anlamda bir şey paylaşmıyorum, telefon aracılığıyla benden çok uzaktaki biriyle bir şeyler paylaşmayı tercih ediyorum. Bir de beğenilmeyen bir ortamdan kaçmanın en kesin yolu internet oldu. Gittiğin ortamdaki kişilerle olan iletişim hoşuna gitmiyorsa, telefon aracılığıyla, ağlar üzerinden başkalarıyla iletişim kurabiliyorsun. Benim en çok dikkatimi çeken durumlardan biri de, insanlar gidecekleri on beş dakikalık yolda bile, çevreye odaklanmak yerine; telefonlarıyla kendi dünyalarına dalmayı tercih ediyorlar…İnternet bağımlılığı bizim yaş grubumuzda artıyor. Enformasyon almak, bilgiye ulaşmak, anı yakalamak, sansürsüz bilgi edinmek, aracıları ortadan kaldırmak ve yeni tür dayanışmalar yaratmak. Aynı konu ya da duruş arkasında kenetlenen binlerce insan, zaman ve mekân farklı olmadan direnişte bulunuyor, biraraya geliyor ve kendi tarihini yazabiliyor.

İnternet ve sosyal ağlar, bireysel kullanıcılar için, daha önceki dönemlere göre hayal bile edilemeyecek olanaklar sunmaktadır. Ancak, internetin sadece olumlu

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

yönlerini görmek; bireyleri teknolojik determinizm içine sürükleyecektir. Bu ise, toplumsal yapının şekillenmesinde her biri ayrı bir öneme sahip siyasal, kültürel ve ekonomik nedenleri görmemize engel olacaktır.

Fen E-4, akıllı telefon ve yeni medya araçlarının bireylerin zekâlarını olumsuz etkilediğini söylemiştir: "Akıllı telefonları, akıllı aptallaştırıcılar olarak görüyorum. Dış dünyadan tamamen kopuşa neden oluyorlar. En çok ilgilendiği şeye bağlanmak, zaten insanın doğasında var. Bu nedenle teknik gelişmeler, internet kullanım ve bağımlılığını kesinlikle arttırıyor." Fen E-4'ün ifade etmiş olduğu "bireylerin en çok ilgilendiği şeye bağlanması" savı; bu noktada, internet ve sosyal ağlar için de geçerli olmaya başlamıştır.

İİBF K-2, özellikle arama motorlarının[27] internet bağımlılığına doğrudan etki ettiğini ifade ederken; bireylerin arama motorlarıyla adeta konuşur hale geldiğinden söz etmiştir:

> Teknik özelliklerin artışı, kesinlikle bağımlılığı etkilemiştir. Elimizde tuttuğumuz telefon, dünya ile her anlamda tüm bağımız haline gelmiş durumda. "Googlelama" gündelik yaşamın olmazsa olmazı oldu. Aklımıza ne takılıyorsa, hangi bilgiyi istiyorsak; google yoluyla arıyoruz. Google'la konuşur hale geldiğimizi düşünüyorum. Özellikle büyük şehirlerde yaşayan insanlar için, yol durumu, mekân bilgisi ve ulaşım çok sık aranan bilgiler.

İİBF E-3 ise, yeni medya araçlarının toplumsal yaşama girmesinin sadece internet bağımlılığının biçim değiştirmesine ve farklı yaş gruplarına yayılmasına neden olduğunu ifade etmiştir:

> Geçtiğimiz yıllarda, sadece internet kafelerde vakit geçiren çocuklar internete bağımlıydı. Yani, belirli ölçülerde bağımlılık yine vardı. Şimdi, her yaş grubundan internet bağımlısı var. Zaten biz üniversite öğrencileri çok içli dışlıyız internetle. Elimizden telefonlar düşmüyor. Bunun yanında, evde de interneti kullanıyoruz. Son yıllarda en çok dikkatimi çeken şey; teyzelerin, amcaların facebook hesabı oluşturmaya başlaması. Emin

[27] *Google* ve *yandex* gibi siteler. Bu siteler, kelime ya da cümlelerle internet üzerindeki bilgilere ulaşmasına yardımcı olmaktadır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> olduğum bir şey var. Her üniversite öğrencisinin orta yaş üstü bir akrabası facebook kullanıyordur. Ve genelde o yaş grubundakiler, facebooku çok rahatsız edici kullanıyorlar.

Yapılan araştırmalar, internet bağımlılığının en çok çocuk ve gençleri etkilediğini göstermektedir. Ancak, günümüzde her yaş grubundan internet kullanıcısının bulunması; internet bağımlılığının farklı yaş grubundaki insanları etkileyebileceğinin de kanıtı olarak değerlendirilebilir.

Fen K-2, teknoloji dolayımıyla gelen internet bağımlılığının, çağımızın en önemli hastalıklarından biri olduğunu ifade etmiştir:

> Çağımızın vebası desem, bence ağır olmaz. İnsanları, bütün işlerinden alıkoyuyor. Pek çoğumuzun internet aracılığıyla yaptığı şeyler, yarar sağlamıyor ve öylece vakit öldürmek için yapılıyor. Gençlik zamanları, en üretken olmamız gereken zamanlar böyle şeylerle harcanıyor. Zaman zaman, ben biriyle konuşurken veya dersteyken facebookuma bakmayı düşünüyorum. İnsanların ne yaptığını merak ediyorum. Bu acı bir şey.

Fen K-2'nin, "kimse internet aracılığıyla yararlı bir şey yapmıyor" açıklamasının doğru olduğunu iddia etmek mümkün değildir. Kaldı ki, bazı üniversite öğrencileri, internet ve sosyal ağları kendi gelişimleri doğrultusunda olumlu şekilde kullanmaktadır.

Günümüzde, yeni medya araçları ve sosyal ağlar konusunda yapılan en büyük eleştirilerden biri de; bu teknolojilerin bireyleri yalnızlaştırdığıdır. Gündelik yaşam içerisinde, sosyal ağlar ve internetle daha fazla zaman geçiren birey, diğer bireylerin varlığına gereksinim duymadan yaşamını sürdürmeye devam edebilmektedir. İletişim K-4, bu konuyu şöyle açıklamıştır: "İnternet bağımlılığı ve kullanımındaki artışla birlikte, bilgili ama daha yalnız bireylerin yetiştiğini düşünüyorum. Sosyalleşme, sadece sanal ortamlarda gerçekleşmeye başladı. Gerçek ortamlarda nasıl sosyalleşeceğini bilmeyen, yalnız insanlar var her yerde."

İletişim K-2 ise, özellikle internet ve sosyal ağ kullanımındaki artışın, üniversite gençliğinin her şeyden haberdar olmasını sağladığını dile getirmiştir. Ayrıca, sosyal ağ

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

kullanıcılarının, her şeyi ağlar aracılığıyla paylaşmaya başladığını da sözlerine eklemiştir:

> Teknik özelliklerin gelişimi, elbette internet bağımlılığını etkiliyor. Özellikle, internetteki bilgi ve paylaşım zenginliği bizim ilgimizi çekiyor. Yanımızdaki arkadaşımıza, gece izlediğimiz bir videoyu göstermek için, artık, eve veya kafeye gitmemize gerek kalmıyor. Ki bu durum da, sosyal paylaşımın zirveye ulaşmasına neden oluyor. Herkes, sürekli bir şeyler okuyor ve öğreniyor. Tabi bunları yaparken, bir mekâna bağlı kalmıyor. Kimsenin böylesine teknolojik bir ortam içerisinde, buna ulaşmamayı seçeceğini de sanmıyorum. Bağımlılık konusu da, bunlarla paralel bence. Ben şahsım adına konuşacak olursam, ilk önce internet faturamı ve cep telefonumdaki internet paketini düşünüyorum. Her ay, öncelik onların. Çünkü, internet erişimim olmadığı zamanlarda, kendimi ülkenin bir parçası gibi hissetmemeye başladım. Sürekli olarak görmek, ne olduğunu bilmek ve de haberdar olmak istiyorum. Aslında, bu da bir bağımlılık, ama çok olumsuz bir bağımlılık olduğunu düşünmüyorum. Diğer işleri aksatmadığı sürece…"

İletişim K-2, internetin aşırı kullanımını; olumlu yönleriyle ele almıştır. Özellikle, gündelik yaşamın işleyişini aksatmadığı sürece, internet ve sosyal ağların haber alma, gündemi izlemedeki üstünlükleri görmezden gelinmemelidir. Ancak, bu teknolojilerin aşırı kullanımındaki olumsuz noktaları da vurgulamak önemlidir. Bu olumsuz noktalardan biri de; internetin aşırı kullanımıyla birlikte, bireylerin sosyal çevresiyle olan iletişiminin olumsuz etkilendiğidir. PMYO E-2, internet bağımlılığı noktasında, bireylerin sosyal çevreyle olan iletişiminin değiştiğinden söz ederken; akıllı telefon ve tablet sahibi olmayanların da sosyal ağlarda aktif olarak zaman geçirebildiğini dile getirmiştir:

> İnsanlar özellikle, sahip oldukları sosyal çevre ile daha yoğun bir iletişim sağlayabilmek için yeni medya araçlarına yönelmiş durumda. Bence, tablet ya da akıllı telefonu olan bir kişinin, sırf bu araca sahip olduğu için sosyal

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> medya kullanıcısı olması uzak bir ihtimal. Bütün üniversite öğrencilerinin evinde bilgisayarı var. Akşam eve gidişinden, yatana değin sosyal ağlarda aktif olabiliyor. Sonuçta, teknoloji bağımlılığıyla birlikte, bireyler daha tembel hale geldi. Aslında, masa ve sandalyeden kalkmadan, dünyaları görmüş gibi hissedebiliyoruz. Sanallık içindeki gerçeklikler bağımlılığı arttırıyor.

Günümüzde, yeni medya araçları ve sosyal ağlar; gerçek deneyimlerin yerini almaya başlamıştır. Sanallık, artık, gerçekmiş gibi algılanabilmekte ve bu gerçeklik bireylerin zihinleri üzerinden sürdürülmektedir.

Yeni medya araçlarında gerçekleşen teknolojik gelişmeler, genel olarak internet ve sosyal ağ bağımlılığını etkilemektedir. Ayrıca, bu araçlar, sosyal ağlarda geçirilen süreyi de yönlendirmektedir. İİBF K-1'in bu konudaki düşünceleri şöyledir.

> Teknik özelliklerin artışı, internet bağımlılığını kesinlikle arttırdı. Kendimden biliyorum. Geçen sene akıllı telefonum yoktu ve facebook, twittera girmek için diz üstü bilgisayarıma bağlıydım. Bu durum zaman kaybına yol açıyordu. Şimdi telefondan internete erişebildiğim için, sosyal ağları rahatlıkla kontrol edebiliyorum; facebook ve twittera girebiliyorum. Özellikle, bayramlarda ve tatillerde eve gittiğim zaman büyük kolaylık oluyor benim için. Çünkü, bilgisayar benim odamda, kalkıp gittiğim zaman annem ve babam söz edebiliyordu. Şimdi oturduğum yerden erişim sağlayabiliyorum.

Çalışma kapsamında derinlemesine görüşme yapılan üniversite öğrencileri arasında, yeni medya araçlarına sahip olmayan öğrenciler de; bu araçların internet bağımlılığını arttırdığına ilişkin görüş bildirmişlerdir. İletişim E-4, bu konuda şunları söylemiştir:

> Daha önce de ifade ettiğim gibi, benim akıllı telefon ve tabletim yok. Ancak, internet aracılığıyla üreten ve gelişmeleri takip etmeye çalışan bir insanım. Tabiki teknik gelişmeler, internet bağımlılığını arttırıyor. Çünkü,

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> daha kolay hale geliyor erişim. Aylık beş yüz megabaytlık internet paketiyle, gittiğin her yerde sosyal ağlarda aktif olabiliyorsun. Mesela, benim akıllı telefonum olsa, daha aktif olabilirim. Yaşadığım gelişmeleri, gördüğüm olayları anında paylaşabilirim.

Benzer şekilde, Fen K-4 de akıllı telefonu olmamasına karşın; yeni medya araçlarındaki teknolojik gelişmelerin internet bağımlılığını arttırdığını söylemiştir. "Ben akıllı telefon sahibi değilim. Belkix bundan sonraki zamanlarda alabilirim. Gerçi öğrenci olarak, maddi özgürlüğüm yok, yani ileride diyelim. Ama gözlemlediğim kadarıyla, bu araçların ortaya çıkması, bağımlılığı etkiledi. Gittiğim her yerde, herkesin elinde akıllı telefon görüyorum. Özellikle bizim yaşımızdakilerin bağımlılığı oldukça arttı."

Kapitalizm içerisinde, yeni çıkan bir ürünün tüketimi; özellikle genç nüfus için diğer yaş gruplarına göre daha kolay olmaktadır. Çünkü, genç nesiller yeni çıkan ürünlere daha fazla ilgi göstermektedir. Yeni medya araçlarının tüketiminin, pazar içerisinde henüz doyuma ulaştığını söyleyebilmek olası değildir. Dolayısıyla, bu araçlara sahip olmayan üniversite öğrencilerinin de, bu araçları satın almayı düşündüklerinden söz edilebilir.

Gerçekleştirilen literatür taraması ve alanda yapılan araştırmalara göre; internet bağımlılığı, gündelik yaşam içerisinde kimi olumsuz sonuçlara yol açmaktadır. İnternet bağımlılığı özellikle, son yıllarda daha çok tartışılan bir konu haline gelmiştir. Bunun en önemli nedenlerinden biri de, teknolojik araçlarda yaşanan ilerlemelerdir.

Özetle belirtmek gerekirse, çalışma kapsamında görüşme yapılan Anadolu Üniversitesi öğrencileri, yeni medya araçlarında gerçekleşen teknolojik ilerlemelerin internet bağımlılığını arttırdığını düşünmektedir. Bununla birlikte, PMYO E-3, İİBF K-4 ve İİBF E-3, internet bağımlılığının zaten varolduğunu; yeni medya araçlarıyla sadece biçim değiştirdiğinden söz etmişlerdir. Eşdeyişle, yeni medya araçlarının bu kadar popüler olmadığı zamanlarda da; bireylerin, internet bağımlılığını farklı şekillerde yaşadıkları ileri sürülebilir.

İnternetin aşırı kullanımının en önemli nedenlerinden biri de, yeni medya araçlarının mekân kavramını ortadan kaldırmasıdır. Görüşme yapılan öğrencilerden İİBF E-4, İletişim K-2 ve İletişim E-3, konu hakkındaki fikirlerini bu yönde dile

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

getirmişlerdir. Onlara göre, yeni medya araçlarıyla herhangi bir mekân sınırlaması olmadan sosyal ağlar ve internete erişmek, internet bağımlılığını arttırmaktadır. İletişim E-1 ve İİBF K-4 ise, son yıllarda internet bağımlılığının oldukça arttığını ve bu bağımlılığın ise fark edilmediğini söylemişlerdir. Bu öğrencilere göre, günümüzde bireylerin sürekli online (çevirim içi) olma durumu, internet bağımlılığının fark edilmemesine neden olmaktadır.

Yeni medya araçları ve sosyal ağların, bağımlılık düzeyinde kullanılması bireylerarası iletişimi de olumsuz yönde etkilemektedir. Bu doğrultuda, Fen K-1 internet bağımlılığının artmasıyla birlikte, bireylerarası iletişimin azaldığını dile getirmiştir. Fen Fakültesi öğrencilerinin, internet bağımlılığıyla ilgili genel olarak daha olumsuz fikirleri olduğunu söylemek mümkündür. Fen E-4, internet bağımlılığının bireyleri aptallaştırdığını savunurken; Fen K-2 ise, internet bağımlılığını; içinde bulunulan çağın en büyük hastalıklarından biri olarak nitelendirmiştir.

İletişim K-1, yeni medya araçları ve sosyal ağ kullanımının; sahte bir gerkensinim olarak yaratıldığını ve böylece, internet tüketiminin arttığını söylemiştir. İnternet tüketiminin yaygınlaşması; beraberinde, internet bağımlılığını da hızlandırmaktadır. Kaldı ki, bireyler, internet ve sosyal ağları daha fazla kullanmaya başlamışlardır. İletişim K-2 ise, internet bağımlılığı konusuna olumlu yaklaşmıştır. İletişim K-2'ye göre, internetin aşırı kullanımı, diğer işleri aksatmadığı sürece, bireylerin gündemden haberdar olmasını sağlamaktadır. Yeni medya araçlarına sahip olmayan Fen K-2 ve İletişim E-4 de; yaptıkları gözlemlerden hareketle, internet bağımlılığının gelişen teknolojiyle birlikte arttığını ifade etmişlerdir.

Sonuç olarak, teknolojik gelişmelerin sosyal ağ ve internet kullanımını arttırdığını söylemek mümkündür. Çalışma kapsamında görüşme yapılan Anadolu Üniversitesi öğrencileri de, düşüncelerini bu yönde dile getirmişlerdir.

3.4. Gündelik Haber Takibinin Değişimi

Hızla gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri; içinde bulunulan dönemin, "bilgi çağı" olarak tanımlanmasına neden olmuştur. Gündelik yaşamda kullanılan teknolojiler, bireysel ve toplumsal yaşamdaki değişiklikleri de etkilemeye başlamıştır. Bu çağ içerisinde, üretilen somut bilgiler kısa süre içerisinde geçerliliğini ve günceliğini yitirirken; yeni bilgiler ortaya çıkmaktadır (Odabaşı vd., 2008: 432). Bu bağlamda,

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

günümüzde, gündelik haber takibinde de bazı değişiklikler gerçekleşmiştir. Ertesi gün, gazete manşetlerinde yer alan pek çok haber; artık, bir gece önce haber sitelerinde yer alabilmektedir. Bununla birlikte, sosyal ağlar da, haber sitelerinde yer alan haberlerin yayılmasında etkin olmaktadır.

Günümüzde, haber siteleri de *web 2.0* özelliği göstermeye başlamıştır. Sitelerde yer alan haberlere kullanıcılar eş zamanlı olarak yorum yapabilmekte; ayrıca, haberi sosyal ağlarda anında paylaşabilmektedir. Sosyal ağlar ve interneti etkin bir şekilde kullandıkları görülen üniversite öğrencilerinin; gündelik haber takiplerinde de, bazı değişiklikler yaşanmıştır. İİBF E-3, bu konuda şunları söylemiştir:

> Herkesin, belirli oranlarda habere ihtiyacı var. Kimisi bunun için gazete, dergi ve televizyon kullanıyor. Belki hâlâ radyo dinleyenler de vardır. Kimisi de, internet ve sosyal ağları tercih ediyor. İnternetteki durum da, iki yönlü bence. Birincisi, haber siteleri var; ikincisi, sosyal ağlar var. Artık, doğrudan sosyal ağlardaki gazeteciyi de takip edebiliyoruz. Gerçi bunlar, iç içe geçmiş durumda. Ben şahsen gazete almıyorum, haber için televizyon da izlemiyorum. Haber sitelerinden ve sosyal medyadan günlük haber ihtiyacımı karşılıyorum. Zaten gazete alsam da; gazetedeki haber, gece haber sitelerinde yer almış haber oluyor. Gazeteler, bir gece öncenin haberlerini tekrarlıyor. Ben üniversite öğrencilerinin pek çoğunun da, gazete aldığını düşünmüyorum.

Günümüzde yazılı basının, içinde bulunulan çağın dinamiklerine teknolojik bağlamda ayak uyduramadığı söylenebilir. Belirli okuyucu kitleleri olsa da, özellikle gazeteler, genç nüfus tarafından daha az tercih edilmeye başlanmıştır. Bununla birlikte, geleneksel kitle iletişim yayınlarına son yıllarda getirilen en büyük eleştirilerden birisi, tarafsız yayıncılıktan uzaklaşmalarıdır. Özellikle, sahiplik yapıları ve tekelleşmeden dolayı; bu kuruluşların haber aktarma sürecinde tarafsız yayından uzaklaştıkları söylenebilir. Kaldı ki, anaakım medyanın internet üzerinden faaliyet gösteren haber portalları da, aslında bu saptamadan bağımsız olarak düşünülemez. İletişim K-2, geleneksel kitle iletişim yayınlarına güvenmediğini ve kendi ideolojisine uygun bir mecra bulamadığını şöyle ifade etmiştir:

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> Ben çok uzun zamandır, ne gazete takip ediyorum, ne de televizyondan haber izliyorum. Çünkü, güvenmiyorum. Kendi ideolojime uygun bir mecra bulabileceğimi de sanmıyorum geleneksel iletişim araçları içerisinde. Benim en birincil haber kaynağım twitter. İletişim Fakültesi öğrencisi olmamla da ilgili olabilir ama, internetteki haberlerin güvenilir olup olmadığı konusunu pek kafama takmıyorum. Az çok, kimin ya da hangi kuruluşun güvenilir haber kaynağı olabileceği twitterda anlaşılıyor. Ufak çaplı bir araştırma yaparak, gündemi takip etmek en çok tercih ettiğim şey. Yakın çevremde de, gazete satın alan veya akşam haberlerini bekleyen, yahut haber kanallarına güvenen yaşıtım yok.

Benzer şekilde, Fen E-4 de şu açıklamalarda bulunmuştur:

> Ben hiçbir gazeteye güvenmiyorum. Buna hem sağ hem de sol görüşlü gazeteler dahil. Zaten televizyon kanallarının haberlerle ilgili durumları ortada. Her akşam, bir saat yayın yaparak; internet ve sosyal medyadaki haber akışını yakalayabilmeleri mümkün değil. Benim, haber portalları ve sosyal ağlar aracılığıyla takip ettiğim güvenilir kaynaklar olduğunu düşünüyorum. İnternette, elbette güvenilir olmayan kaynaklar var. Ama bilinçli kullanıldığı zaman, bu sorun aşılabilir. Sonuç olarak, ben günlük haber takibimi portallar ve internet siteleri aracılılığıyla gerçekleştiriyorum. Çevremde gazete değil de, süreli yayınları alıp takip eden arkadaşlarım var. Sanırım süreli yayınlar aracılığıyla, olaylara daha derli toplu bakabildiklerini düşünüyorlar.

İnternet mecraları içerisinde yayın yapan haber siteleri, sahiplik yapıları bağlamında; geleneksel kitle iletişim kuruluşlarının uzantısı olarak faaliyet göstermektedirler. Bununla birlikte; Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin, geleneksel kitle iletişim araçlarına oranla; internet haberlerine daha fazla güvendikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, sosyal ağlar aracılığıyla da haber takibinin olanaklı hale gelmesi, öğrencileri bu alana daha fazla yönlendirmiş durumdadır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Günümüzde, *ntvmsnbc, cnnturk* ve *sol haber portalı* gibi haber siteleri de sosyal ağ hesabı oluşturarak; bu mecralarda yayın yapmaya başlamışlardır. Bu sitelerin, sosyal ağlar üzerinden hesap oluşturup yayın yapmaları; sosyal ağ sitelerinin haber yayılımı açısından oldukça önemli olduğunun işareti olarak görülmektedir. İİBF K-2, bu konuda şunları söylemiştir:

> Gün geçtikte insanların haber sitelerine girip, haberleri kontrol etme eğilimi ortadan kalkmaya başladı. Daha ziyade, sosyal medyada takip ettikleri insanların ve haber sitelerinin sosyal medya hesaplarının haberlere yönlendirmesi ile haber sitelerine giriş yapıyorlar. Bu anlamda, gazetelerin sosyal medya hesapları, ayrıca önemli hale geliyor. Haber siteleri, reklam gelirlerini ön planda tutuyor. Ben de, haber sitelerinde dolaşırken; karşıma sürekli reklam gelmesinden pek keyif almıyorum. Ben de bu yüzden, genellikle twitter ve facebook hesaplarından haberlere yöneliyorum. Haber takibi konusunda ise; gençlerin okuma alışkanlıklarını artık, internet üzerinden sürdürdüklerini düşünüyorum. Ancak, aynı şey tüm süreli yayınlar için geçerli değil. Özellikle bazı dergilerin, internet üzerinden değil, yazılı olarak daha fazla okunduğunu düşünüyorum.

Haber sitelerinin en önemli özelliklerinden biri, geleneksel kitle iletişim kuruluşları gibi reklam almalarıdır. Herhangi bir haber sitesine erişim sağlandığında, karşımıza pek çok reklam gelebilmektedir. Dolayısıyla, reklamlar dikkat ve algıyı dağıtarak; kişilerin haberleri okumasını engelleyebilir. Bu yüzden, haber sitelerinin sosyal ağ hesapları aracılığıyla haberlere yönelmek; daha pratik ve işlevsel olarak görülmeye başlanmıştır.

Öte yandan, PMYO K-1 ise, haber sitelerini pratik ve kolay ulaşılabilir olduğu için kullandığını ifade etmiştir:

> Haber takibi için; Milliyet, Radikal ve Hürriyet gazetelerinin internet sitelerini kullanıyorum. Onun dışında, elbette sosyal medya. Günümüz üniversite gençliği, haber alma konusunda gazete, televizyon gibi araçları kullanmak istemiyor. Çünkü, tarafsızlık durumu önemli. Artık, insanlar,

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> medyanın tarafsız olduğuna inanmıyorlar. Zaten, sürekli akıllı telefon ve bilgisayarlarla iç içe olan üniversite gençliği; internet haberlerine kolayca ulaşabiliyor.

Benzer şekilde, İletişim E-2 de, haber sitelerinin ve sosyal ağların haber alanında daha fazla kullanılmasını; pratik ve kolay ulaşılabilir olmasına bağlamıştır:

> Ben, geleneksel iletişim araçlarını haber ihtiyacımı gidermek için kullanıyorum. Gidip, gazete almanın zahmetli hale geldiğini düşünüyorum. Zaten alındığı zaman, dün gecenin haberlerinden başka bir habere ulaşmak pek mümkün değil. Haber siteleri, portallar ve sosyal medya aracılığıyla ulaşılan haberler kesinlikle daha kolay oluyor. Etrafımdaki arkadaşlarıma baktığımda da, bu anlayışın yerleştiğini görüyorum. Fakülteye ücretsiz şekilde dağıtılan gazeteler dışında; haberleri gazetelerden takip eden arkadaşım olduğunu söyleyemem.

Günümüzde, haberin kolay ulaşılabilir ve hızlı olması oldukça önemlidir. Teknolojik gelişmeler, haberin kolay ulaşılabilir olmasını sağlamıştır. Özellikle, yeni medya aracılığıyla internet haberleri kullanıcılar arasında hızlı bir şekilde yayılabilmektedir. Bununla birlikte, sosyal ağlar aracılığıyla yayılan haberlerin niteliğine ve doğruluğuna dikkat etmek ise oldukça önemlidir. Çünkü, denetim mekanizmalarının diğer kitle iletişim araçlarına göre daha az olduğu sosyal ağlar aracılığıyla kullanıma giren yanlış bilgiler kullanıcıları yanıltabilmektedir.

Görüşme yapılan bazı üniversite öğrencilerinin, gündelik haber takibi açısından geleneksel medyayı tamamen dışlamadığı görülmüştür. Bu öğrencilerin hem yeni medyayı hem de geleneksel medyayı kullanmaya çalıştığından söz edilebilir. PMYO E-1, bu konuda şunları söylemiştir:

> Özellikle, gazete kullanımı; sosyal ağlar ve haber portallarıyla birlikte geri planda kaldı. Daha geleneksel düşünen insanlar, internetin hâlâ gazetenin gerisinde olduğunu söylüyor. Kendi adıma, her ikisinin de ortasını bulmaya çalıştığımı söyleyebilirim. Haber için, gazete ve dergi de satın aldığım olur

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

yani. Zira, internette bir hışımla yazılan haberler, bazen gerçeği yansıtmıyor. İyi araştırma yapıp, iyi değerlendirmek gerekiyor.

PMYO E-1 gibi, Fen E-1 de hem gazete satın aldığını hem de internet üzerinden haberleri izlediğini ifade etmiştir:

> Ben gazeteyi tamamen hayatımdan çıkarmış değilim. Zaman zaman gazete alıyorum. Gazeteye bakmak hoşuma gidiyor. Bunun yanında, internetten de haber takip ediyorum. Özellikle, haber siteleri ve portalları kullanıyorum. Çevreme baktığım zaman, bu konunun ayrımını tam olarak yapabileceğimi söyleyemem. Ancak, kantinde kimsenin elinde gazete görmezken, akıllı telefon görüyorum.

Geleneksel medya araçlarının belirli okuyucu-izleyici kitleleri olsa da, özellikle günümüz gençliği; yeni medya araçları ve internete daha fazla yönelmiş durumdadır. Haber takibi için, geleneksel kitle iletişim araçları kullanan öğrencilerin; aynı zamanda, interneti de kullanması buna örnek olarak gösterilebilir.

İnternet ve yeni teknolojilerin, kullanım alanlarını arttırmasıyla birlikte; bireylerin gündelik yaşam içerisinde tembelleştiğinden söz edilebilir. Evden çıkarak yapılması gereken gündelik rutinler; internet karşısında yapılır hale gelmeye başlanmıştır. İletişim K-1, bu konuda şunları söylemiştir:

> Daha önce de söylediğim gibi, internet bağımlılığı oldukça arttı. Oturarak her şeye ulaşabilen bir gençlik kitlesi var. Tembeliz, yani ben de, tembel oldum. Kusurlarımıza yeni bir bağımlılık eklemenin yanında, üşengeç insanlar olduk. Geleneksel yöntemler değişti ve yerini modern dünyanın yaşam biçimleri almaya başladı. Artık, sabah kalkar kalkmaz, haberleri kontrol etmeye ve dakikası dakikasına almaya başladık. Anında ulaşılabilen haberin dışında, sansüre uğramamış haber de internette. Ayrıca, haberin yaratıcısı olmak gibi durumlar, özellikle üniversite öğrencilerinin haberleri internetten takip etmelerine neden olmuş durumda.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Elektronik kitle iletişim araçları, habere erişimde bireyi tembel hale getirse de; öte yandan, araştırma kültürünün de gelişmesini sağlamıştır. Artık, birey, sadece kendisine verilenle yetinmeyerek; farklı kaynak ve iletilere de ulaşmaya çalışmaktadır.

İletişim E-3 ise, bir yandan, yaelektronik kitle iletişim araçlarının önemine vurgu yaparken; diğer yandan da, özellikle televizyon ve dergilerin hâlâ büyük kitlelere seslendiğini vurgulamıştır:

> Televizyonun hâlâ sihirli bir kutu olduğunu düşünüyorum. Ne olursa olsun, haber saatinde evdeyseniz, televizyonu açıp bakıyoruz. Haber, televizyonda görüntülü şekilde olduğu için, daha inandırıcı ve ikna edici oluyor. Ayrıca, tüketimi de daha kolay. Sonuçta, okuyup anlamak için ekstra bir çaba göstermeye gerek kalmıyor. Bunun yanında; *Birikim*, *Mesele* vb. dergilerin özellikle üniversite öğrencileri tarafından oldukça okunduğunu düşünüyorum. Genel olarak söylersem; elbette haber siteleri, portallar ve sosyal medya gündelik haber takibini değiştirdi. Özellikle, gençler arasında bu teknolojilere yönelme oldu.

Günümüzde, üniversite öğrencileri arasında gazete üzerinden haber takibi azalsa da; bazı tematik dergiler ve televizyon programlarının hâlâ izlendiğinden söz edilebilir. Bununla birlikte, genel olarak üniversite öğrencilerinin gündelik haber takibi, elektronik kitle iletişim araçlarının toplumsal yaşama girmesiyle birlikte değişikliğe uğramıştır. Bu anlamda, Fen K-2, elektronik haberleşme araçlarının kullanılmasını çağın bir gereği olarak değerlendirirken; kendisinin de bazı gazetelerin haber portallarını ve sosyal ağları kullandığını dile getirmiştir. Fen K-2, internet bağımlılığı konusundaki fikirlerinin aksine; gündelik haber takibindeki değişimle ilgili olumlu ifadeler kullanmıştır:

> Haber takibinde geleneksel iletişim araçlarına yönelmek, bizim için daha zor hale geldi. Ben, internet sitelerini takip etmeye çalışıyorum haberler için. Ayrıca, twitter üzerinden görüşlerini merak ettiğim gazetecileri takip ederek; yorumlarını okuyorum. Böylelikle, gündemden daha iyi bir şekilde haberdar oluyorum. Günümüz üniversite gençliğinin ise, gazete satın

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> aldığını düşünmüyorum. Bu durum da, çok doğal bence. Gazetelerin gündemi, sabahtan akşama kadar aynı. Ama, bizler; gündemin sürekli değişebileceği bir ülkede yaşıyoruz. Gazetelerin bu gündeme erişebileceğini sanmıyorum. Bunu, haber siteleri ve sosyal ağlar daha etkili bir şekilde başarıyor.

Günümüzde gazeteler, sosyal ağ hesapları oluşturarak; haber güncellemelerini, bu mecralar aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Bu durum, gazete yöneticilerinin de, gündemi yakalayabilmek ve kitlelerin ilgisini çekebilmek için; elektronik medyayı kullanmaya başladıklarının göstergesidir.

Haber siteleri, portalları ve sosyal ağların gündelik haber takibinde kullanılmaya başlanması; internet kullanıcılarının bu süreçte daha aktif olmalarına neden olmuştur. Web 2.0 özelliği gösteren bu mecralarla birlikte; etkileşim unsurunun artış gösterdiğini söylemek mümkündür. PMYO E-4, bu konuda şunları söylemiştir:

> Gün içerisinde internete girdiğim zamanlarda, haber ihtiyacımı da karşılıyorum. Haber sitelerinde, vakit geçirmeyi seviyorum. Özellikle, okuduğum habere yorum yapmak hoşuma gidiyor. Yaptığım yorumların ardından gelen karşı yorumlarla, olay hakkındaki bilgi düzeyimi arttırdığımı düşünüyorum. Genel olarak, gazetelerle karşılaştırdığım zaman; bu durum, kişisel gelişimim açısından daha faydalı. Çevremdeki arkadaşlarıma baktığımda da, gazetelerden çok internetin kullanıldığını söyleyebilirim.

Bir konu hakkında farklı bireylerle etkileşime girmek ve onların da konu hakkındaki fikirlerini almak, olumlu bir durum olarak görülebilir. İnternet mecralarının Web 2.0 özelliği göstermesiyle birlikte; karşımıza çıkan en önemli gelişme karşılıklı etkileşim olmuştur. Bununla birlikte, haber siteleri, sosyal ağlar vb. web 2.0 özelliği gösteren internet mecralarında profil oluştururken herhangi bir kontrol mekanizması bulunmamaktadır. Eşdeyişle, bireyler, sahte profillerle bu mecralarda aktif olabilmektedir. Bu yüzden, internet üzerinden etkileşime girdiğimiz bireylerin, gerçek kişilikler olmama olasılığını da göz önünde bulundurmamız önem taşımaktadır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

İnternet erişimi; bölge, nüfus, sosyo-ekonomik ve kültürel yapıya göre farklılık göstermektedir. İİBF E-1, internete erişim konusundaki eşitsizliklere yönelik şu yorumlarda bulunmuştur:

> Elektronik iletişim araçlarını kullanarak, bilgiye daha rahat ve hızlı şekilde ulaşıldığı bir gerçek. Ben de, haberi internet üzerinden farklı kaynaklardan takip ediyorum. Ama biz, kendimiz ve çevremiz internetten haber takip ediyoruz diye; herkesi öyle sanıyoruz. Haber takibinin bile kişinin geliriyle ilişkisi var. Ben doğrusu, üniversite okuyan ve maddi durumu çok kötü olan birinin, sürekli haberleri internetten takip ettiğini düşünmüyorum. Bu kişiler günün hangi saatinde internetten yararlanıyorsa; o saatin gündeminden haberdar oluyor. Yani, gazete okumaktan bir farkı yok bunun.

Benzer şekilde, Türkiye'nin toplumsal formasyonu içerisinde internete erişim konusunda eşitsizliğin olduğunu ileri süren bir diğer kişi de Fen E-3 olmuştur:

> Gündelik haber takibinin, internet ve sosyal medya aracılığıyla gerçekleşmesinin kesinlikle maddi durumla ilgisi var. Sürekli bilgisayar başında olan ya da akıllı telefonu olmayan birisinin haberleri anında takip etmesi mümkün değil. Mesela, benim evde internet bağlantım var. Evde olduğum zamanlarda; pek çok gelişmeyi, internet üzerinden takip ediyorum. Ama okulda takip edemiyorum. Çünkü, akıllı telefonum yok. Ders aralarında da, bilgisayar laboratuvarına haber okumak için gitmek zor geliyor. Ama, gazete de satın almıyorum. Akşamdan akşama yine internetten baktığım haberler yeterli oluyor. Yalnız şöyle bir şey var: Olumlu mu, olumsuz mu bilmiyorum ama; akıllı telefon kullanan arkadaşlarım, gündemi bana göre daha hızlı takip ediyorlar.

İnternet erişim ücretleri, gelişmiş ülkelere oranla Türkiye'de daha pahalıdır.[28] İtalya, Belçika, Japonya ve Amerika gibi ülkelerde internete erişim hem daha ucuz, hem

[28] http://www.cnnturk.com/2011/bilim.teknoloji/teknoloji/02/04/en.pahali.internet.turkiyede/605716.0/ (Erişim tarihi: 26.11.2013).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

de, daha hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir.[29] Ayrıca, Finlandiya'da ülke genelinde internete erişim yasal bir hak olarak görülmekte ve devlet tarafından ücretsiz bir şekilde sağlanmaktadır.[30] Türkiye'de nüfusun yarısı, internet erişimine sahip değildir. Üniversite öğrencileri arasında; internete sürekli erişim halinde olma durumunun ise, daha fazla olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, yüzde yüzlük bir erişim oranından söz etmek mümkün değildir.

Öte yandan, PMYO E-3, günümüz üniversite öğrencilerinin geleneksel iletişim araçlarına alışık olmadığını ve yaşamlarında elektronik iletişim araçlarının ise daha fazla yerleşiklik kazandığını vurgulamıştır:

> Ben haber takibi için, haber sitelerini kullanıyorum. Günümüz üniversite gençliği ise, gazetelere pek de alışık değil. Daha çok, interneti tercih ediyor. Gazeteye ulaşmak için çaba göstermek gerekiyor. Bence, üniversite öğrencileri, haber takibini internet aracılığıyla daha kolay gerçekleştiriyor. Ayrıca, tatmin duygusu da daha fazla oluyor.

Bireyler, kullandıkları araçlardan belirli oranda tatmin ve haz beklemektedirler. Bu anlamda, İİBF E-4, elektronik iletişim araçlarının sağladığı tatmin duygusuyla ilgili olarak şunları söylemiştir:

> Haber siteleri, haber portalları ve sosyal medya aracılığıyla haber takip etmenin ve gündemden haberdar olmanın; üniversite öğrencilerine daha çok tatmin sağladığını düşünüyorum. Sonuçta, belirli oranda etkileşim var. Yorum yazabiliyorsun, yorum alabiliyorsun. Gazeteye göre kesinlikle daha dinamik. Bu dinamik ve hızlı olma durumu da, kullanım açısından üniversite öğrencilerinin daha çok hoşuna gidiyor.

Diğer sorulara verdiği yanıtlarla anlamlı bir ilişki içerisinde; İletişim K-4 ise, gündelik haber takibinde sosyal ağları kullandığını ifade etmiştir:

---

[29] http://www.sosyalsosyal.com/dunya-genelinde-internet-hizlari-ve-ucretleri-infographic, http://www.zaman.com.tr/ekonomi_interneti-en-pahali-kullanan-uc-ulkeden-biri-turkiye_2200692.html (Erişim tarihi: 28.03.2014).

[30] http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2010/07/02/her_vatandasa_ucretsiz_internet_hakki (Erişim tarihi: 28.03.2014).

> Son zamanlarda, Türkiye'de pek çok olay yaşandı ve her gün yaşanmaya devam ediyor. Ben, gündelik haber takibinde tamamen sosyal medyayı kullanmayı tercih ediyorum. Özellikle de, twitterı. Gündeme ilişkin bilgileri 140 karaktere sıkıştırılmış şekilde öğrenmek, çok güzel. Bu noktada, bazı haberlerin doğruluğundan elbette emin olamıyorsun. Ancak, hızlı ve dinamik olması, bu siteyi tercih etme nedenim. Çevremdeki üniversite öğrencilerinin de, eskisi kadar geleneksel medyayı kullandıklarını düşünmüyorum.

İletişim E-1 de bu konuda benzer düşünürken; bazı olumsuzlukları irdelemekten kaçınmamıştır:

> Haber takibinde, özellikle hızlı olması açısından sosyal ağların oldukça avantajlı olduğunu düşünüyorum. Öte yandan sosyal ağların olumsuz yanları da var. En büyük olumsuzluk, haberin doğru olup olmadığı. Ama, internette; bir haberin daha önceden yayınlanıp yayınlanmadığıyla ilgili bazı kontrol siteleri de mevcut. Bu siteler üzerinden, haberin doğruluğunu kontrol etmek mümkün. Ben, hem sosyal ağları hem de haber sitelerini tercih etmeye çalışıyorum. Ama, her ikisini karşılaştırdığım zaman; sosyal ağların benim için daha öncelikli olduğunu söyleyebilirim.

Özetle, görüşmeye katılan Anadolu Üniversitesi öğrencileri arasında haber takibi bağlamında, elektronik kitle iletişim araçlarının daha fazla kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Gündelik haber takibi için, interneti kullanan öğrencilerin; geleneksel kitle iletişim araçlarını ihmal ettiği gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, geleneksel kitle iletişim araçlarını da kullanmaya çalışan öğrencilerin; yaygın bir şekilde elektronik kitle iletişim araçlarını kullanması önemli bir sonuç olarak değerlendirilmiştir. Bu bulgudan hareketle, geleneksel kitle iletişim araçlarını kullanan öğrencilerin; aynı zamanda, elektronik medyaya da gereksinim duyduğunu söyleyebiliriz.

Görüşülen öğrenciler arasında, gündelik haber takibi için sadece haber portalları ya da sitelerini kullananların olduğu görülürken; yalnızca sosyal medya, özellikle twitterı kullananların olduğu da saptanmıştır. Öte yandan, her iki haber mecrasını

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

kullananların da olduğu belirlenmiştir. İİBF E-3, Fen K-2, İletişim K-2 ve Fen E-4, gündelik haber takibi için hem sosyal medyayı hem de haber sitelerini kullanırken; İletişim E-2 ve PMYO K-1 ise, kendi görüşlerine uygun olan haber portalları ve sitelerini tercih etmektedirler. İletişim E-1 ve İletişim K-4 de, haber takibi için özellikle twittera yönelmiştir. Bunun nedeni olarak ise, bu sosyal ağ aracılığıyla haberlere çok daha hızlı bir şekilde ulaştıklarını göstermişlerdir. Bu noktada, İletişim E-1; twitter aracılığıyla yayılan haberlerin doğruluğunu kontrol etmek gerektiğini vurgulamıştır. İİBF K-2 ise, gazetecilerin sosyal ağlar aracılığıyla paylaştıkları haber başlıklarını takip ettiğini söylemiştir.

Günümüzde, gazeteciler de yeni medya araçları aracılığıyla haberleri ve düşüncelerini kitlelerle paylaşmaktadır. Bireysel sosyal ağ kullanıcıları da; bu doğrultuda istediği gazeteciyi izleme olanağı bulabilmektedir.

PMYO E-4, yayınlanan haberlere yorum yapabildiği için haber sitelerini kullandığını belirtmiştir. PMYO E-3 ve İİBF E-4 ise, günümüz üniversite öğrencilerinin geleneksel medya araçlarından almış oldukları tatminin azaldığını dile getirirken; yeni medya araçlarının tatmin duygusunun daha fazla olduğunu söylemişlerdir.

İletişim E-3 ve İİBF K-2, üniversite öğrencileri arasında gündelik haber takibi için internet kullanımının arttığını vurgulasalar da; özellikle süreli yayınların hâlâ tercih edildiğini ifade etmişlerdir. İletişim K-1 ise; okuma alışkanlıklarının internetle birlikte oldukça değiştiğine işaret etmiştir.

Öte yandan, İİBF E-1 ve Fen E-3, gündelik haber takibi ve internet konusuyla ilgili farklı bir konuyu öne çıkarmıştır. İnternet ve sosyal ağlar üzerinden haber takip etme ile internete erişim sayıları arasında bağlantı kuran öğrenciler, herkesin haber takibinde eşit şartlar içerisinde olmadıklarına vurgu yapmışlardır. Geleneksel kitle iletişim araçlarını dışlamayan ve gazete aldığını ifade eden PMYO E-1 ve Fen K-2'nin de; aynı zamanda, gündelik haber takibi için interneti kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

İçerisinde bulunduğumuz teknoloji çağında; yeni teknolojiler kullanım alanlarını her geçen gün arttırmaya devam etmektedir. Bu teknolojiler, gündelik yaşamın işleyişinde de önemli bir rol üstlenmektedir. Gündelik yaşamdaki haber takibi de; internet, sosyal ağlar ve yeni medya araçlarıyla birlikte değişikliğe uğramıştır. Özetle, çalışmaya katılan örneklem kapsamındaki Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin gündelik

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

haber takiplerinde; internet, sosyal ağlar ve yeni medya araçlarının egemen bir görünüm sergilediği saptanmıştır.

3.5. İnternet Mecraları ve Tüketim

Tüketim, insanlık tarihi kadar eski bir eylem olarak karşımıza çıkmaktadır. Kapitalizmin egemen sistem olmasıyla birlikte, daha çok satın almak için çalışmak, tükettiğinin ölçüsünde varolabilmek gibi kavramlar ortaya çıkarken; tüketme eyleminde de artış olmuştur. Tüketimin soyut anlamlarında değişiklikler olduğu gibi, tüketim araçları da değişikliğe uğramıştır. Günümüzde, fiziki mekânlardan bağımsız olarak, internet üzerinden e-ticaret yoluyla ve bazı sosyal ağlar üzerinden alışveriş yapılmaya başlanmıştır. Çalışmanın kuramsal bölümünde debelirtildiği gibi; genç nüfus arasında tüketim artmaya devam etmektedir. Özellikle, yeni medya ve internet teknolojilerini daha fazla kullanan gençlerin; bu araçlar aracılığıyla tüketme eğilimleri de değişmektedir.

İnternet üzerinden alışveriş yapmanın hem avantajları hem de dezavantajları bulunmaktadır. İletişim E-1, bu konuda şunları söylemiştir:

> İnternet üzerinden alışveriş, son yıllarda önemli bir artış gösterdi. Bu durumun hem avantajları hem de olumsuzlukları var. Artık, enerji kaybı yaşanmadan alışveriş yapılabiliyor. Alışveriş merkezlerinde gezmek ve alışveriş yapmak gerçekten çok yorucu oluyor. Ayrıca, insanlar alabilecekleri ürünleri karşılaştırabiliyor. Tabi, güven zafiyeti de var. Kredi kartı şifresini, internet üzerinden yazmak, insanlar için risk oluşturuyor. Ama, ben zaman zaman, internet üzerinden indirimli ürünleri satın almayı tercih ediyorum.

Fen K-1 ise; internet üzerinden alışveriş yapmanın olumlu noktaları üzerinde durmuştur. Ayrıca, internet üzerinden alışveriş yapmayı tercih ettiğini de irdelemiştir:

> Elektronik ortamda, kredi kartımla alışveriş yapıyorum. Pek çok açıdan, faydalı olduğunu düşünüyorum. Bence, her geçen gün; sistemde oluşan açıklar da kapanıyor. Kargo ücreti olmadan ürün iadesi, sanal post imkânları

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> gibi durumlar oluştukça; böylesi sitelerin sayısı da çoğalacaktır. İnternet üzerinden karşı karşıya kalınan reklamların ise, tüketime doğrudan etki ettiğini düşünüyorum.

Reklam, tüketime etki eden ve tüketimi arttıran önemli bir öğe olarak görülmektedir. İnternet üzerinden yayınlanan reklamlar ise, kapitalizm içinde tüketimi destekleyen önemli bir öğedir. Fen K-1, internet üzerinden dolaşıma sokulan reklamların tüketime etki etmediğini ifade etse de; bireyler, farkında olmadan bu reklamlardan etkilenebilmektedir.

İnternet mecraları aracılığıyla alışveriş yapma olanaklarının artması; tüketicilerde, bu konu hakkındaki algının da değişmesine neden olmuştur. İletişim K-1, son yıllarda internet üzerinden alışveriş yapmaya daha olumlu baktığını ifade ederken; bazı soru işaretlerini hâlâ aşamadığını belirtmiştir. Ayrıca, internet üzerinden maruz kalınan reklamların ise, çok rahatsız edici olduğunu vurgulamıştır:

> Ben, geleneksel bir tüketiciyim. Buna rağmen, son yıllarda internet üzerinden alışveriş konusunda daha ılımlıyım. Dokunup, görüp ürün seçme alışkanlığım olduğu için ilk başlarda zorlandım. Fakat, zamandan tasarruf, ekonomik olarak daha uygun teklifler ve farklı bir hizmet zinciri olduğu için bazen tercih ediyorum. Ulaşım biletleri, sinema bileti, kitap alışverişlerinde bulunuyorum özellikle. Fakat, şunu itiraf etmeliyim ki, internette baktığım bir ürünü mağazada kontrol etmeden ya da bloglarda onunla ilgili bilgiler almadan sipariş edemiyorum. İnternette karşı karşıya kaldığım reklamlar ise, beni etkilemiyor. Sadece rahatsız ediyor. Zaten ürün ve markalar hakkında belirli bir algım var. Bunlar değişmiyor. Sadece rahatsız oluyorum.

Yeni kullanılmaya başlanan ürün, hizmet ve uygulamaların bireylerin gündelik yaşamlarında hemen kabul görmesi zor bir süreç olarak görülmektedir. Ancak, gündelik yaşamdaki kullanım alanlarını arttıran ve popüler hale gelen yeni unsurlar, daha fazla birey tarafından tercih edilebilmektedir. İnternet üzerinden alışveriş, son yıllarda geleneksel kitle iletişim araçlarıyla da popüler hale getirilmiş durumdadır. Bu durum,

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

daha önceden internet üzerinden alışveriş yapamayan bireylerin de, bu uygulamaya yönelmelerine neden olabilmektedir.

İİBF E-3, kredi kartı kullanmaktan rahatsız olduğunu söylerken; internet üzerinden alışveriş yapmayı tercih etmediğini ise şöyle dile getirmiştir:

> İnternet üzerinden alışveriş, çevremdeki kişiler tarafından yaygın şekilde kullanılıyor. Ama, ben hâlâ alışabilmiş değilim. Birincisi, kredi kartı kullanmayı sevmiyorum. Bir de, kişisel bilgilerimi internet üzerinden paylaşmak hoşuma gitmiyor…Evet güvenlik sorunları önemli. Bununla birlikte, ürüne dokunmadan, canlı şekilde görmeden almak da oldukça zor. İnternet üzerinden karşı karşıya kalınan reklamların, tüketimi arttırdığını düşünüyorum. Çağımız, zaten tüketim toplumu. Bu reklamlar da, tüketim toplumunun devamlılığını sağlıyor. İnternet üzerinden alışverişin tercih edilmesindeki en büyük nedenlerden birisi de; sadece parmağımızı oynatarak ürünün kapıya gelmesi.

Güvenlik endişesi ve kişisel bilgilerin internet üzerinden kullanıma girmesi, teknolojinin en önemli dezavantajlarından birisi olarak görülmektedir. Bu unsurların, bireyleri internet üzerinden alışveriş yapmaktan uzaklaştırdığı söylenebilir. Bununla birlikte; İİBF E-3'e göre, internet üzerinden alışveriş üniversite öğrencileri arasında yaygınlık göstermektedir.

İnternet üzerinden alışveriş yapmak, bireylerin tüketim gereksinimlerini farklı açılardan karşılamaya başlamıştır. Artık bireyler, sipariş edecekleri bazı ürünleri; renk, biçim vb. olarak tasarlama olanağı bulabilmektedir. İİBF E-4, bu konuya şöyle dikkat çekmiştir:

> Son yıllarda, alışveriş siteleri oldukça arttı. Bu durum, insanları internet üzerinden tüketime teşvik ediyor. İnsanlar, daha ucuz ve daha çok çeşide rahatça ulaşabiliyor. Genel olarak, bu sitelerin tüketimi arttırdığını düşünüyoru. Özellikle, insanların kendi isteklerine göre ürün tasarlamaları ve kuşkusuz, kampanya ve ücretsiz kargo da bu konuda önemli bir etken.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Bireylerin istedikleri ürünü, kendi zevklerine göre tasarlayabilmeleri; tüketici için önemli bir olanak olarak görülebilir. Standart ve seri üretim dışında; esnek üretim ise, tüketim kültürünün devamlılığına katkı sağlamaktadır. Standart ve seri üretimde, üretim sürecine katılamayan, kendisine sunulan ürünlerle yetinmek zorunda olan birey; esnek üretimle birlikte bu süreçlere katılmaya başlamıştır. Bu durum, tüketimin farklı bir yönde değerlendirilmesi gerektiğini de bizlere göstermektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerinden bazıları, internet ve tüketim konusunda daha eleştirel ifadeler kullanmışlardır. Fen E-4, internet üzerinden alışveriş yapılmasa da; sadece internet kullanımının da bir tüketim nesnesi olabileceğinden söz etmiştir.

> Alışveriş siteleri, son yıllarda oldukça arttı ve gelişti. İnternette herhangi bir sitede gezerken de; alışveriş sitelerinin reklamları önümüze düşüyor. Bu durum elbette, bazı insanların bazı ürünlere yönelmesine neden oluyor. Ben ise, bu reklamları gizlemeyi tercih ediyorum. Bunun dışında, alışveriş sitelerinin kullanmak maddiyatla ilgili bir şey. Kredi kartın yoksa zaten olmuyor. Ben hiç kullanmadım, aman ne berbat bir şey dersem yalan olur. Elbet, bir şeyler almışımdır. Ama, bu duruma eleştirel bakıyorum. Yalnızca, internet bağlantımızın olması bile tüketim aslında. Sonuçta, internete erişmek için de, belirli bir para veriyorsun. Bu anlamda, kredi kartı borcu gibi, taksit ödüyoruz…

İletişim E-3 ise, benzer şekilde şu irdelemelerde bulunmuştur.

> Alışveriş sitelerini zaman zaman kullanıyorum. Yani, sıklıkla bir şeyler alıyorum diyemem ama kullandığım oluyor. Aslında, benim kredi kartımdan ailem haberdar değil. Sadece alışveriş yapmak için kullanılan, az limitli bir kart. Ona göre de, bazı ihtiyaçlarımı alıyorum. İhtiyaç dışı tüketimin her türlüsü kötü. İnternet üzerinden alışveriş de, çoğu zaman insanları ihtiyaç dışı tüketime yönlendiriyor. Sonu yok tüketmenin. Ürünlerin, markaların sonu yok… Hepsi bize dayatılan şeyler. İnternet kullanımı da bize dayatılıyor. Geçen hafta bir gün, internetimiz kesildi evde. Ama, yaşamımıza yine de devam edebildik.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

İçerisinde bulunduğumuz çağda, hızlı bir ekonomik ve sosyal değişim yaşanmaktadır. Özellikle, enformasyon toplumlarıyla birlikte; teknoloji ve birey arasında birbirini etkileyen bir ilişki süreci devamlılığını sürdürmektedir. Kapitalist sisteme dayanan tüketim; teknolojinin ilerlemesiyle birlikte yön değiştirmektedir. Tüketimin artmasında, internet önemli bir araç haline gelmiştir. Kaldı ki, internet dolayımıyla sunulan reklamlar ve paylaşım ağları ise, tüketiciyi etkilemeye devam etmektedir. Buradaki önemli nokta, bireyleri tüketime yönlendiren tüm unsurlara rağmen; ihtiyaç dışı tüketime yönelmemek ve tüketim toplumuna daha eleştirel bakabilmektir.

İİBF K-2, internet üzerinden giyim ihtiyaçlarını karşılamaktan ziyade; kitap siparişi verdiğini ifade etmiştir. Ayrıca, internet üzerinden alışveriş yapmanın hem olumlu hem de olumsuz yönleri üzerinde durmuştur:

> İnternet üzerinden alışveriş; dışarıya çıkıp alışveriş yapmayı sevmeyenler ve buna vakti olmayanlar için önemli imkânlar sunuyor. Ben genelde, birden fazla yayınevinden bir kerede bulmakta ve taşımakta zorlandığım kitapları internet üzerinden sipariş ediyorum. Aslında hâlâ kredi kartı kullanmıyorum. Bu siparişleri annemin kredi kartından onun kontrolünde veriyorum. Kredili tüketimin, tüketimi arttırma konusunda ciddi etkileri olduğunu düşünüyorum. İhtiyaç dışı kullanıma kesinlikle yöneltiyor. Ben ayrıca, görmeden alma konusunda hâlâ titiz ve güvensizim. Okul ortamında gözlemlediğim kadarıyla, arkadaşlarım internetteki kampanya ve indirimlerden çok etkileniyor. Genel olarak, üniversite öğrencileri arasında internet üzerinden tüketimin arttığını söyleyebilirim.

Öğrenciler arasında, internetten alışveriş konusuna eleştirel bakanların da; zaman zaman bu uygulamayı tercih ettiklerini söylememiz mümkündür. Kişisel kredi kartına sahip olmayan bu öğrenciler, ailelerinin kredi kartlarıyla, ihtiyaçları dolayımında alışveriş yapmayı sürdürmektedirler.

PMYO K-4 ise; kredi kartı sahibi olmadığı için internetten alışverişi sadece memlekette bulunduğu zamanlarda ailesinin kredi kartlarından yapabildiğini

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

vurgulamıştır. Bununla birlikte, ileride kredi kartı sahibi olduğu zaman; internet üzerinden daha fazla alışveriş yapabileceğini de sözlerine eklemiştir:

> İnternetten alışveriş yapma oranları kesinlikle arttı son zamanlarda. Artık, hemen herkesin kredi kartı var. İnternetteki indirimler, kampanyalar insanlara çok cazip geliyor. Benim kredi kartım yok. İleride mutlaka olmasını istiyorum. Tatillerde, memlekete gittiğim zamanlarda, annemin kredi kartından internetten alışveriş yapıyorum. Kredi kartı sahibi olduğum zaman, mutlaka daha fazla alışveriş yaparım diye düşünüyorum.

Gündelik yaşam içerisinde tüketim, her geçen gün artmaya devam etmektedir. Gereksinimi olmayan ürünlere, gereksinimi olduğuna ikna edilen birey; tüketimden sembolik bir tatmin yaşamaktadır. Bu sembolik tatmin, bireyin negatif hislerini yok ederken; tüketim gereksinimi devamlı hale gelmektedir. Tüketim nesnelerine, kendi şartları dolayımında istediği şekilde ulaşamayan PMYO K-4, ilerleyen zamanlarda bu nesnelere ulaşmak istediğini belirtmiştir. Kaldı ki, bu durum, tüketim toplumunun devamlılığının sağlandığını da işaret etmektedir.

İİBF K-3, internet üzerinden alışverişi yoğun şekilde kullandığını irdelerken; pek çok ürünü internet üzerinden daha ucuza satın alabildiğini vurgulamıştır:

> Ben, alışveriş sitelerini her gün kontrol etmeye çalışıyorum. Maddi olanaklarıma göre de; bazı ürünleri satın alıyorum. Artık, özellikle üniversite öğrencilerinin alışveriş sitelerini yoğun şekilde kullandığını düşünüyorum. İnternetteki ürünler, her şeyden önce daha ucuz oluyor. Ayrıca, geri gönderme hakkı da söz konusu. İnternet üzerinden alışveriş elbette, tüketimi arttırmış durumda. Ancak, ihtiyaca göre kullanıldığı zaman avantajlı…

Benzer şekilde, İletişim K-2 de şu ifadeleri kullanmıştır:

> Suyunu çıkarmadığın sürece, internet üzerinden alışveriş yapmanın olumlu taraflarını görüyorum. Birçok ürünü indirimli şekilde alabiliyorum. Ayrıca

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> enerjim gitmiyor. Ürün evime kadar geliyor. Ben, sıklıkla bu siteleri kontrol ediyorum. İhtiyacım olan indirimli ürünleri de satın alıyorum. İnternet üzerinden karşı karşıya kalınan reklamlar ise, biraz rahatsız edici. Bu reklamlar, daha önceden baktığın ürünlere göre önüne geliyor. Böyle de olsa, sürekli görmek oldukça sıkıcı.

İnternet üzerinden alışveriş yapmayı tercih eden İİBF K-3 ve İletişim K-2, özellikle "ihtiyaçları" doğrultusunda alışveriş yaptıklarını vurgulamışlardır. Bu durum, bu öğrencilerin tüketim toplumunun en önemli unsurlarından biri olan ihtiyaç dışı tüketim konusunda duyarlı olduklarını da göstermektedir.

Fen K-2, internet üzerinden alışveriş yapma konusunda mesafeli olduğunu, sadece ulaşım biletlerini internetten aldığını söylemiştir:

> İnternetten alışveriş konusunda eski model bir insanım. Ben, giyim eşyası, ayakkabı ve teknolojik ürünleri hiç internetten almadım. Ama, birçok arkadaşım bu şekilde alışveriş yapıyor. Ben, sadece otobüs bileti alıyorum internetten. Uzak duruyorum, çünkü satın almanın bir sonu yok. Reklamlarla ilgili de şunu söyleyebilirim. Beni pek etkilemiyor. Rahatsız da etmiyor. Yani, algım bir reklama kaymıyor ekran başındayken. Ama, mutlaka etkilenenler oluyordur.

İnternet ve sosyal ağlar aracılığıyla karşı karşıya kalınan reklamlar, bireylerin geçmiş zamanlarda internet mecralarında yapmış oldukları aramalar doğrultusunda oluşmaktadır. Çalışma kapsamında görüşme yapılan öğrenciler, genel olarak bu reklamlardan etkilenmediklerini irdelemişlerdir.

Tüketicilerin, internet üzerinden alışveriş yapmayı tercih etmelerinin en büyük nedenlerinden birisi; ürünlerin indirimli olmasıdır. Bununla birlikte, zaman kaybının da az olması, internetten alışverişin daha fazla kullanılmasına neden olmaktadır. İİBF K-1 bu konuya şöyle dikkat çekmiştir:

> İnternet üzerinden alışveriş yapmak, günümüzün yeni modası haline geldi. Bunun en büyük nedenlerinden biri de, zamandan sağlanan tasarruf bana

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

göre. Tabi ürünlerin indirimli olması da önemli. Ancak, zamanı daha çok önemsiyorum ben. Derslere, arkadaşlarıma ve sosyal faaliyetlere zamanım ancak yetiyor. Alışveriş için, saatler harcamayı sevmiyorum. İnternet üzerinden bir şeyler satın almak daha çok kolayıma geliyor… İnternet aracılığıyla karşı karşıya kalınan reklamlar konusunda ise, daha nötr düşünüyorum. Yani yaptığım alışverişlere göre, önüme reklamlar geliyor ama, beni etkilediğini pek düşünmüyorum.

Benzer şekilde PMYO K-2 de, alışveriş sitelerinin günümüzde bireylere ciddi şekilde zaman kazandırdığını belirtmiştir. Bunula birlikte, internet reklamlarına ise olumsuz yaklaştığını sözlerine eklemiştir:

İnternet üzerinden alışveriş yapmak, takip ettiğim ve sevdiğim bir gelişme. Ciddi anlamda vakit kazandırıyor. Ayrıca, istediğimiz zaman evimize kadar da geliyor. Eğer sıkı bir takipçiyseniz, piyasadaki pek çok ürünü daha uygun fiyata da almak mümkün. Sorunlu bir ürünse, iade ve değişim hakkı var. Diğer tarafta ise, alacağınız ürünle temas kurmak, dokunmak, incelemek de önemli. Fakat, bir mağazada ürünü görüp, gidip internetten de alabilirsiniz. Burada benim için belirleyici olan, öncelikle fiyat, sonrasında ise hız. Reklamlar ise, sadece sinirlerimi bozuyor. Bakmak istediğim ürünü ben zaten, araştırarak buluyorum.

PMYO K-2 ve İİBF K-1'den farklı olarak; İletişim K-4 ise, internet üzerinden yayınlanan reklamların kendisini etkilediğini söylemiştir:

Alışveriş sitelerinin artması, doğru orantılı şekilde tüketimi de arttırdı. Çoğu kişi, alışveriş merkezlerinin kalabalığından kurtulmak için bu yolu seçiyor. İnternette istediğimiz ürüne daha ucuz fiyata ulaşmak mümkün. Ben de internetten alışverişi maddi olanaklarım elverdiği sürece kullanmaya çalışıyorum…Reklamların, beni etkilediğini söyleyebilirim. Hem televizyon hem de internet reklamları benim için önemli. İnternette önüme gelen bir reklam aracılığıyla, yeni bir şey almışlığım çok olmuştur.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Sonuç olarak, görüşme yapılan öğrencilerinden bazıları; internet üzerinden yayınlanan reklamlardan etkilendiklerini vurgulamışlardır. Bununla birlikte, öğrencilerin çoğu, reklamları itici, rahatsız edici ya da nötr bulmaktadırlar. Reklam, günümüz tüketim toplumlarının sürdürülmesinde önemli bir etkendir. Teknolojik gelişmelerle birlikte, reklam; internet ve internet mecralarında da sıkça kullanılmaya başlanmıştır. Bu durum da, gündelik yaşamda interneti daha yoğun kullanan bireylerin, niceliksel olarak daha çok reklamla karşı karşıya gelmesine neden olmaktadır.

Fen E-3, internet üzerinden alışveriş yapmadığını ifade etmiştir. Ne var ki, internetten alışveriş yapma olanaklarının gelişmesiyle birlikte tüketim alışkanlıklarının değiştiğini söylemiştir:

> Ben, internet üzerinden alışveriş yapmıyorum. Bunun için, bütçem pek de uygun değil. Aslında, internetteki ürünler daha ucuz, ama bir kez başlayınca devamının gelme ihtimali var. İnternettten alışveriş yapmak, pek çok insan için tüketim alışkanlıklarını değiştirdi. Yani çevreme baktığım zaman, pek çok insan interneti tüketim için kullanıyor. Arkadaşlarım ve ailemden yoğun şekilde kullananlar var. İndirimler, kargonun bedava olması ve kampanyalar internetten alışverişin en büyük nedenleri. Mağazalarda bu kadar indirim ve kampanya olmuyor. İnternetten karşı karşıya kalınan reklamların ise, tüketimi arttırdığı düşüncesindeyim. Eskiden, sadece televizyonlarda gördüğümüz reklamlar, artık her yerde karşımıza çıkıyor.

Benzer şekilde, İİBF E-1 de, internet üzerinden alışveriş yapmadığını; ancak, internetin tüketimi arttırdığına işaret etmiştir:

> Çevreme göre, interneti daha az kullanıyorum. İnternetten alışveriş yapmıyorum. Kredi kartım yok zaten. Olsa da kullanmam gibime geliyor. Ama, çevreme baktığım zaman, arkadaşlarımın kullandığını görüyorum. Mağazalara göre, internetten alışverişin farklı fırsatlar sunduğunu biliyorum. Bu fırsatlar da, tercih edilme oranını arttırıyor. Teknolojinin gelişmesi, bu nedenlerden dolayı tüketimi arttırdı. Ürün ve diğer hizmetlere daha hızlı ulaşmaya başlayan insanlar, bu alışkanlıklarını sürdürmeye devam ediyor.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

İnternetten alışverişi kullanmayan üniversite öğrencilerinin, internetin tüketimi arttırdığını dile getirmeleri önemli bir bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bulgu, toplum içerisinde genel olarak teknolojik gelişmelerin tüketime etki ettiğinin bir işareti olarak yorumlanabilir. Ayrıca, internetten alışveriş yapmanın, son yıllarda daha popüler hale geldiğinden de söz edilebilir.

İletişim E-2, internetten alışveriş yapmanın tüketim toplumunun sürdürülmesine neden olduğunu ifade ederken; alışveriş sitelerinin gün geçtikçe daha popüler hale geldiğini söylemiştir. Bir yandan, tüketim toplumuyla ilgili eleştiriler yönelten İletişim E-2; diğer yandan da, internetten alışveriş yaptğını şöyle dile getirmiştir:

> Son zamanlarda alışveriş sitelerinin sayısı oldukça arttı. Kampanyalar, indirimler ve hediyeler de çok fazla oluyor. Bu durum tüketimin daha fazla artmasına ve popülerleşmesine neden oldu. Özellikle de, ihtiyaç dışı tüketim önem kazandı. Böylelikle, bu kültür sürdürülmeye devam ediyor. Sanırım, ülkemizde kredi kartı borcu olmayan bir insan yoktur. Ben, bunların hepsini eleştiriyorum. Kimi zaman, internet üzerinden alışveriş yaptığım daoluyor. Ama çılgıncasına değil…Beğendiğim ve fiyatı uygun olan ürünleri satın alıyorum.

Fen K-4 ise, zaman zaman biriktirdiği paralarla internet üzerinden alışveriş yaptığını belirtmiştir. Bununla birlite, alışveriş sitelerinin tüketim toplumunun işleyişine katkı yaptığını da vurgulamıştır:

> İnternet üzerinden alışveriş yapmak, tüketim toplumunun en önemli unsurlarından biri haline geldi. İndirim, bunun en büyük nedeni. İnternette, pek çok ürünü yarı fiyatına almak mümkün. İnsanlar, bu indirimlerin büyüsüne kapılarak, ihtiyacı olmayan eşyaları da satın alabiliyorlar. Ben, internet üzerinden çok fazla alışveriş yaptığımı düşünmüyorum. Bazen biriktirdiğim paralardan, ihtiyacım olan şeyleri satın alıyorum.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

İletişim E-2 ve Fen K-4, internet üzerinden alışveriş konusunda eleştirel ifadeler kullanmışlardır. Ancak, her iki öğrenci de ihtiyaçları doğrultusunda internet üzerinden alışveriş yaptıklarını belirtmiştir. Bu durum, internet üzerinden alışveriş yapmanın gündelik yaşam içerisinde önemli bir dinamik haline geldiğinin bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

PMYO E-3 özellikle, işinden dolayı, internet ve sosyal ağlarda yoğun şekilde zaman geçirdiğinden söz etmiştir. Bununla birlikte, internet üzerinden alışverişe karşı olduğunu ve kullanmadığını vurgulamıştır:

> İnternette, yoğun şekilde vakit geçiriyorum. İnternetten alışverişe ise hâlâ uzağım. Tercih ettiğim bir alışkanlık olmadı… Çünkü, alışveriş yapmanın gerçekten sonu yok. İnsan, her an ihtiyacı olan yeni bir şey bulabiliyor. Yeni şeyler satın alma arzusu her zaman var. Bunu dizginlemek, engellemek gerekiyor. İnternetten alışveriş yapmamak bunun önemli bir adımı. Elbette, internet üzerinden alışveriş tüketimiş arttırdı. Bu, yeni bir alan. Yeni şeylerin tüketimi de, her zaman daha fazla oluyor.

Fen E-2'nin ise, sosyal ağ sitelerinden herhangi birinde hesabı bulunmamaktadır. İnterneti özellikle proje, ödev ve bilgi alma amacıyla kullanan Fen E-2; internet üzerinden alışverişe karşı olduğunu ve kullanmadığını belirtmiştir:

> Bazı arkadaşlarım beni geri kafalı olarak nitelendiriyor. Sosyal ağları kullanmıyorum ya. Ama, ben böyle düşünmüyorum. Geri kafalı olmak, sosyal ağları kullanmamak anlamına gelmiyor. Ben, intermeti kullanıyorum. Sonuçta, internet sosyal ağlardan ibaret değil. İnternetten alışveriş yapmıyorum. Çevremde yoğun şekilde kullananlar var. Ama, ben karşıyım. İnsanlar, ihtiyaçları olan şeyleri mağazalardan ya da alışveriş merkezlerinden almalı. İnternetten alışveriş, internet olan her yeri alışveriş merkezine çevirmiş durumda. Ne gerek var. Bu durum, bilinçsiz tüketime ve insanların kredi kartı borçlarının artmasına neden oluyor.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Özetle, ortaya çıkan her yeni teknoloji, gündelik yaşam pratikleri içerisine yerleşerek; toplumsal yaşamın işleyişine etki etmeye devam etmektedir. Bu bağlamda internet, bir bütün olarak değerlendirilmesi gereken çok önemli bir teknoloji olarak yaygınlık kazanmaktadır. Günümüzde internet, sadece bilgi alma, araştırma yapma vb. için kullanılmamakta; gündelik yaşamdaki pek çok işleyişte aktif rol almaktadır. Bunlardan biri de, alışveriştir. İnternet üzerinden alışveriş, son on yılda gelişme göstermiş ve özellikle son yıllarda daha popüler hale gelmiştir.

Görüşme yapılan öğrenciler arasında, internet üzerinden alışverişi kullananların sayısının, kullanmayanlara göre daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, kız öğrenciler, erkek öğrencilere göre internetten alışverişi daha yoğun şekilde kullanmaktadırlar. Öğrenciler, internet üzerinden alışverişi tercih etmelerini; indirimli ürünler, kargonun bedava olması, kampanyalar ve zamandan tasarruf gibi nedenlerle açıklamışlardır. Fen K-1 ise, farklı olarak sanal post makinelerini internetten alışverişin kullanılmasında önemli olduğunu vurgulamıştır. Giyim ürünleri dışında; İİBF K-2, internet üzerinden sadece kitap siparişinde bulunduğunu söylemiştir. Fen K-2 ise, sadece ulaşım biletlerini internet üzerinden aldığını vurgulamıştır. İletişim E-2 ve Fen K-4, internet üzerinden alışverişin, tüketim toplumunun devamlılığını sağladığını söylerken; aynı zamanda gereksinimleri doğrultusunda internetten alışveriş yaptıklarını dile getirmişlerdir. İletişim E-3, ailesinin haberi olmadığı kredi kartından alışveriş yapmaktadır. PMYO K-4 de, internet üzerinden alışveriş için annesinin kredi kartını kullanmaktadır. Diğer öğrencilerden farklı olarak; İletişim E-1 ve İİBF E-3 ise, internet üzerinden alışverişin hem olumlu hem de olumsuz yönlerine vurgu yapmışlardır. Bu uygulamayı kullandıklarını; ancak, günvenlik sorunları ve kredi kartı bilgileri gibi konuların kendileri için tedirginlik yarattığını ifade etmişlerdir. Ayrıca, internet üzerinden alışveriş yapmayı tercih eden üniversite öğrencilerinin; alışverişlerini gereksinimleri doğrultusunda yapmalarını dile getirmeleri de ulaşılan önemli bir bulgudur.

Öte yandan, internet üzerinden alışveriş yapmayı tercih etmeyen üniversite öğrencilerinden; Fen E-4, İİBF E-1 ve Fen E-3; internet üzerinden alışveriş yapmanın tüketim toplumunun devamlılığını sağladığını ifade etmişlerdir. PMYO E-3 ve Fen E-2 de bir şeyler satın almanın sonu olmadığını ve internet üzerinden alışverişe karşı

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

olduklarını vurgulamışlardır. Kendileri kullanmasa da; görüşme yapılan bu öğrenciler; çevrelerinde internet üzerinden alışverişi kullananların sayısının arttığını söylemişlerdir.

Görüşme yapılan üniversite öğrencilerinin, reklamlar konusundaki algısı ise benzerlik göstermektedir. Öğrenciler, internet aracılığıyla yayınlanan reklamları genel olarak rahatsız edici bulmaktadır. Ayrıca, reklamlar konusunda nötr bir tutum sergileyen (hiçbir şey düşünmeyen) öğrenciler de olmuştur. Bu öğrenciler, marka ve ürünler hakkında genellikle belirli tutumlarının olduğunu ve bu reklamların kendilerini etkilemediklerini dile getirmişlerdir. İletişim K-4 ise, farklı olarak bu reklamlardan etkilendiğini ve bu reklamlar aracılığıyla bazı ürünleri satın aldığını vurgulamıştır.

Sonuç olarak, internet üzerinden alışveriş yapmak; son yılların önemli bir dinamiği haline gelmiştir. Kaldı ki, derinlemesine görüşme yapılan öğrenciler arasında da, bu dinamiğin aktif bir şekilde işlediği sonucuna ulaşılmıştır.

3.6. İnternetin Riskli Dünyası

Yeni medya alanında yapılan çalışmalar ve kuramsal bilgilerden hareketle, internetin birçok olumlu özelliğinin olduğunu söylemek mümkündür. Ancak, internet kullanımı sırasında bireylerin dikkat etmesi gereken noktaların da olduğunu belirtmek gerekmektedir. Her yeni teknolojide olduğu gibi, internetin de bünyesinde barındırmış olduğu bazı riskler bulunmaktadır. Bu risklerden en önemlileri; *siber suçlar*, *kredi kartı dolandırıcılığı* ve *nefret söylemi* olarak sıralanabilir.

İletişim E-1, günümüzde internetin her yaştan insan tarafından kullanıldığını vurgularken; özellikle internet hukukundaki belirsizliklerin bazı sorunlara neden olduğunu belirtmiştir:

> İnternet, sonu başı olmayan çok önemli bir mecra haline geldi. Ve internet, her yaştan insan tarafından kullanılıyor. Bundan dolayı, elbette bazı problemler yaşanıyor. Kredi kartı dolandırıcılığı ve nefret söylemi bunlardan ilk akla gelenler. Özellikle, internet yasalarının bu konuda belirsiz olması sıkıntılara yol açıyor. Ben, nefret söyleminde bulunanlara, gerekli yaptırımların getirilmesinden yana bir insanım.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Fen K-3 de, özellikle kredi kartı dolandırıcılığına dikkat çekmiştir:

> Bu suçlardan haberdarım. Pek çok insanın da, bu suçlardan mağdur olduğunu düşünüyorum. Haberlerde zaman zaman görüyoruz. İnternet korsanları, banka hesaplarını boşalttı şeklinde. Ben, internet üzerinden bankacılık işlemlerini yapan biriyim. Bazen tedirgin oluyorum açıkçası. Kredi kartımdaki bütün para çekilse, bilgilerime ulaşılsa ne yapacağımı bilmiyorum. Bildiğim kadarıyla da, bu suçluların yakalanması; diğer suçlulara göre daha zor oluyor…

Nefret söylemi ve kredi kartı dolandırıcılığı, günümüzde internetin en büyük riskleri olarak nitelendirilmektedir. İnternet ve internet mecralarını yoğun şekilde kullanan üniversite öğrencilerinin ise, bu konudaki farkındalık düzeylerinin yüksek olması önem taşımaktadır.

Tarihsel olarak toplumsal yaşamın ilk varoluşundan başlayarak; gündelik yaşam içerisinde karşılaşılan suç unsuru, günümüzde de varlığını sürdürmektedir. İİBF E-1, geçmişten günümüze suç unsurunun varlığını sürdürdüğüne dikkat çekerken; risk faktörlerinin ve suçun sokaklardan internete taşındığını vurgulamıştır:

> Bu suçlardan elbette haberdarım. Üniversite öğrencileri arasında bu suçlardan haberdar olmayan birisinin olduğunu da düşünmüyorum. Çünkü, internetle bir şekilde muhatap olmak zorundayız. Bu suçlar eskiden de vardı. Sadece, boyut ve ortam değiştirdi. Sokaklardan, internete taşındı. Örneğin, yolda yürürken eşcinsel olduğunu farkettiğimiz birine tip tip bakmakla; bu insanlara, internet üzerinden hakaret etmek bence aynı şey. Hatta, internette insanlar muhtemelen daha acımasız oluyorlar…

İnternet aracılığıyla kurulan bireylerarası iletişimde, iletişim eylemini gerçekleştirenlerin kendilerini daha özgür hissettiklerinden söz edilebilir. Bu özgürlük ortamında, nefret söyleminde bulunan bireyler ise, daha rahat hareket etmektedirler. Böylelikle, farklı ırk, din, cinsiyet ve türleri hedef alan nefret söyleminin dolaşımı; internet üzerinden daha kolay bir şekilde sürdürülmektedir.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

İletişim K-3, yakın bir zamanda; bir arkadaşının internet üzerinden alışveriş yaparken yaşadığı sorunu şöyle açıklamıştır:

> İnternet aracılığıyla karşı karşıya kalınan risklerden ve suçlardan haberdarım. Bilgi toplumunda yaşadığımız için, bu tarz şeyleri yaşamamız da doğal aslında. Keşke olmasa, ama takibi, ortaya çıkarması zor oluyor. Bir arkadaşım yakın bir zamanda internetten alışveriş yapmıştı. Ürünü geri iade etti, ama parası uzun süre kredi kartına yüklenmedi. Çok uğraşmıştı bunun için. Tüketici hakları derneğiyle uzun süre telefon görüşmesi yapmak zorunda kalmıştı…

PMYO K-2 ise, özellikle kredi kartı dolandırıcılığının bilinçli kullanıcılar tarafından engellenebileceğini ifade etmiştir. Ayrıca, nefret söylemine ilişkin olarak da, sorumluluğun internet kullanıcılarına ait olduğunu belirtmiştir:

> Bu riskler ve suçların bazılarından haberdarım. Mesela, kredi kartları için güvenlik programı kullanıldığı zaman sorun olacağını pek düşünmüyorum. Sorun olduğu zaman da, bankayla iletişime geçip, kartı iptal ettirmek mümkün. Bence, milyonda bir olan şeyler. Özellikle de, kredi kartı dolandırıcılığı. Nefret söyleminde ise, insanlar birbirlerini gaza getiriyor ve herkes birbirine düşüyor. Sorumluluk, tam olarak internetin değil. Yani, internet olduğu için nefret söylemi var diyemem. Ama, internet hızlanmasına ve yayılmasına neden oldu.

İnternet ve internet uygulamaları, kullanıcı odaklı teknolojiler olsa da; bilinçsiz kullanım, farklı riskleri de beraberinde getirmektedir. PMYO K-2, belirli programlarla kredi kartı dolandırıcılığının önüne geçilebileceğini ifade etse de; bu programlardan kaç kişinin haberdar olduğu ve kullandığı önemlidir.

Benzer şekilde, İİBF K-3 de; internet üzerinden gerçekleşen risklerin bireyler tarafından önlenebileceğini irdelemiştir. Ayrıca, eğitim seviyesiyle doğru orantılı olarak bu suçların yaşandığına dikkat çekmiştir:

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> Hayatın her alanında olduğu gibi, internette de risklerin ve olumsuzlukların olması oldukça normal. Ben, bu durumun eğitim seviyesiyle ilgili olduğunu düşünenlerdenim. Üniversite öğrencileri elbette, diğer insanlara göre interneti daha bilinçli kullanıyor. Güvenilir siteleri kullandığımız zaman, dolandırıcılık konusunda bir problem yaşayacağımızı düşünmüyorum. Bence, nefret söylemi de, eğitim seviyesi daha düşük olan insanların yapmış oldukları bir şey. Birilerini dışlamak, hakaret etmek; bunlar güzel şeyler değil. Keşke, hiç yaşanmasa ve gerekli yaptırımlar olsa.

İletişim E-2 de; bu konuda, PMYO K-2 ve İİBF K-3 ile benzer bir yaklaşımı paylaşmıştır:

> Bu suçlardan haberdarım. Bela geliyorum demez diye bir laf vardır ya. İşte aynen böyle. Bu tür risk ve suçların ne zaman nasıl geleceğini bilemiyorsun. Ama, bilinçli ve dikkatli bir internet kullanıcısı olarak; bu tür şeylere hiç bulaşmamak da mümkün. Tabi, bu suçlardan mağdur olan birçok insan da var. Toplumun ve bireylerin, bu konuda daha bilinçli hale gelmeleri gerekiyor.

Eğitim düzeyi; bireylerarası ilişki ve iletişimi belirleyen en önemli değişkenlerden birisidir. Bu saptamaya paralel olarak, nefret söyleminde eğitim düzeyi önemli bir rol oynamaktadır.

Fen E-4, internetin birçok özelliğine eleştirel baktığını ifade etmiş ve özellikle nefret söylemiyla karşılaşan bireylerin, bu durumdan olumsuz etkilendiklerine vurgu yapmıştır.

> İnterneti kullanıyorum ama, eleştirel baktığım unsurları oldukça fazla. İnternet aracılığıyla karşı karşıya kalınan riskler ve tehlikelerden haberdarım. Zaten haberdar olmamak mümkün değil. Ben, özellikle nefret söylemiyle ilgili şeylere gerçekten sinir oluyorum. Nasıl ki, bir insanla tartıştığımız zaman bunun etkisinden kurtulmak oldukça zorsa; nefret söylemine uğrayan bireyler için de bu geçerli. Yani, o kadar hakaret ve

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> tehditten sonra, gündelik yaşama adapte olmak da zor olur sanırım. Keşke, bu konuda insanlar daha bilinçli duruma gelse.

İletişim K-4 ise, Fen E-4'ün düşüncelerini destekler şekilde şunları söylemiştir.

> …İnternet suçlarıyla ilgili daha çok şeyin yapılması taraftarıyım. Özellikle, nefret söylemiyle ilgili, Türkiye'de eğitici yönde bazı projelerin düzenlendiğini biliyorum. Bu konudaki farkındalık düzeyinin artması için, bu tür proje ve etkinlikler çok önemli. Geleneksel medyadaki nefret söylemi, günümüzde internete taşınmış durumda. İnterneti daha fazla gençler, özellikle üniversite öğrencileri kullanıyor. Bu proje ve etkinliklerin de, özellikle üniversite öğrencilerine yönelik olması lazım.

Türkiye'de yeni medyadaki nefret söylemiyle ilgili bazı çalışmalar yapılmış ve yapılmaya da devam etmektedir.[31] Yapılan çalışmalar, bu konu hakkındaki farkındalığı arttırmada oldukça önemlidir. Bu çalışmaların, daha fazla kişiye ulaşması ise, kitlelerin farkındalık düzeylerinin artmasını sağlayacaktır.

İİBF K-2, internet suçlarına gerekli yaptırımların uygulanmadığını vurgulayarak; bu suçları gerçekleştiren bireylerin bu nedenden dolayı daha rahat hareket edebildiklerini belirtmiştir:

> Bu suçlardan haberdarım ama, yaptırımların çok etkisiz olduğunu düşünüyorum. Bu suçlardan dolayı, ciddi yaptırımların uygulandığı bir dava bilmiyorum. Bu tarz suçlarla ilgili haberler, gazetelerin bir köşesinde ya da internette çok az yer kaplıyor. Doğru düzgün ceza ve yaptırım olmadığını gören suça eğilimli insanlar da, daha rahat hareket ediyorlar. Bence, böyle suçları işleyen kişiler, özellikle nefret söyleminde "aman bana bir şey olmaz" şeklinde düşünüyor.

[31] "Medyada Nefret Söyleminin İzlenmesi" projesi hakkında www.nefretsoylemi.org adresinden daha ayrıntılı bilgiye ulaşılabilir. Bunun yanı sıra, Tuğrul Çomu'nun editörlüğünü üstlendiği *Yeni Medyada Nefret Söylemi* isimli kitap da yapılan önemli çalışmalar arasındadır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

İletişim K-2 ise, internet ortamında bu tür suçları işleyen insanların çok kolay şekilde açığa çıktıklarını irdelemiş; özellikle nefret söyleminde bulunan insanlara karşı, tepkinin yine internet aracılığıyla verildiğini ifade etmiştir:

> Bu suçlardan haberdar olmamak mümkün değil. Nefret söylemi var, evet ama bunun internette uyandırdığı tepki de normale göre çok fazla. Yani, nefret söyleminde bulunan kişi, o siteden atılabilmekte ya da hakkında yasal işlem başlatılabilmekte. Dolandırcılık var, evet ama bunun açığa çıkması da bence çok kolay. Siber suçların olmaması düşünülemez, özellikle Türkiye'de internet hukukunun tam yerleşmediği düşünülürse. İnternet, hem bu tür suçların işlenmesi hem de ortaya çıkarılması için elverişli bir ortam bence.

İnternet mecraları, sosyal ağlar ve yeni medya araçlarının kullanıcı odaklı teknolojiler olmaları; bireylerin internet üzerinde daha özgür olmalarını ve biraraya gelmelerini sağlayabilmektedir. Bu durum, internet suçları açısından hem olumlu hem de olumsuz bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternetin, bireyleri biraraya getirme ve örgütleme gücünden dolayı; internet suçlarına olan tepki de hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Bunula birlikte, internet ortamındaki özgürlük; beraberinde bu suçların işlenme oranının artmasına da neden olabilmektedir.

PMYO E-3, nefret söyleminde yasalardan çok bireylerin zihinlerinin değişmesi gerektiğini vurgulamıştır. Ayrıca, kredi kartı dolandırıcılığı gibi konularda ise, insanların bilgisizliğinin ön planda olduğunu belirtmiştir:

> Bu suçlardan haberdarım. Ayrıca, kitaplar, projeler ve diğer bazı çalışmaların da olduğunu biliyorum bu alanda. Mesela birçok kişi, bu suçlarla ilgili yasa ve yaptırımların olmadığını söylüyor. Bence, yasalardan ziyade, insanların zihinlerinin değişmesi gerekiyor. Özellikle, nefret söylemi için geçerli bu. Ne kadar fazla çalışma yapılırsa, insanların zihinlerinde o kadar yer edinir. Kredi kartı ve banka hesaplarıyla ilgili ihlallerde insanların hataları daha fazla. Bilgisizlik söz konusu. Güvenli internet kullanımıyla, bu tür zararlardan korunmanın mümkün olduğunu düşünüyorum.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Geçmiş dönemlerden günümüze; birey, grup, örgüt ve devletlerin en önemli amaçlarından biri; insanların zihinlerini yönlendirmek olmuştur. Zihinleri yönlendirmede, kitle iletişim araçları ise oldukça önemlidir. İnternet aracılığıyla oluşan risklerin kitle iletişim araçlarında daha fazla yer alması ve bu alanda çalışmalar yapılması; bireylerin ilgili konuda daha bilinçli hale gelmeleri açısından katkı sağlayacaktır.

İletişim E-3, internet mecraları aracılığıyla oluşan risklerin gündelik yaşamın akışını etkilediğini belirtmiştir. Ayrıca, nefret söyleminde bulunan bireylerin, bu suçu sakladıkları sahte kimlikleriyle gerçekleştirebildiklerine işaret ederek; yakın çevremizdeki insanların da bu tür şeyler yapabileceğini vurgulamıştır:

> Siber suçlar konusunda özellikle yasaların eksikliğinden haberdarım. Bu alanda sadece Türkiye'de eksiklikler olduğunu düşünmüyorum. Dünya genelinde sıkıntı var. Çözümün, nerede olduğunu da bilmiyorum ne yazık ki. Nefret söyleminde, insanlar kendilerine sahte birer kimlik yaratarak; nefretlerini ve bastırdıkları kötülüklerini açığa çıkarıyorlar. Dolandırıcılık, hırsızlık, kimlik hırsızlığı ve diğer yollarla başkalarının hayatlarını etkileyen insanlar var. Bu insanlar içimizde yaşayan, çok yakınımızdaki insanlar bile olabilir. Bundan emin olmamız ise, mümkün değil.

Fen K-2 de, saklanan kimlikler aracılığıyla; internet üzerinden gerçekleştirilen nefret söyleminin zamanla gerçek yaşama aktarıldığını belirtmiştir:

> Bu tür suçlardan haberdarım ve böyle şeyler duyduğum zaman çok üzülüyorum. Özellikle, internet aracılığıyla yaşanan nefret söyleminin zamanla gündelik yaşama da geçiş yaptığını düşünüyorum. İnsanlar, internette yapabildiği hareketi, toplumda ve gündelik yaşamda da yapabileceğini düşünmeye başlıyor…

Çalışmanın çözümleme bölümünün "Gündelik Yaşam, Kimlikler ve İnternet Mecraları" isimli ikinci altbaşlığından hareketle; interneti saklanabilen, olmak istenilen

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

kimliklerin paylaşıldığı ve sürdürüldüğü bir alan olarak tanımlamak mümkündür. İnternet aracılığıyla nefret söyleminde bulunan bireylerin de, bu eylemi gündelik yaşamdaki gerçek kimlikleriyle gerçekleştirdiklerini söylemek gerçeği yansıtmayacaktır. Çünkü, internet; farklı kimliklerin oluşturulmasına katkı sunmaktadır. Nefret söyleminde bulunan bireyler de; bu söylemlerini, gerçek olmayan kimlikleriyle gerçekleştirmeyi tercih etme olanağı bulmaktadırlar.

İletişim E-4, özellikle Türkiye'de farklı etnik kökenlere üye olan insanların, sosyal ağ mecralarında karşı karşıya getirildiğini irdelemiş ve şu açıklamalarda bulunmuştur:

> Bu suçların farkındayım. Kredi kartı ve banka hesaplarındaki sorunlar hakkında, açıkçası pek bir şey bilmiyorum. Ama, bankaya telefonla bildirim yapıldığında; mevcut kartların hemen iptal edildiğini duymuştum. Bir de, bu konuda özellikle kullanıcıların daha bilinçli hale getirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Nefret söylemi ise, daha endişe verici bir durum. Sonuçta ülkemizde birçok farklı etnik köken var. Bu kimlikler ve kişilerin farklı olan görüşleri, sosyal ağlarda karşı karşıya geliyor. Ve her grup, birbirine nefret söyleminde bulunuyor. Bu konuda, ortak bir görüş üretebilmek ve bilinçli hale gelebilmek için, aile ve okulda eğitime daha fazla önem verilmesi gerektiğini düşünüyorum.

Fen E-2 de, benzer düşüncelerini şöyle dile getirmiştir:

> Özellikle, Türkiye oldukça kozmopolik bir ülke. Türk, Kürt, Ermeni beraber yaşıyor. Bu kültürler arasında, geçmişten günümüze çatışmalar ve anlaşmazlıklar devam ediyor. Bu çatışma ve anlaşmazlıklar, günümüzde internete de taşınmış durumda. Belirli bir etnik gruba hakaret etmek için hazırlanmış bir sürü site var. Bu sitelere girip, üye olan insanlar; o grubu, kimliği, kültürü aşağılayıp kendi kendini tatmin ediyor. Ayrıca, bu tür sitelerin yasaklanması ve kurucuları hakkında yasal bazı işlemlerin yapılması gerektiğini düşünüyorum.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Türk Ceza Kanunu'nun 216. maddesinde; farklı kültür, ırk, din, mezhep ve grupların aşağılanmasının suç olduğu belirtilmiştir. Ayrıca, yasada bu suçları işleyen insanların alacağı cezalar da vurgulanmıştır.[32] Ancak, internet üzerinden bu suçları işleyen insanların takibinde bazı problemler yaşanmaktadır. Bu yüzden, nefret söylemi; internet üzerinden işleyecek özgürlü alanlarına daha kolay ulaşmaktadır.

İİBF E-3 ise, dışarıda olan yaşamın, sanaldaki en büyük yansıması olarak vurguladığı sosyal ağların; özellikle nefret söyleminin yaygınlaşmasına neden olduğunu ifade etmiştir:

> Bu suçların, zaman zaman endişe edecek boyutlara ulaştığını düşünüyorum. Özellikle, nefret söylemi ve sonrasında gerçekleşen fiziksel suçlar. İnternette; belirli bir grubu, ırkı ve kültürü aşağılayan epeyce site var. Ama bu sitelerde, sadece o grupları aşağılayanlar yer alıyor. Sosyal ağlar ise, daha farklı. Bence bu ağlar; suçların yaygınlaşmasında daha etkin. Çünkü, sosyal ağ sitelerine herkes üye olabiliyor. Bu sitelerde, etkileşim çok fazla olduğu için, karşıt grupların biraraya gelmesi daha kolay. Sosyal ağların, özellikle nefret söylemini arttırdığını düşünüyorum. İnternetin bu yönde kullanılmasını engellemek için, eğitim seviyesi ve niteliğinin arttırılması gerekiyor. Bence, farklı insanların yaşamlarına saygı duyabilmemiz bu noktada çok önemli.

Benzer bir düşünceyi paylaşan Fen K-2 de; özellikle sosyal ağ sitelerinin nefret söyleminin dolaşımına ve yeniden üretilmesine neden olduğunu şu şekilde irdelemiştir:

> Kredi kartı, banka hesabı gibi konuların teknik bazı iyileştirmelerle, bu suçların önüne geçilebileceğini düşünüyorum. Ama, nefret söyleminde böyle bir önüne geçme durumu söz konusu değil. Son yıllarda, nefret söylemi konusunda sosyal ağların önemli bir rol oynadığı gerçek. Sosyal ağlar yaşamımıza girmeden, bu tarz durumlardan pek haberdar değildik. İnsanlar, kendi aralarında kurmuş oldukları sitelerden bunu yapıyorlardı. Şimdi, facebooktaki gruplarda ya da twitterda gerçekleşen nefret söylemi

[32] www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5237.html (Erişim tarihi: 15.01.2014).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

yeniden üretilerek önümüze gelebiliyor. Hem etkisi fazla oluyor, hem de daha fazla kişiye ulaşıyor…

Günümüzde, sosyal ağ siteleri her yaş grubundan insan tarafından kullanılabilmektedir. Ayrıca, sosyal ağ sitelerine üye olmak için herhangi bir ön koşul da bulunmamaktadır. Bu durum, sosyal ağ sitelerinin her eğitim grubundan ve kültür tarafından kullanılmasına aracı olmaktadır. Bu yüzden, nefret söyleminin üretilmesi ve kullanılması sosyal ağ sitelerinde daha kolay gerçekleşmektedir. Sosyal ağ sitelerini, diğer yaş gruplarına göre daha fazla kullanan gençliğin ise, bu konuda bilinçli hale gelmesi önem taşımaktadır.

Özetle, internetin yaşamı kolaylaştıran özelliklerinin yanı sıra; bazı olumsuz noktalarının olduğunu da işaret etmek gerekmektedir. Görüşme yapılan öğrencilerin çoğu, internet aracılığıyla karşı karşıya kalınan risk faktörlerinden haberdar olduklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin özellikle, nefret söylemi konusunda oldukça duyarlı oldukları görülmüştür.

Kredi kartı ve banka hesapları gibi konularda, internet kullanıcılarının hatalarına dikkat çeken öğrenciler; güvenli internet kullanımıyla bu suçların önüne geçilebileceğine vurgu yapmışlardır. PMYO K-2, İİBF K-2 ve İletişim E-2; bilinçli internet kullanımının önemine değinmişler ve güvenilir olmayan, bilinmeyen sitelerde zaman geçirmenin doğru olmadığını söylemişlerdir. Fen K-3 ise, kişisel bilgilerinin ele geçirilmesi olasılığının kendisini tedirgin ettiğini ifade etmiştir.

İletişim E-1 ve İİBF K-2, Türkiye'de internet yasalarının belirgin olmamasından yakınmışlardır. Ayrıca, internet suçlarında yaptırımların az olmasının; bu suçların daha fazla işlenmesine neden olduğunu belirtmişlerdir. İİBF E-1 ise, eskiden sokaklarda gerçekleşen suçların; artık, internet üzerinden gerçekleştiğini ifade etmiş ve insanların internette daha acımasız davrandıklarını vurgulamıştır.

Fen E-4, İletişim K-4 ve PMYO E-3; internet aracılığıyla nefret söylemiyle karşılaşan bireylerin, gündelik yaşama uyum sağlamalarında sorunlar yaşayabileceklerine dikkat çekmişlerdir. Ayrıca, bu suçun önüne geçmek için; proje, etkinlik ve farkındalık çalışmalarının daha fazla yapılması gerektiğini de belirtmişlerdir. İletişim E-4 ve Fen E-2 bu bağlamda, aile ve okuldaki eğitim seviyesi niteliğinin arttırılmasının, nefret söylemini azaltması açısından önemli olduğunu söylemişlerdir.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Bunun yanı sıra, Türkiye'deki farklı etnik grupların; özellikle, internet aracılığıyla karşı karşıya getirildiğini irdelemişlerdir. Bu görüşe paralel olarak; İİBF E-3 ve Fen K-2, sosyal ağların nefret söyleminin yeniden üretimi ve kullanıma sokulmasındaki etkisini tartışmışlardır. İletişim E-3 ve Fen K-4 ise, gündelik yaşamda nefret söyleminde bulunan bireylerin; özellikle, sosyal ağlarda gizledikleri kimlikleriye faaliyette bulunduklarını belirtmişlerdir. Bu görüşlerden farklı olarak, İletişim K-2 ise, internetteki nefret söylemine; yine internet aracılığıyla gerekli tepkinin verildiğini ve insanların farkındalık düzeylerinin arttığını ifade etmiştir.

Sonuç olarak, görüşme yapılan öğrencilerin, internet aracılığıyla karşı karşıya kalınan risk ve suçlar hakkında duyarlı ifadeler kullandıklarını söylememiz mümkündür. Öğrenciler; kredi kartı ve banka hesapları ile ilgili yaşanan sorunlarda, genellikle kullanıcı hatalarına işaret etmişlerdir. Nefret söylemi konusunda ise; öncelikli olarak zihinlerin değişmesi, yasaların yaşama aktarılması ve bu alandaki farkındalık çalışmalarının yaygınlaştırılmasının gerektiğine vurgu yapmışlardır.

3.7. İnterneti Eleştirel Okuyabilmek

İnternet; eğlence, iletişim, eğitim, serbest zaman geçirme gibi birçok etkinlik için kullanılabilmektedir. Bireysel kullanıcılar için, hem olumlu hem de olumsuz unsurlar sunan internet teknolojileri; günümüzde, gençler arasında yoğun şekilde kullanımını sürdürmektedir. Çalışmanın çözümleme bölümünün diğer tematik altbaşlıklarında; internet, yeni medya araçları ve sosyal ağların gündelik yaşamdaki kullanımı ve etkileri üzerine çözümlemeler yapılmıştır. Son altbaşlıkta ise, öğrencilerin, internetin olumlu ve olumsuz özelliklerinden hareketle; internet mecraları ve yeni medya araçlarına ilişkin tutumları üzerinde durulmuştur.

İİBF E-1, yeni medya araçları ve internete mesafeli yaklaştığını belirtmiş ve bu araçların olumlu özelliklerin de mutlaka irdelenmesi gerektiğini söylemiştir:

> Ben, internete biraz daha mesafeli yaklaşıyorum. Kendime yarar sağlayabilecek özelliklerinden yararlandığımı düşünüyorum. Olumlu ve olumsuz kullanım, kişiden kişiye değişiyor. Benim için olumsuz ve kötü olan siteler, başka kişilere cazip gelebilir. Bu alanda da, herkesin kendisine uygun olan araç ve mecraları kullanma özgürlüğüne karışılmamalı.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> Üniversite öğrencilerinin, diğer insanlara göre, bu araçlara daha eleştirel bakabilmeleri önemli. Bence, teknolojik araçlara göre hayatımızı yönlendirmemeliyiz…

Bu çalışmanın en önemli vurgu noktalarından biri, internet teknolojilerinin hem olumlu hem de olumsuz özellikleri olduğunu tartışmak olmuştur. Kaldı ki, üniversite gençliğinin, internet teknolojilerini bir bütün olarak değerlendirmeleri belli bir önem taşımaktadır. Bu bağlamda, yeni medya araçları ve sosyal ağları yoğun şekilde kullandığını ifade eden FEN K-3, bu araçlara sadece olumlu anlamlar yüklediğini şöyle belirtmiştir:

> Yeni medya araçları ve internet ortamlarına dair oldukça pozitif düşünüyorum. Çalışma hayatından okul hayatına ve sosyal hayata kadar, hepimiz için vazgeçilmez bir unsur haline geldi. Gerçi ekrana çok fazla bakmaktan, göz sağlığımızın etkilendiğini düşünüyorum. Ancak, yeni medya araçlarını takip etmeye ve mutlaka hayatıma dahil etmeye devam edeceğim.

İnternet ve yeni medya araçlarının; çalışma, eğitim ve sosyal yaşamı etkilediği önemli bir gerçektir. Ancak, bu değişiklikleri sadece olumlu yönleriyle ele almak, teknoloji dolayımlı bir yaşamı sürmemize neden olacaktır. Teknoloji dolayımlı bir yaşam sürmek; birey olma yolundaki önemli engellerden birisi olarak değerlendirilebilir. Özellikle, üniversite öğrencilerinin kendilerini varederken; sadece teknolojiyi kullanmaları, önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

İletişim K-2, bu bağlamda, internetin olumlu özelliklerini; olumsuz özelliklerine göre daha çok ön plana çıkarmıştır. İnternetin demokratik bir platform olduğunu ve internetle yetişen kuşağın daha donanımlı olacağını vurgulamıştır:

> Ben, daha çok olumlu düşünen taraftayım. Yeni medya araçlarının yaygınlaşması; elbette tehlikeli durumları da beraberinde getirdi. Fişlenme, ya da ifade özgürlüğünün tam anlamıyla olmadığı ülkemizde bu daha fazla olabiliyor. Ama ben, internetin her zaman için çok daha demokratik bir

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> platform olduğunu düşünüyorum. İnsanların, birbirleriyle bir araç üzerinden iletişim kurmaları her ne kadar samimiyetsiz görünse de; zaman ve mekân kavramını altüst eden bir buluş internet. Devlet sansürünü saymazsak, kimseye iltimas geçilmiyor. Her fikirden, her etnik gruptan ya da düşünceden insanın kendisini ifade edebileceği ortamlar var. Bütün dünya, eş zamanlı olarak dünya gündemini takip edebiliyor. İnternetin, yurttaş haberciliğine olanak tanıması, geleneksel medya organlarını takip etme zorunluluğunu ortadan kaldırıyor. Ben, internetin çok ciddi bir dönüştürücü gücü olduğunu düşünüyorum. Öte yandan, web sitelerinin ve yazılımlarının sahiplik yapıları elbette tartışılmalı. Yine de, dayatılan bir gündem, ya da maruz kalınan reklam veya devlet dairelerinde toplanılan kişisel bilgidense; alternatifler arasından aklıma yatan haberleri seçip; bir tıkla reklamı kapatabilip, paylaşım siteleri üzerinden bilgilerimi biraraya getirmeyi tercih ediyorum.

İletişim K-2, her ne kadar internetin olumlu özelliklerini ön plana çıkarsa da; olumsuz noktalarını da görmezden gelmemiştir. İletişim K-2'nin, internetin olumsuz özelliklerinin bilincinde bir öğrenci olarak, internetin bilinçli kullanımıyla bundan yarar sağladığından söz edilebilir.

İnternet, yeni medya araçları ve sosyal ağların olumlu yönlerini yorumlayanların dışında; genellikle olumsuz yönlerini değerlendirenlerin de olduğunu söylemek gerekmektedir. Bu anlamda, Fen K-2, internetle ilgili olumsuz düşüncelerini şöyle aktarmıştır:

> İnternette, kimse faydalı bir şey yapmıyor demiştim. Aslında, biraz abartılı olsa da, ben genelde böyle düşünüyorum. İnternetin değerlendirebileceğim en iyi özelliği, bilgiye ulaşmak ve gündemi takip etmek. İnternet bağımlılığı tüketim, insanların kendilerini olduklarından farklı göstermesi gibi durumlar internet mecralarında daha çok gerçekleşiyor. Aslında, bizim çok faydalı olabilecek bir teknolojiyi, olumsuz olarak kullanıyoruz. Özellikle, üniversite öğrencileri olarak bizlerin; teknolojiyi yerine ve zamanına göre, faydalı bir şekilde kullanmamız gerekiyor.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

PMYO E-3 ise, Fen K-2'ye göre internetin olumlu özelliklerine vurgu yapmıştır. Yeni teknolojilerin olumsuz özelliklerini değerlendiren PMYO E-3, özellikle haber alma ve bilgiye ulaşma gibi özellikleri ön plana çıkarmıştır:

> İnternetin hiçbir olumsuz özelliği yok dersek, kendimize yalan söylemiş oluruz. Özellikle, bağımlılık konusunu çok olumsuz görüyorum. Kendi açımdan da bu böyle. Tramvayda, otobüste bile kullanasım geliyor. Bu durumdan dolayı, bu araçlara biraz daha mesafeli durmaya çalışıyorum. Ama, haber ihtiyacını karşılama ve bilgiye ulaşma açısından avantajları inanılmaz derecede fazla.

İnternet mecraları ve yeni medya araçlarının dengeli kullanımı; bu araçlardan yarar sağlamak için oldukça önemlidir. Fen K-2 ve PMYO E-3, bu duruma dikkat çekerken; özellikle bilgiye ulaşmak ve gündemi takip etmek için internetin çok önemli olduğunu belirtmişlerdir. İletişim E-1 de, internetin dengeli kullanımı ile ilgili olarak şunları söylemiştir:

> Bir laf vardır ya, her şeyin fazlası zarar diye. Bu durum, teknoloji için de kesinlikle geçerli. Japonya'da bir çocuk, sanırım üç gün bilgisayar karşısında oyun oynamaktan ölmüştü. Yani, bu ekstrem bir örnek ama, dikkat etmemiz lazım. Kendimizi kaptırmadan, ihtiyaçlarımız doğrultusunda kullanmalıyız her teknolojiyi. Özellikle de, internet ve yeni medya araçlarını. Ben, amaçlı ve dengeli kullanılırsa; internetin hayatımıza pozitif şeyler katacağı görüşündeyim.

PMYO K-2 ise, internetin olumlu ve olumsuz etkilerini; zamanın kullanımı üzerinden değerlendirmiştir. Ayrıca, internetin olumlu özelliklerinden yararlanabilmek için, özdenetimin önemine de dikkat çekmiştir:

> İnternetin, olumsuz etkilerini düşündüğüm zaman; bazı alışkanlıklarım beni rahatsız ediyor. Örneğin, zaman kullanımı; hem olumlu hem de olumsuz olabiliyor internette. Mesela, bilgiye hızlı erişim konusunda çok olumlu.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> Zaman bize kalıyor, artıyor. Ama, sosyal medyada arkadaşlarımın fotoğraflarına bakarken; saatler geçebiliyor. Bireyin kendi özdenetimi çok önemli. Bir şeylere dur diyebilmek ve interneti olumlu özellikleri çerçevesinde kullanmamız gerekiyor.

İnternet teknolojileri, özellikle zaman kavramında önemli değişikliklere yol açmıştır. İnternet, bünyesinde barındırmış olduğu özelliklerle; bireye araştırma, iş, habere ulaşma gibi konularda zaman kazandırabilmektedir. Bununla birlikte, internet üzerinden amaçsız bir şekildevakit geçirebilmek de mümkün olmaktadır. Bu noktada, PMYO K-2'nin belirttiği özdenetim çok önemlidir. Özellikle, üniversite öğrencilerinin bu konuda özdenetimlerini sağlayabilmeleri için, bazı çalışmaların yapılması gerekmektedir.

İİBF K-2, internet ve yeni medya araçlarının kendisi için olmazsa olmaz olduğunu belirterek; olumsuz özelliklerine karşın amaca yönelik kullanımları üzerinde durmuştur:

> Benim için hem internet hem de yeni medya araçları olmazsa olmaz derecesinde. Olumsuz özellikleri elbette var. Zaten, bunu inkâr etmemek gerekiyor. Ama bunlara rağmen, hangi amaçla kullanıldığı önemli. Benim için, yeni teknolojiler oldukça işlevsel. Özellikle, sosyal ağlarda küresel bir iletişim ağına dahil olabilmenin avantajı, medyada yer bulmayan pek çok olay ve bilgiden haberdar olmak çok önemli. Sadece haberdar olmanın yanında, diğer insanları haberdar etmek de çok güzel.

İİBF K-2 ile benzer çerçevede; Fen K-3 ise şu açıklamalarda bulunmuştur:

> Yeni medya araçları ve internetin olumsuz özelliklerine rağmen; olumlu özellikleri, özellikle benim için daha ağır basıyor. Özellikle, iletişimi ve haber almayı hızlandırması çok önemli. Tabi ne kadar kişi faydalanıyor, ulaşıyor; bu durumu, tartışmak lazım. Ama, üniversite öğrencilerinin çoğunun ulaştığını varsayarsak, bu önemli. Gündemi hızlı takip etme avantajı kesinlikle görmezden gelinmemeli.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Yeni medya araçlarını ve sosyal ağları yoğun şekilde kullanan üniversite öğrencileri; küresel iletişim ağlarına dahil olarak pek çok olaydan daha hızlı şekilde haberdar olma avantajına sahiptir. Tekelleşme, sahiplik yapıları gibi ekonomi politik dinamikler nedeniyle; haber verme sürecinde aksaklıklar yaşayan geleneksel medyaya karşı; dezavantajları olsa da, yeni medya önemli bir güç olarak görülmeye devam etmektedir.

İletişim K-1, gündelik yaşam içerisinde internet kullanımının artık kabul edilen, doğal bir durum olduğunu irdelemiş ve internete olumlu anlamlar yüklediğini ifade etmiştir:

> İnternet kullanımı, bizim çağımız ve neslimiz için doğal kabul edilen bir durum oldu. Doğallığın yanında aslında, hayatın bir parçası. Eğitim hayatımda birçok bilgiye internet aracılığıyla ulaşıyorum, yenilikleri buradan takip ediyorum. Sosyal ağları; eğlenceden iletişime pek çok şey için kullanıyorum. Sanırım yaşamımıza hâkim oluyor yeni teknolojiler. Kritik nokta, bizim bu araçlarla yaşamımızı daha iyi bir şekilde yönlendirmemiz…

İnternet, yeni medya araçları ve sosyal ağlar bireylere önemli olanaklar sunabilmektedir. İletişim K-1'in de belirtmiş olduğu gibi, buradaki önemli nokta, bu araçların yaşamımızı yönlendirmesine izin vermemektir. Ayrıca, bu araçların olumlu özelliklerini kullanarak; kendimize katkı sağlayabilmek de belli bir önem taşımaktadır.

İnternet içerisinde büyük bir bilgi yığını bulunmaktadır. Bu bilgi yığınında, her bilginin yararlı olduğu söylenemez. Doğru ve işe yarar bilgiye ulaşabilmek için, gerekli seçimleri yapmak kullancı kontrolünde ilerlemektedir. Bu yüzden, internet dolayımıyla işe yarar bilgiye erişmek önem taşır. Bu bağlamda, PMYO E-1, internet hakkındaki düşüncelerini şöyle belirtmiştir:

> Bilgiye mümkün olduğunca kaynağından ulaşmaya çalıştığım için, benim için olmazsa olmaz bir işlevi yerine getiriyor. Tabi, doğru ve işe yarar bilgiye ulaşmam çok önemli. O kadar bilgi yığını içinde doğrusunu bulmam gerekiyor. Bu durumu düşündüğüm zaman, ineternet ve sosyal medya kullanımının doğurduğu olumsuzlukları en aza indirgemek zorundayım.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

> Neredeyse, on yıldır bilgisayar ve internetle iç içe yaşadığımı düşünürsek; teknolojiden kopmak mümkün değil. Ama, her yeni teknolojinin getirdiği yenilikleri de hemen kabulleneceğimi düşünmüyorum. Bilinçli bir internet kullanıcısı olarak, bir süre yeniliklerin gözlemlenmesi ve kendi içerisinde değerlendirilmesi gerekiyor.

Her yeni çıkan teknolojiyi hemen benimseyip kullanmamak bilinçli bir kullanıcı olmanın önemli bir adımı olarak değerlendirilebilir. Çünkü, yeni çıkan teknolojilerin toplumda yaygınlaşmadan önce, ne gibi olanak ve tehditleri bünyesinde barındıracağının tüketiciler tarafından bilinmesi mümkün değildir. Bu konuda, PMYO E-1 ile benzer şekilde, Fen E-2 de şu değerlendirmeleri yapmıştır:

> Olumlu ve olumsuz özelliklerini düşündüğüm zaman, internet ve teknolojiye sosyal ağ hesaplarım olmamasına rağmen olumlu bakıyorum. Daha önce de dediğim gibi, interneti sosyal ağlar olarak görmüyorum ben. Bilgiye ulaşmak internetin en büyük avantajı. Ama, her yeni çıkan teknolojiyi kullanmaktansa, biraz bekleyip özelliklerini görmek önemli. Bu tür bir kullanımın daha avantajlı olduğunu düşünüyorum. Teknolojiyi geriden takip etmek olarak da görmüyorum bunu. Sadece neyin ne olduğunu gördükten sonra, internet uygulamalarını ve yeni medya araçlarını kullanmanın daha avantajlı olduğunu düşünüyorum.

İletişim K-4 ise, internet teknolojileri ve yeni medya araçlarının rasyonel bir şekilde kullanıldığı zaman; gündelik yaşamı kolaylaştırdığını vurgulamıştır.

> İnternetin olumsuz noktaları olduğunu konuştuk. Bağımlılık, dolandırıcılık, tüketim ve belki daha bizim bilmediğimiz farklı olumsuzlukları da vardır. Her teknolojide olduğu gibi, internet teknolojilerinin de, olumlu ve olumsuz özellikleri var. Ben, yerinde ve kararında kullanıldığı müddetçe sosyal medya araçlarının, birey hayatını kolaylaştırdığına ve geliştirdiğine inanıyorum.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

İletişim K-4 ile benzer olarak, İİBF E-3 de; internetin yerine ve zamanına göre kullanılması gerektiğini irdelemiştir:

> Aslında kendimizi bıraksak, sabahtan akşama kadar internetin başında olabiliriz. Yapılacak şey çok fazla. Zamanınız bolsa, istediğiniz kadar önünde vakit geçirebilirsiniz. Tabi, bu eylemler ne kadar bize bir şey katar; bunu düşünmek gerekiyor. Bence, interneti hobi aracı olarak değil de; bir iş aracı olarak görmek önemli. İşimiz oldukça interneti kullanmak, elbette bizi geliştirecektir.

İİBF K-1'in internet ve yeni medya araçlarıyla ilgili düşüncelerinin daha çok olumlu olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca, internetin olumsuz yönleri olduğunu da kabul etmiş ve bu konuda özellikle kullanıcıların önlem alması gerektiğini belirtmiştir:

> Benim, internet ve yeni medya araçlarıyla ilgili tutumum daha çok olumlu yönde. Doğru kullanmasını bilen için, internetin nimet olduğunu düşünüyorum. Dünya, tek bir parmak hareketimize bakıyor, zaman kolaylaşıyor, her türlü bilgiye ulaşım sağlayabiliyoruz, gündemi takip ediyoruz ve daha birçok sağladığı katkıyla karşılaşıyoruz. Olumsuz özellikler için de şunu söyleyebilirim: Herkes kendisine göre önlemini almalı ve bilinçli kullanıcı olmaya çalışmalıdır.

İletişim E-4 de, benzer şekilde özellikle üniversite öğrencilerinin internetin olumsuz kullanımıyla ilgili olarak önlem almaları gerektiğine vurgu yapmıştır:

> Ben öncelikle, internete ve yeni medya araçlarına daha çok olumlu baktığımı söylemeliyim. Yeni medya araçlarına sahip olmayan birisi olarak, böyle düşünüyorum. Çünkü, interneti olumlu şekilde kullanıyorum, yani böyle düşünüyorum. Bence bizler, üniversite öğrencileri olarak, olumsuz kullanımı azaltabilmeliyiz. Sonuç itibariyle, sokakta yürüyen birine göre interneti farklı kullanmamız gerekiyor.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Özetle, internet, yeni medya araçları ve sosyal ağların gündelik yaşam içerisindeki kullanım alanlarının oldukça fazla olduğunu söyleyebiliriz. Bu durum, sözü edilen teknolojilerin hem olumlu hem de olumsuz yönlerinin oluşmasına neden olmuştur. Derinlemesine görüşme yapılan öğrencilerin ise, bu teknolojilerin genellikle olumlu yönlerine vurgu yaptıkları saptanmıştır. Ancak, öğrenciler aynı zamanda olumsuz yönleri belirtmeyi de ihmal etmemişlerdir. Öğrencilerin yapmış oldukları ortak vurgu noktası; amaca yönelik internet kullanımının yararlı olduğu yönünde olmuştur. Bununla birlikte, dengeli internet kullanımının önemi de irdelenen bir diğer konu olmuştur.[33]

PMYO E-1 ve Fen E-2, yeni çıkan bir teknolojinin hemen tüketilmemesi gerektiğini söylemişlerdir. Bunun nedenini de, kullanımdan doğacak tehdit ve olanakların zaman içerisinde öğrenilmesinin önemine dikkat çekerek açıklamışlardır. Bu düşüncelerden farklı olarak, internet ve yeni medya araçlarına sadece olumlu anlamlar yükleyen öğrenciler de olmuştur. Fen K-3 ve İletişim K-2, internetin gündelik yaşam içerisindeki birçok işleyişe olumlu etki ettiğini söylemişlerdir. Ayrıca, İletişim K-2 interneti demokratik bir platform olarak, farklı insanların kendilerini ifade ettikleri bir alan olarak tanımlamıştır. Ayrıca, İletişim K-2, internetin olumsuz özelliklerinin de farkında olduğunu, ancak olumlu özelliklerini önemsediğini belirtmiştir. Fen K-2 ise, günümüzde üniversite öğrencilerinin internet üzerinden olumlu eylemler yapmadığını iddia etmiş ve kendisinin de internete ilişkin tutumunun olumsuz olduğunu söylemiştir.

Sonuç olarak, farklı düşüncelerle karşılaşılsa da, görüşme yapılan öğrencilerin internet ve yeni medya araçları hakkında genellikle olumlu bir yaklaşım sergiledikleri gözlemlenmiştir. Ayrıca, olumsuz özelliklerin farkında olan öğrenciler, amaca yönelik ve dengeli bir kullanımın bireysel kullanıcılara yarar sağlayacağını da vurgulamışlardır.

[33] İİBF K-1, İletişim E-4, İİBF E-1, PMYO E-3, İletişim E-1, PMYO K-2, İİBF K-2, Fen E-3, İletişim K-4 ve İİBF E-3 bu yönde görüş bildirmişlerdir.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Sonuç ve Değerlendirme

İnternet teknolojileri ortaya çıktığı günden bu yana, önemli gelişmeler göstermiştir. Yeni iletişim teknolojilerinden, yeni medya araçları ve sosyal ağlara evrilen süreçte; internet mecraları gündelik yaşamın pek çok alanında kullanılmaya başlanmıştır. Alanda yapılan bilimsel çalışmalar ve çalışmanın kuramsal çerçevesinden hareketle; internet, yeni medya araçları ve sosyal ağların gençler tarafından daha fazla kullanılmaya devam ettiğini söyleyebiliriz. Bir bütün olarak internet mecraları (sosyal ağlar ve yeni medya), gençlerin serbest zaman etkinliklerinde önemli bir yer kaplamaktadır. Ayrıca, gündelik yaşamdaki birçok dinamik içerisinde, internet mecraları tercih edilmektedir. Ancak, gençliğin gündelik yaşamdaki internet kullanımını irdeleyen çalışmalar, nicelik ve nitelik olarak azdır. Kaldı ki, internet kullanımı ile ilgili yapılan çalışmaların; daha çok pazarlama ve halkla ilişkiler alanlarında yoğunlaştığı görülmektedir.

Bu çalışmanın amacını ise, özellikle kapitalizm ile birlikte değişen gündelik yaşam içerisinde, yeni iletişim sistemlerinin nasıl konumlandığını irdelemek oluşturmuştur. Ayrıca, internet mecralarının, gençlerin gündelik yaşamlarında ne gibi değişiklikler yaptığını ortaya çıkarmak da bu çalışmada amaçlanmıştır. Bu amaca ulaşabilmek için, Anadolu Üniversitesi öğrencilerinden örneklem olarak seçilen grupla yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Bununla birlikte, internet mecralarının olumlu özellikleri de çalışmanın genelinde vurgulanmıştır. Kaldı ki, çalışmanın temel noktalarından biri; internet, yeni medya araçları ve sosyal ağların, olumlu ve olumsuz özelliklerini bir bütün halinde değerlendirmektir. Bu bağlamda, çalışmanın hem kuramsal hem de çözümleme bölümlerinde buna özellikle dikkat edilmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde; *Kapitalizm, Küreselleşme* ve *Ağ Toplumu* tartışmaları incelenmiştir. Enformasyon toplumunun temelleri, özellikle on sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıllarda atılmıştır. Bu yüzden, bu bölümde; Sanayi *Devrimi ve Liberalizmin Yükselişi*, *Sermaye Birikimi ve Kapitalist Örgütlenme* ile *Tarihsel*

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Kapitalizm ve Değişen Toplumsal Yapı başlıkları altında derinlemesine tartışmalar yapılmıştır. Bu başlıkların tartışmaya açılmasının temel nedenini ise, kapitalizm ve günümüz toplumsal yapısının temellerinin nasıl ortaya çıktığını irdelemek olmuştur.

Yirminci yüzyılda ise, dünya yeni oluşumlar içerisine girmiştir. Özellikle, teknolojik gelişmeler, toplumsal yapıda da birçok değişikliğe neden olmuştur. Enformasyon toplumunun başlangıcı, bu yüzyılda ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, *Yirminci Yüzyıldan Günümüze Kapitalizm* başlığı altında; *Fordist ve Post Fordist Üretim Biçimleri* ile *Yabancılaşma ve Boş Zaman* kavramları incelenmiştir. Yirminci yüzyılın ortalarına geldiğimizde; internet teknolojileri dolayımıyla ortaya çıkan *küreselleşme* ve *enformasyon toplumu* tartışmaları dünya gündeminin merkezi konularından biri olmuştur. Bu bölümde; *Yeni İletişim Sistemleri ve Teknolojik Devrim*, *Enformasyon Toplumu Tartışmaları*, *İnternetin Ortaya Çıkışı ve Etkileri*, *Web 1.0, 2.0 ve 3.0 Teknolojileri,* son olarak ise *Yeni Medya Ortamları ve Sosyal Ağlar* başlıkları tartışmaya açılmıştır. Bu bölümde, yeni iletişim teknolojilerinin ilk ortaya çıkışından bu yana geçirmiş olduğu evrim, ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Bununla birlikte, enformasyon toplumuna olumlu ve olumsuz anlamlar yükleyen düşünürlerin kavramsallaştırmaları da yorumlanmıştır. Kavram ve içerik olarak, internet mecraları ile bu mecraların gündelik yaşamdaki etkileri değerlendirilen bir diğer konu olmuştur.

İnternet teknolojileri, enformasyon toplumunun gelişmesindeki en önemli etkendir. Günümüzde ortaya çıkan yeni teknolojilerle birlikte, enformasyon toplumları daha da gelişmiştir. Teknoloji, toplumsal değişimlerin itici gücü olmaktadır. Çünkü, toplumu oluşturan kurum ve bireyler, teknolojik gelişmelerden etkilenmektedir. *Ağ toplumları* ve *enformasyonel kapitalizm* ile birlikte, toplumsal yapıda önemli değişikler olmuştur. Özellikle, gençlik kültürü günümüz toplumlarıyla birlikte, farklı şekillerde değerlendirilmeye başlanmıştır. Tüketim kültürü ve kapitalizmin etkisinde kalan gençler; enformasyon toplumlarıyla, gündelik yaşamlarını farklı şekillerde sürdürmektedir. Ayrıca, bir popüler kültür etkinliği olarak değerlendirilebilecek olan internet kullanımı daha da artmıştır. Gençler için internet mecraları, gündelik işlerin sürdürüldüğü bir alan olmasının yanında; iletişim, etkileşim ve ilişkilerin sürdürülmesinde de önemli bir mecra olmuştur. Bu tartışmalar bağlamında, çalışmanın ikinci bölümünde; *tüketim kültürü, gündelik yaşam* ve *gençlik kültürü* gibi konulara vurgu yapılmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Tüketim kültürü tartışmalarında; *Kitle Kültürü, Popüler Kültür* ve *Kültür Endüstrisi* konuları irdelenmiştir. Özellikle, *Frankfurt Okulu* düşünürlerinden hareketle; internet, yeni medya araçları ve sosyal ağların bireyleri tüketime yönlendirdiği sonucuna ulaşılmıştır. *Gündelik Yaşam Pratikleri* başlığında ise, geçmişten günümüze gündelik yaşamın bireyler tarafından nasıl algılandığı tartışılmıştır. Buradaki temel sorunsal; gündelik yaşamın egemen sistemin yönlendirmeleriyle sürdürüldüğüdür. Modernizm içerisinde gündelik yaşam pratikleri, enformasyon toplumlarının etkisiyle farklı boyutlarda yaşanmaktadır. Bu bağlamda, günümüzde; tüketim toplumu, gündelik yaşam pratikleri ve enformasyon teknolojileri arasında çok yakın bir ilişki vardır.

Çalışmada, üniversite gençliğinin sosyal ağlar ve internet dolayımlı gündelik yaşam pratikleri değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, ikinci bölümde *gençlik kültürü* ayrıntılı şekilde tartışılmıştır. *Gençlik Kültürü ve İnternet* başlığı altında; *Endüstri Toplumundan Bilgi Toplumuna Değişen Gençlik Kültürü* üzerinde durulmuştur. Bu bölümde, özellikle, enformasyon toplumlarının gençlik kültürü üzerindeki etkisi yorumlanmıştır. Ayrıca, interneti yoğun şekilde kullanan gençliğin, internet aracılığıyla karşı karşıya kalabileceği riskler üzerine de değerlendirmeler yapılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, *Üniversite Gençliği Çerçevesinde İnternet ve Sosyal Ağlar Dolayımlı Gündelik Yaşam Pratiklerinin Çözümlenmesi* başlığına yer verilmiştir. Çözümleme öncesinde, araştırma konusuna ilişkin literatürdeki yapılmış diğer çalışmalar değerlendirilmiştir. Bu bölümde, çalışmalar arasındaki benzerlik ve farklılıklar irdelenmiştir. İlgili çalışmaların değerlendirilmesinin ardından; gündelik yaşamda gençlik tarafından yoğun şekilde erişim sağlanan sosyal ağ siteleri, alışveriş siteleri ve haber siteleri ile ilgili olarak arkaplan bilgilerine yer verilmiştir. Bunun amacı, gündelik yaşamda yoğun şekilde kullanılan bu sitelerin tarihsel gelişimini aktarmak ve çalışmanın kuramsal ardalanındaki tartışmaları verilen bu örneklerle güçlendirmek olmuştur. Sosyal ağlardan *facebook, twitter*; alışveriş sitelerinden *trendyol, gittigidiyor* ve *morhipo*; haber sitelerinden ise, *ntvmsnbc* ve *cnnturk* verilen görsellerle ve örneklerle çözümlenmiştir.

Üçüncü bölümün son başlığında ise, Anadolu Üniversitesi'nden örneklem olarak seçilen öğrencilerle yapılan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerin bulguları değerlendirilmiştir. Çalışmanın kuramsal çerçevesi ve amaç soruları doğrultusunda

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

tematik altbaşlıklar oluşturulmuş ve elde edilen bulgular bu başlıklar çerçevesinde yorumlanmıştır.

İnternet ve Yeni Medya Araçlarının Kullanım Amaçları başlığı altında, örneklem olarak seçilen üniversite öğrencilerinin; internet, yeni medya araçları ve sosyal ağları genel olarak hangi amaçlar için kullandıkları incelenmiştir. Örneklem olarak seçilen öğrencilerin, internet ve sosyal ağları yoğun şekilde kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal ağ sitelerinden ise, facebook ve twitter kullanımının oldukça yaygın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte, İletişim Bilimleri Fakültesi öğrencilerinden bazıları blog sitelerini aktif şekilde kullanmaktadır. Blog sitelerini aktif şekilde kullanan öğrencilerin; akıllı telefon, tablet bilgisayar gibi yeni medya araçlarını ise, kullanmayı tercih etmedikleri saptanmıştır. Öğrencilerin sosyal ağları kullanmalarının en önemli nedenlerinden biri, gündemi izlemektir. Bunun yanı sıra, iletişim, etkileşim, haberleşme ve serbest zaman geçirmek için de internet mecraları kullanılmaktadır.

Gündelik Yaşamda İnternet Mecralarıyla Dolayımlanan Kimlikler başlığında ise, üniversite öğrencilerinin kendilerinden ve çevrelerinden hareketle internet mecralarının kimlik oluşumlarına etkisi tartışmaya açılmıştır. Öğrencilerin vurguladığı ortak noktalardan biri, bireylerin kendilerini internet mecralarında olduklarından farklı göstermeleridir. Ancak, bu eleştiride bulunan bazı öğrencilerin, kendilerinin de bu eylemi yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal ağlar ve internet mecralarının, kimlik bunalımı yaşayan insanlar için bir kaçış alanı olduğu görüşü de ulaşılan bir başka sonuçtur. Görüşmeye katılan öğrencilerin vermiş olduğu ortak yanıtlardan bir diğeri de, sosyal ağlar ve internette kendilerini varolan kimlikleriyle daha rahat ifade edebilmeleridir. Bireylerin kendilerini tamamen sosyal ağlar aracılığıyla tanımlamaları, gündelik yaşamdaki her eylemin eş zamanlı olarak sosyal ağlarda paylaşılması ve sosyal ağlar aracılığıyla sahte hesaplar açılarak bireylerin kandırılması ise eleştirilen konular arasındadır. Bu eleştirileri daha fazla ön plana çıkaran, özellikle Fen Fakültesi öğrencileri olmuştur.

İnternet Bağımlılığı başlığında, son yıllardaki teknolojik gelişmelerin internet kullanımına olan etkisi, örneklem olarak seçilen öğrenciler dolayımında ortaya çıkarılmıştır. Bununla birlikte, internet bağımlılığı da farklı yönleriyle ele alınmıştır. Öğrenciler, genel olarak teknolojik gelişmelerin internet bağımlılığını etkilediğine dikkat çekmişlerdir. Özellikle, yeni medya araçlarıyla birlikte sosyal ağların daha fazla

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

kullanılmaya başlandığı vurgulanmıştır. Öğrenciler kendilerini internet bağımlısı olarak nitelendirmemiş; ancak çevrelerinde böylesi insanların olduklarını söylemişlerdir. Ne var ki, bu ifadeleri kullanan bazı öğrencilerin, internetle olan ilişkilerinin bağımlılık düzeyinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öğrenciler tarafından vurgulanan bir diğer nokta ise, teknolojik araçlara olan bağımlılığın zaten varolduğu; internet ve yeni medya araçlarıyla birlikte sadece biçim değiştirdiğidir. Genel olarak, derinlemesine görüşme yapılan öğrencilerin internet bağımlılığı konusunda duyarlı oldukları görülmüştür. İnternetin aşırı kullanımının, gündelik işleri aksatacağı düşüncesi ise, öğrenciler arasında başatlık kazanmıştır.

Çalışmanın çözümleme bölümünde incelenen tematik altbaşlıklardan biri de, gündelik yaşam içerisindeki *haber takibiyle* ilgilidir. *Gündelik Haber Takibinin Değişimi* başlıklı bu bölümde; üniversite gençliğinin yoğun şekilde kullandığı internet ve sosyal ağların, gündelik haber takibine ne gibi etkiler yaptığı üzerinde durulmuştur. Görüşülen öğrenciler arasında, gündelik haber takibinin çoğunlukla internet ve sosyal ağlardan gerçekleştirildiği sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal ağlar ve internetteki diğer haber kaynakları (portallar, siteler), geleneksel medyaya göre daha güvenilir ve hızlı bulunmaktadır. Özellikle, gündemin sosyal ağlar aracılığıyla daha hızlı izlendiği vurgusu ön plana çıkmıştır. Bununla birlikte, İletişim Bilimleri Fakültesi'ndeki bazı öğrencilerin; sosyal ağlar aracılığıyla yayılan haberlerin doğru olup olmadığını sorguladıklarını da söyleyebiliriz. Sosyal ağlarla birlikte yayılan haberlerin, genel olarak doğru olarak kabul edilmesi olumsuz bir durum olarak görülebilir. Çünkü, kullanıcı sınırlaması olmayan sosyal ağlarda yayınlanan her bir haberin doğru olduğu söylenemez. Öğrencilerin çoğunun, 2013 yılında Türkiye'de yaşanan *Gezi Parkı* olaylarından etkilendiği görülmüştür. Gündemi daha hızlı izlemek ve habere ulaşmak gibi konularda Gezi Parkı değerlendirmesi önem kazanmıştır. Eşdeyişle, Türkiye'deki siyasi durum ve yaşanan olaylar, öğrencilerin haberleri sosyal ağlar aracılığıyla takip etmelerine neden olmuştur. Sonuç olarak, örneklem dahilinde görüşme yapılan öğrencilerin gündelik haber takiplerinde; internet ve sosyal ağların önemli bir ağırlığa sahip olduğu anlaşılmıştır.

İnternet ve yeni medya araçlarının yaşamımıza girmesi, tüketim alışkanlıklarında da birtakım değişiklikler yaşanmasına neden olmuştur. Günümüzde, e-ticaret uygulamaları geniş kitlelerce tercih edilmektedir. *İnternet Mecraları ve Tüketim* başlığı

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

altında, öğrencilerin gündelik yaşamdaki tüketim alışkanlıklarının enformasyon toplumlarıyla birlikte nasıl değiştiği tartışılmıştır. Ayrıca, abu altbaşlık çerçevesinde, internet reklamlarının tüketime olan etkisi üzerinde de durulmuştur. Örneklem olarak seçilen öğrenciler arasında, internet reklamlarının tüketime yönlendirmediği sonucuna ulaşılmıştır. Kaldı ki, reklamlar öğrenciler tarafından rahatsız edici olarak tanımlanmıştır. Sadece, İletişim Bilimleri Fakültesi'nden bir öğrenci, internet reklamları aracılığıyla ürünlere yönlendiğini söylemiştir. İnternet üzerinden alışverişin yalnızca olumlu noktaları üzerinde duranların yanı sıra; sadece olumsuz noktaları üzerinde duranlar da olmuştur. Öte yandan, İletişim Bilimleri Fakültesi ve İktisadi ve İdari Bilimleri Fakültesi'nden birer öğrenci; internet üzerinden alışverişin hem olumlu hem de olumsuz noktalarını bir bütünsellik içinde değerlendirmişlerdir. İnternet üzerinden alışverişin olumlu noktaları, ürünlerin ucuz ve zaman kaybının az olması olarak tanımlanmıştır. Kişisel bilgilerin kullanıma girmesi ve kredi kartı gibi konular ise, olumsuz özellikle olarak vurgulanmıştır. Giyim ve eşya gereksinimlerinin yanı sıra, internet üzerinden sadece kitap siparişinde bulunan öğrenciler de bulunmaktadır. Burada ortaya çıkan bir başka sonuç; kız öğrencilerin, erkek öğrencilere göre alışveriş sitelerini daha fazla kullanmalarıdır. Son olarak ise, Fen Fakültesi öğrencilerinin; diğer birimlerdeki öğrencilere göre internet üzerinden alışverişe daha eleştirel baktıkları gözlemlenmiştir.

Her teknolojide olduğu gibi; internet, sosyal ağlar ve yeni medya araçları da kimi riskleri beraberinde getirmektedir. Bu riskler, sözü edilen teknolojilerin daha fazla kullanılır hale gelmesiyle birlikte artmıştır. *İnternetin Riskli Dünyası* başlıklı bölümde; internet mecraları aracılığıyla karşılaşılan riskler hakkında görüşme yapılan öğrencilerin farkındalık düzeyleri incelenmiştir. Öğrenciler, kredi kartı işlemleri ve internet bankacılığı gibi konularda; kullanıcı hatalarını daha fazla öne çıkarmışlardır. Bu risklerin, güvenli internet kullanımıyla en aza indirgenebileceğine dikkat çekmişlerdir. Görüşme yapılan öğrencilerin, nefret söylemi konusunda ise oldukça duyarlı oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu konuda gerekli çalışmaların yapılması gerektiğine vurgu yapan öğrenciler; özellikle kitle iletişim araçlarını aracılığıyla sürdürülecek projelerin önemine değinmişlerdir. Belirtilen bir diğer nokta, internet hukukunda bazı belirsizliklerin olduğudur. Özellikle, bu belirsizliklerin nefret söylemini arttırdığı ifade edilmiştir. Öğrenciler, nefret söyleminde bulunanların eğitim seviyesi düşük bireyler

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

olduklarını söylemişlerdir. Bununla birlikte, saklanılan kimlikler aracılığıyla nefret söyleminin dışa vurulduğu vurgulanmıştır. Türkiye'de yaşayan farklı etnik grupların, internet aracılığıyla birbirlerini ötekileştirdiği de ulaşılan bir diğer sonuçtur. Öte yandan, İletişim Bilimleri Fakültesi ve Fen Fakültesi öğrencilerinin nefret söylemi konusunda daha bilgili ve duyarlı oldukları gözlemlenmiştir.

Çalışmanın çözümleme bölümünün *İnterneti Eleştirel Okuyabilmek* isimli son altbaşlığında ise, görüşmeye katılan üniversite öğrencilerinin olumlu ve olumsuz özelliklerini göz önünde bulundurarak; internet mecralarına ilişkin tutumlarının ne olduğu değerlendirilmiştir. Bu altbaşlıkta, öğrencilerin türdeş yanıtlar verdikleri görülmüştür. Öğrencilerin çoğunun, olumsuz özelliklerinin farkında olarak internet mecralarını kullandıkları ve bu mecraları olumladıkları sonucuna ulaşılmıştır. Görüşme yapılan öğrenciler, özellikle internetin amaca yönelik ve dengeli kullanımından bireylerin sağlayacağı yararları belirtmişlerdir. Bu bölümdeki en temel nokta ise, internet mecralarına mesafeli şekilde yaklaşan öğrencilerin de, bu mecraların olumlu özelliklerini ön plana çıkarmalarıdır. İnternet, günümüz üniversite gençliği tarafından olumlanan bir teknolojidir. Bunun olası nedeni ise, bu kuşağın internet çağı içerisinde büyüyüp gelişmesi olarak nitelendirilebilir.

Özetle, bu çalışmada geçmişten günümüze internet teknolojilerinin hem birey hem de toplum üzerindeki etkisi tarihsel olarak tartışılmıştır. Enformasyon çağı içerisinde, yeni teknolojilerin sağladığı yararlar kesinlikle inkâr edilmemelidir. Bununla birlikte, teknolojik araçların insan yaşamına bu kadar yön vermesi, gelecek nesiller için duyulan endişeyi de arttırmaktadır. Bu nedenle, internet, sosyal ağlar ve yeni medya araçlarına karşı, bugün geldiği nokta itibariyle eleştirel bakabilmek çok önemlidir. Özellikle, eleştirel medya okuryazarlılığı çalışmalarının yanı sıra, eleştirel yeni medya okuryazarlığı çalışmalarının da daha yoğun şekilde yapılmasının zamanı gelmiştir.

Sonuç olarak, yapılan bu çalışmanın merkezi temasını; üniversite öğrencilerinin internet ve sosyal ağlar dolayımlı gündelik yaşam pratiklerinin tartışılması oluşturmuştur. Bu çalışmadan elde edilen bulgular ve yorumları da, aynı alanda yapılacak olan diğer çalışmalar için katkı sağlayacaktır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Ekler

Yarı Yapılandırılmış Derinlemesine Görüşme Soruları

Merhabalar, ben Ozan YILDIRIM. Anadolu Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak görev yapmaktayım. Sizinle yüksek lisans tez çalışmam için, yirmi dakikalık bir görüşme yapacağım. Bu çalışma, Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin internet ve sosyal ağlar dolayımlı gündelik yaşam pratiklerinin nasıl gerçekleştiğini çözümlemeyi amaçlamaktadır. Yöneltilen sorulara vereceğiniz yanıtlar, sadece yürütülen: ***"İnternet ve Sosyal Ağlar Dolayımlı Gündelik Yaşam Pratikleri: Üniversite Gençliği Üzerine Bir Alan Araştırması"*** başlıklı tezin çözümleme bölümünde değerlendirilecek ve kimliğiniz saklı tutulacaktır. Katılımınız ve katkılarınız için şimdiden teşekkür ederim.

Soru 1: Kendinizi tanıtabilir misiniz?

Soru 2: İnternet, yeni medya araçları (eşdeyişle, akıllı telefon, tablet pcvb.) ve sosyal ağları kullanım amaçlarınız nelerdir? Eğer kullanmıyorsanız, bu tercihinizin nedenlerini açıklayabilir misiniz?

Soru 3: Sosyal çevreniz ve kendi yaşamınızdan hareketle, internet ve sosyal ağlarda ne tür gündelik yaşam pratikleri (etkinlikleri) gerçekleşmektedir. Anlatabilir misiniz? Sizce, internetin yaygınlaşması bireylerin kimlik oluşumlarını nasıl etkilemektedir?

Soru 4: Yeni medya araçları ve internet ortamları, teknik özelliklerini arttırmaya devam etmektedir. Bu araçların teknik özelliklerini arttırması, bireylerin sürekli olarak internet ve sosyal ağlara erişimini mümkün kılmaktadır. Özellikle akıllı telefonlar ve tablet pcler aracılığıyla mekân sınırlaması olmadan her yerden internet erişimi sağlanabilmektedir. Size göre bu durum, internet kullanımı ve bağımlılığını nasıl etkilemektedir?

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Soru 5: Gündelik yaşamın akışı içerisinde haber takibi; haber portalları, haber siteleri ve sosyal ağlar aracılığıyla gerçekleşmeye başlamıştır. Siz, haber takibinde hangi kanalları kullanıyorsunuz? Size göre günümüz gençliği haber takibi için; dergi, gazete vb. geleneksel iletişim araçlarını mı, yoksa elektronik iletişim araçlarını mı kullanmaktadır? Bu durumu, nasıl yorumluyorsunuz?

Soru 6: Elektronik ticaret, internet üzerinden alışveriş yapma olanakları son yıllarda önemli gelişmeler göstermiştir. Her geçen gün, alışveriş sitelerinin sayısı artmaya devam etmektedir. Bu konu hakkında ne düşünüyorsunuz, açıklar mısınız? Bu bağlamda, internet aracılığıyla karşı karşıya kalınan reklamlar sizce tüketime ne yönde etki etmektedir?

Soru 7: İnternet ortamları aracılığıyla gündelik yaşamda karşı karşıya kalınan *nefret söylemi, kredi kartı dolandırıcılığı vb.* diğer siber suçlardan haberdar mısınız? Bu anlamda, internetin bu yöndeki kullanımı konusunda ne düşünüyorsunuz?

Soru 8: İnternetin olumlu ve olumsuz özelliklerini göz önünde bulundurduğunuzda; sizin, internet mecralarına ve yeni medya araçlarına ilişkin tutumunuzun ne olduğunu açıklayabilir misiniz?

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Kaynakça

Kitaplar

Adorno, T. (2009). *Kültür endüstrisi: Kültür yönetimi*. (4. baskı). (Çev: N. Ülner, M. Tüzel ve E. Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.

Akan, V. (1994). Üniversite gençliğinin genel uyumu ve işgücü. *Dünyada ve Türkiye'de Güncel Sosyolojik Gelişmeler*. Ankara: Sosyoloji Derneği Yayınları, ss. 873-879.

Akyazı, E. ve Ateş, D. (2012). Kültürel kimlik farkındalığı yaratmada sosyal ağların rolü: Manav türkleri üzerine bir araştırma. *Sosyal medya akademi*. (Ed: T. Kara ve E. Özgen). İstanbul: Beta Yayınları, ss. 173-195.

Allison, J. P. (2009). *Longing and belonging: Parents, children and consumer culture*. California: California Press Corporation.

Altay, D. (2005). Kadife karanlık: 21. yüzyıl iletişim çağını aydınlatan kuramcılar. *Marshall mcLuhan*. (Ed: N. Rigel). İstanbul: Su Yayınevi, ss. 9-75.

Amarnathan, S. L. (2000). *Crime related to computer network: Scope and underlying issues*. Tokyo: Unafei.

Aydoğanoğlu, E. (2009). *Kapitalizm ve kriz*. Ankara: Kültür Sanat Sen Yayınları.

Aygül, E. (2010). Facebook'ta nefret söyleminin üretilmesi ve dolaşıma sokulması. *Yeni medyada nefret söylemi*. (Der: T. Çomu). İstanbul: Kalkedon Yayıncılık, ss. 95-141.

Bakardjieva, M. (2005). *Internet society: The internet in everday life*. London: Sage Publications.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Baudrillard, J. (2005). *Anahtar sözcükler*. (Çev: O. Adanır ve L. Yıldırım). Ankara: Paragraf Yayınları.

Baudrillard, J. (1999). *The consumer society-Myths & structures*. London: Sage Puplications.

Bauman, Z. (1999). *Çalışma, tüketicilik ve yeni yoksullar.* (Çev: Ü. Öktem). İstanbul: Sarmal Yayınevi.

Bauman, Z. (2007). *Consuming life*. Cambridge: Polity Press.

Bayhan, V. (2002). *Genç Kimliği: Üniversite Gençliğinin Sosyolojik Profili: İnönü Üniversitesi Uygulaması*. Malatya: İnönü Üniversitesi Yayınları.

Bennet, A. (2005). *Culture and everyday life*. London: Sage Publications.

Binark, M. (2012). Yeni medya ve yaratıcı endüstri. *Medya ekonomisi ve işletmeciliği*. (Ed: E. Dağtaş). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, ss. 165-192.

Binark, M. (2010). Nefret söyleminin yeni medya ortamında dolaşıma girmesi ve türetilmesi. *Yeni medyada nefret söylemi*. (Der: T. Çomu). İstanbul: Kalkedon Yayıncılık, ss. 11-55.

Binark, M. (2007). Yeni medya çalışmaları. *Yeni medya çalışmaları*. (Der: M. Binark). Ankara: Dipnot Yayınevi, ss. 5-17.

Binark, M. (2007). Yeni medya çalışmalarında yeni sorular ve yöntem sorunu. *Yeni medya çalışmaları*. (Der: M Binark). Ankara: Dipnot Yayınevi, ss. 21-44.

Binark, M. (2005). Kimlik(lenme), dipnotsuz iletişim ve etnik laflama odaları. *İnternet, toplum, kültür*. (Der: M. Binark ve B. Kılıçbay). Ankara: Epos Yayınları, ss. 118-136.

Bocock, R. (1997). *Tüketim*. (Çev: İ. Kutluk). Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Bozkurt, V. (2006). *Değişen dünyada sosyoloji*. Bursa: Ekin Kitapevi.

Braudel, F. (2004). *Maddi uygarlık gündelik hayatın yapıları*. (Çev: M. A. Kılıçbay). Ankara: İmge Kitapevi.

Cantek, L. (2008). *Cumhuriyetin büluğ çağı: Gündelik yaşama dair tartışmalar*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Castells, M. (2005). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür birinci cilt: Ağ toplumunun yükselişi*. (Çev: E. Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Castells, M. (2007). *Enf*ormasyon çağı: *Ekonomi, toplum ve kültür üçüncü cilt: Binyılın sonu*. (Çev: E Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Civelek, M. E. (2009). *İnternet çağı dinamikleri*. İstanbul. Beta Yayınları:

Dağtaş, B. ve Dağtaş, E. (2009). Tüketim kültürü, yaşam tarzları, boş zamanlar ve medya üzerine bir literatür taraması. *Medya, tüketim kültürü ve yaşam tarzları*. (Der: B. Dağtaş ve E. Dağtaş). Ankara: Ütopya Yayınevi, ss. 27-76.

Dağtaş, E. (2006). *Türkiye'de magazin basını*. Ankara: Ütopya yayınevi.

Dirini, İ. (2010). Okur yorumlarıyla yeniden yeniden üretilen nefret söylemi. *Yeni medyada nefret söylemi*. (Der: T. Çomu). İstanbul: Kalkedon Yayıncılık, ss. 55-95.

Doğu, B. (2010). Sanal nefret pratikleri: İnternet'te nefret söylemi ve karşı örgütlenmeler. *Yeni medyada nefret söylemi*. (Der: T. Çomu). İstanbul: Kalkedon Yayıncılık, ss. 223-253.

Fallows, D. (2004). *The internet and daily life*. Washington: American Life Project.

Featherstone, M. (1996). *Postmodernizm ve tüketim kültürü*. (Çev: M. Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Flichy, P. (2006). New media history. *Hanbook of new media*. (Ed: L.A. Lievrouw ve S. Livingstone). London: Sage Publications, ss. 187-205.

Geray, H. (2003). *İletişim ve teknoloji*. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Gökalp, E. (2009). Kültür endüstrisi ve Frankfurt okulu'nda kitle kültürü eleştirisi. *Ebru Parman'a armağan: Sanat tarihi ve arkeoloji yazıları*. (Ed: A.O. Alp). Ankara: Alter Yayıncılık, ss. 223-236.

Gönenli, G. ve Hürmeriç, P. (2012). Sosyal medya: Bir alan çalışması olarak facebook kullanımı. *Sosyal medya akademi*. (Ed: T. Kara ve E. Özgen). İstanbul: Beta Yayınları, ss. 213-243.

Güler, C. (2011). Web 2.0: blog, wiki. *Yeni iletişim teknolojileri*. (Ed: M. E. Mutlu). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, ss. 50-72.

Gümüş, A. (2004). *Bilgisayarlı iletişim*. İstanbul: Değişim Yayınları.

Güngör, N. (2011). *İletişim kuramlar yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitapevi.

Jankowksi, W. N. (2006). Creating community with media: History, theories and scientific investigations. *Handbook of new media*. (Ed: L. A. Lievrouw and S. Livingstone). London: Sage Publications, ss. 55-75.

Jean, B. and Joshua, G. (2009). *Youtube online video and participatary culture. Dijital media and society*. Cambridge: Polity Press.

Kara, T. ve Özgen, E. (2012) Editörden Bölümü. *Sosyal Medya Akademi*. (Ed: T. Kara, E. Özgen). İstanbul: Beta Yayınları.

Kayabaş, K. B. (2011).Sosyal ağlar. *Yeni iletişim teknolojileri*. (Ed: E. Mutlu). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, ss. 72-90.

Kaya, R. (2009). *İktidar yumağı, medya-sermaye-devlet*. Ankara: İmge Kitapevi.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Kellner, D. (2005). Kültür endüstrileri. *Kitle iletişim kuramları*. (Der. ve Çev: E. Mutlu). Ankara: Ütopya Yayınevi, ss. 233-239

Kelly, J. R. ve Freysinger, J. V. (2000). *21st century leisure: Current issues*. Boston: Allyn and Bacon.

Köse, H. (2010). *Medya ve tüketim sosyolojisi*. Ankara: Ayraç Kitapevi.

Kuegler, T., Dowling, P. ve Taylor, B. (2000). *Web advertising and marketing*. New York: Prima Publishing Co.

Laughey, D. (2010). *Medya çalışmaları: Teoriler ve yaklaşımlar*. (Çev: A. Toprak). İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Lefebvre, H. (1998). *Modern dünyada gündelik hayat*. (Çev: I. Gürbüz). İstanbul: Metis Yayınları.

Lister, M. , Dovey, J. , Giddings, S. , Grant, I. , Kelly, K. (2009). *New media.* New York: Routledge.

Lull, J. (2000). *Popüler müzik ve iletişim*. (Çev: T. İblağ). İstanbul: Çiviyazıları/Litera.

Lury, C. (2002). Everday life and the economy. *Understanding everday life*. (Ed: T. Bennett and D. Watson). Massachusetts: Blackwell Publishing, ss. 139-183.

Marcuse, H. (1968). *Tek boyutlu insan : İleri endüstriyel toplumun ideolojisi üzerinde inceleme*. (Çev: S. Çağan). İstanbul: May Yayınları.

Marshall, G. (2003). *Sosyoloji sözlüğü*. (Çev: O. Akınhay ve D. Kömürcü). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Marx, K. (1990). *Kapital III*. (Çev: A. Bilgi). Ankara: Sol Yayınları.

Marx, K. (1993). *1844 el yazmaları*. (Çev: K. Somer). Ankara: Sol Yayınları

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Mattelart, A. ve Mattelart, M. (2011). *İletişim kuramları tarihi*. (Çev: M. Zıllıoğlu). İstanbul: İletişim Yayınları.

McLuhan, M. (2005). *Yaradanımız medya*. (Çev: Ü. Oskay). İstanbul: Merkez Kitapçılık.

Morley, D. ve Robins, K. (1995). *Kimlik mekanları*. (Çev: E. Zeybekoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Mutlu, E. (2008). *İletişim sözlüğü*. (5. Basım). Ankara: Ayraç Kitapevi.

Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, popüler kültür ve medya*. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Murray, R. (1995). Fordizm ve post fordizm. *Yeni zamanlar: 1990'larda politikanın değişen çehresi*. (Der: S. Hall ve M. Jacques). (Çev: A. Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, ss. 46-63.

Oktay, A. (2002). *Popüler kültürler*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Özkök, E. (1985). *İletişim kuramları açısından kitlelerin çözülüşü*. Ankara: Tan Yayınları.

Perelman, M. (2003). The history of capitalism. *Anti-capitalism: A marxist introduction*. (Ed: A. Saad Filho). London: Pluto, ss. 119-126.

Poster, M. (2006). Culture and new media a historical view. *Handbook of new media*. (Ed: L. A. Lievrouw and S. Livingstone). Londın: Sage Publications, ss. 134-141.

Robbins, A. (2010). *Twitter Power: How to dominate your market one tweet at a time*. New Jersey: Wiley.

Safaer, D. A. and Goodman, S. F. (2006). *Cyber crime and security*. California: Hoover Press.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Shih, C. (2009). *The facebook era: Tapping online social networks to build better products reach new audiences, and sell more stuff.* Boston: Pearson Education.

Silverstone, R. (1994). *Television and everday life*. London: Routledge.

Solomon, R. M. (2003). *Tüketici krallığının fethi*. (Çev: S. Çetinkaya). İstanbul: MediaCat Kitapları.

Spenle, A. M. (1980). *Ergenlik psikolojisi: Ergen ve dünyası*. (Çev: B. Onur). Ankara: Maya Matbaacılık.

Stevenson, N. (2008). *Medya kültürleri: Sosyal teori ve kitle iletişimi*. (Çev: G. Orhon, B. E. Aksoy). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Swingewood, A. (1996). *Kitle kültürü efsanesi*. (Çev: A. Kansu). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Şaylan, G. (1995). *Değişim küreselleşme ve devletin yeni işlevi*. Ankara: İmge Kitapevi.

Peltekoğlu, B. F. (2012). Sosyal medya, sosyal değişim. *Sosyal medya akademi*. (Ed: T. Kara ve E. Özgen). İstanbul: Beta Yayınları, ss. 3-9.

Ritzer, G. (1998). *Toplumun mcDonaldlaştırılması.* (Çev: Ş.S. Kaya). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Tekeli, İ. (2000). Tarih yazımında gündelik yaşam tarihçiliğinin kavramsal çerçevesi nasıl genişletilebilir?. *Tarih yazımında yeni yaklaşımlar. Küreselleşme ve yerelleşme*. (Der: Z. A. Kızılyaprak). İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları, ss. 42-60.

Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2009). *İletişim araştırmaları ve kuramları* (3. baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım.

Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Toffler, A. (1981). *Üçüncü dalga*. (Çev: A. Seden). İstanbul: Altın Kitaplar Yayınları.

Toprak, A. ; Yıldırım, A. ; Aygül, E. ; Binark, M. ; Börekçi, S. ve Çomu, T. (2009). *Toplumsal paylaşım ağı facebook: "Görülüyorum öyleyse varım!"*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Törenli, N. (2004). *Yeni medya, yeni iletişim ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Treadway, C. and Smith, M. (2010). *Facebook marketing an hour a day*. Indianapolis: Wiley Publishing.

Turan, G. (2009). Gerçek(siz)liğimizde sarıldığımız serap: İnternet. *Medya tüketim kültürü ve yaşam tarzları türkiye medyasından örüntüler*. (Der: B. Dağtaş ve E. Dağtaş). Ankara: Ütopya Yayınevi, ss. 337-364.

Uğur, S. (2011). İnternet ve web. *Yeni iletişim teknolojileri*. (Ed: M. E. Mutlu). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, ss. 32-50.

Urry, J. (1995). Örgütlü kapitalizmin sonu. *Yeni zamanlar: 1990'larda politikanın değişen çehresi*. (Der: S. Hall ve M. Jacques). (Çev: A. Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, ss. 95-105.

Ünay, S. (2010). Neoliberal küreselleşme ve evrensel tüketim kültürünün yükselişi. *Tüketim ve değerler.* (Ed: R. Şentürk). İstanbul: Altınoluk Yayın, ss. 73-87.

Vaneigem, R. (2012). *The revolution of everday life*. (Çev: D. N. Nicholson). Oakland: PM Press.

Wallerstein, E. (2006). *Tarihsel kapitalizm*. (4. Baskı). (Çev: N. Alpay). İstanbul: Metis Yayınları.

Wellman, B. and Haythornwaite, C. (2002). *The internet in everyday life*. Oxford: Blackwell Publishing.

Virilio, P. (2003). *Enformasyon bombası*. (Çev: K. Şahin). İstanbul: Metis Yayınları.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Makaleler

Alemdaroğlu, A. (2005). Bir imkân olarak gençlik. *Birikim*, (196). 21-30.

Amin, S. (2009). Dünya yoksulluğu, yoksullaşma ve sermaye birikimi. *Mülkiye, 33* (262), 89-99.

Arıkan, G., Şahin, B., Zorlu, A. ve Poyraz, T. (2003). Üniversite gençliğinin güncel sorunlara bakışı. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 20* (1), 1-32.

Arısoy, Ö. (2009). İnternet bağımlılığı ve tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar Dergisi, 1* (1), 55-67.

Aslanoğlu, R. A. (1999). Siberbedenler: İnsan-makine ayrımında. *Birikim*. Mart, 31-37.

Atıcı, B. ve Gümüş, Ç. (2003). Sanal ortamlarda gerçek tehditler: Siber terör. *Polis Dergisi, 9*(37), 53-67.

Aytaç, Ö. (2004). Kapitalizm ve hegemonya ilişkileri bağlamında boş zaman. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, 28* (2), 115-138.

Brenner, R. (1977). The origins of capitalist development: A crituque of neo-smithian marxism. *New Left Review,* (104), 25-92.

Burden, K., Palmer, C. and Lyde, B. (2003). Cyber-crime a new breed of criminal. *Computer Law and Security Report, 19*(3), 222-228.

Erendil, A. T. (2000). Mit ve gerçeklik olarak denizli-üretim ve iş gücünün değişen yapısı: Eleştirel kuram açısından bir değerlendime. *Toplum ve Bilim, Güz* (86), 91-118.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Ergur, A. (1998). Nergis harikalar diyarında: Sanal gerçekliğin ideolojik bağlamı. *Toplum ve Bilim, Kış* (79), 138-162.

Ernst, B. (1995). Yeni giysi, aydınlatılmış vitrin. (Çev: O. Kural). *Cogito* (5), 104-105.

Dağtaş, B. (2012). Futbolda tüketim kültürü: Esstore ve es es bonus kart. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. Haziran* (16), 28-44.

Denizci, Ö. M. (2009). Bilişim toplumu bağlamında internet olgusu ve sosyopsikolojik etkileri. *Marmara İletişim Dergisi*. *Temmuz* (15). 47-65.

Gordon, S. and Ford, R. (2006). On the definition and classification of cybercrime. *Journal of Computer Virology, 2*(1), 13-20.

Göker, G., Demir, M. ve Doğan, A. (2010). Ağ toplumunda sosyalleşme ve paylaşım: Facebook üzerine ampirik bir araştırma. *Journal of New World Sciences Academy, 5*(2). 183-206.

Güzel, M. (2006). Küreselleşme, internet ve gençlik kültürü. *Küresel İletişim Dergisi.* Bahar, (1). 1-16.

Halis, B. (2012). Tüketimin değişen yüzü: Elektronik ticaret uygulamaları ve sosyal paylaşım ağlarının rolü. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi. 1*, (4), 149-160.

Haythornthwaite, C. (2001). The internet in everday life. *American Behavioral Scientist, 45* (3), 363-382.

Hibbins, R. (1996). Global leisure. *Social Alternatives, 15* (1). 22-25.

Hinduja, S. and Patchin, W.J. (2008). Personal information of adolescents on internet: A quantitative content analysis of myspace. *Journal of Adolescence*. (31). 125-146.

İnanır, S. (2005). Bildiğimiz gençliğin sonu. *Birikim*, (196). 37-52.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Jansen, B., Zhang, M. and Sabel, K. (2009). Twitter power: Tweets as electronic world of mouth. *Journal of American Society for Information Science and Technology, 60* (11), 2169-2188.

Juniu, S. (2000). Downshifting: regaining the essence of leisure. *Journal of Leisure Research, 32* (1), 69-73.

Karaduman, S. (2010). Modernizimden postmodernizme kimliğin yapısal dönüşümü. *Journal of Yaşar University, 17* (5), 2886-2899.

Kartal, Z. (2007). Kavramsal ve tarihsel yönleri ile küreselleşme. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8* (2), 251-264.

Kaypakoğlu, S. (1999). Küreselleşme ve medya. *Birikim*. Ocak, 88-92.

Kocacık, F. (2003). Bilgi toplumu ve türkiye. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, 27* (1), 1-10

Kolbitsch, J. ve Maurer, H. (2006). The information of the web: How emerging communities shape the information we consume. *Journal of üniversal computer science, 12* (2), 187-213.

Lüküslü, D. G. (2005). Farklı kitaplardan farklı açılardan gençlik analizleri. *Birikim,* (196), 69-73.

Mukul, İ. ve Yılmaz, M. (2010). Birinci coğrafya kongresi açısından uluslaşma süreci. *Eğitim Bilim Toplum Dergisi, 8* (31), 39-64.

Odabaş, H. , Odabaş, Y. ve Polat, C. (2008). Üniversite öğrencilerinin okuma alışkanlığı: Ankara Üniversitesi örneği. *Bilgi Dünyası, 9* (2), 431-465.

Odabaşı, F., Mısırlı, Ö., Gününç, S., Timar, Ş. Z., Ersoy, M., Som, S., Dönmez, İ.F., Akçay, T. ve Erol, O. (2012). Eğitim için yeni bir ortam: Twitter. *Anadolu Journal of Education Sciences International, 2* (1), 89-103.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Özcan, K. N. ve Buzlu, S. (2005). Problemli internet kullanımını belirlemede yardımcı bir araç: İnternette bilişsel durum ölçeğinin üniversite öğrencilerinde geçerlilik ve güvenirliliği. *Bağımlılık Dergisi, 6* (1), 19-26.

Özkan, H.H. (2006). Popüler kültür ve eğitim. *Kastamonu Eğitim Dergisi, 14* (1), 29-38.

Öztürk, Ö., Odabaşıoğlu, G., Eraslan, D., Genç, Y., ve Kalyoncu, A. (2007). İnternet bağımlılığı: Kliniği ve tedavisi. *Bağımlılık Dergisi, 8* (1), 36-41.

Pelenk, A., Velioğlu, Ö. ve Değirmencioğlu, G. (2011). Tüketimin yeni odağı: Private shopping üzerine bir inceleme. *Academic Journal of Information Technology, 2* (4), 1-22.

Pempek, T., Yermolaveya, A. and Calvert, S. (2009). College students social networking experiences on facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, (30). 227-238.

Pfeil, U., Arjan, R. and Zaphiris, P. (2009). Age differences in online social networking-A study of user profiles and the social capital divide among teenagers and older users in myspace. *Computer in Human Behavior*, (25). 643-654.

Ruma, İ. (2012). Dünya düzeninde yılın birikimi 2011: Evrilen krizin siyasi anatomisi. *Birikim*, (272). 93-100.

Rustin, M. (1989). The politics of post-fordism: Or, the trouble with 'new times'. *New Left Rewiev*. (175). 54-77.

Selçuk, G. (2011). Fordist birikim rejimi ve kitle kültürü. *Journal of Yasar University*. *24* (6), 4130-4152.

Şahin, M. C. (2007). Sanayi toplumundan sanayi sonrası topluma farklılaşan gençlik hallerinin sosyolojik görünümü. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, (2)*, 157-177.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Şener, E.H. (2004). Postmodern dönemde devleti modernleştirmek: Yeni işçi partisinin kamu hizmeti anlayışı. *Amme İdaresi Dergisi*. *37*(6). 121-146.

Ulusoy, M. D., Demir, Ö. N. ve Baran, A. G. (2005). Ebeveynin çocuk yetiştirme biçimi ve ergen problemleri: Ankara ili örneği. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 3*(3). 367-386.

Vural, B. A. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yasar University, 20*(5). 3348-3382.

Yanıklar, C. (2010). Tüketim kültürü, kapitalizm ve insan ihtiyaçları arasındaki ilişki üzerine bir tartışma. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 34*(1). 25-32.

Yıldız, S. (2007). Suçta araç olarak internetin teknik ve hukuki yönden incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* (17), 609-625.

Yayınlanmış Bildiriler

Cheng, X., Dale, C. and Liu, J. (2008). *Statistic and social network of youtube videos*. 16th International Workshop Quality of Service. Canada: Simon Fraser University, 229-238.

Dağtaş, E. (2007). *İnternet, katılımcı demokrasi ve yurttaşlık hakları*. XII. Türkiye'de İnternet Konferansı. Ankara: Güzel Sanatlar Fakültesi, 254-266.

Tezler

Bostancı, M. (2010). *Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Deniz, A. (2012). *Sosyal ağ kullanımı ve sosyal ağlarda benlik algısı: Muğla ili örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Ekin, V. (2010). *Tüketim toplumu, hedonizm ve araç olarak yazılı basın*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Mısır, B. M. (2011). *Kapitalizm, devletler ve egemenlik: Egemenlik kuramının tarihsel maddeci bir eleştirisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ünal, Y. (2009). *Tüketim toplumuna geçişte televizyonun sosyo-ekonomik rolü*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İnternet Kaynakları

Akçay, H. (2011). *Kullanım doyumlar yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı: Gümüşhane üniversitesi üzerine bir araştırma*, http://ilet.gazi.edu.tr/posts/download?id=13178, (Erişim Tarihi: 10.05.2013).

Batuş, G. (2004). *Sözlü kültürden kitle kültürüne geçiş sürecine direnen değerler.* 2. Uluslararası Communication in the Millenium Sempozyumu'nda sunulan bildiri, http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130853303.pdf, (Erişim tarihi: 21.11.2012).

Dilmen, N. (2007). *Yeni medya kavramı çerçevesinde internet günlükleri bloglar ve gazeteciliğe yansımaları*. http://iletisim.marmara.edu.tr/dosyalar/dergi.pdf,(Erişim tarihi: 11.12.2012).

Efthymios, C. ve Stefan, J. F. (2008). *Web 2.0: conceptual foundations and marketing issue*. http://www.palgrave-journals.com/dddmp/journal/v9/n3/pdf/4350098a.pdf (Erişim tarihi: 07.12.2012).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Ersoy, E. (2008). *Tarihsel kapitalizmden güncel kapitalizme küreselleşme.* http://web.firat.edu.tr/daum/docs/71/24%20Tarihsel%20Kapitalizm-Ersan%20ERSOY-%C3%B6dendi%2011syf-143-153.doc (Erişim tarihi: 21.11.2012).

Holloway, J. (1997). *Yabancılaşma üzerine bir not.* (Çev: D. Koptekin, İ. Kabran). http://www.elestirelpsikoloji.org/arsiv/01/holloway.html (Erişim tarihi: 07.12.2012).

Kar, M. ve Tatlısöz, F. (2008). *Türkiye'de doğrudan yabancı sermaye hareketlerini belirleyen faktörlerin ekonometrik analizi*. http://iibfdergi.kmu.edu.tr/userfiles/file/haziran2008/cilt8/say14/436-458.pdf (Erişim tarihi: 05.11.2012).

Kocadaş, B. (2004). *Kültür ve medya*. http://www.insanbilimleri.com/ojs/index.php/uib/article/viewArticle/86 (Erişim tarihi: 27.02.2013).

Şahin, Ö. ve Ecehan, B. (2001). *Gündelik yaşamı dönüştürmek ve Marksist düşünce.* http://www.praksis.org/wp-content/uploads/2011/07/004-Sahin-Balta.pdf. (Erişim tarihi: 10.01.2012).

Wellman, B. ; Haase, A. ; Boase, J. ve Chen, W. (2002). http://groups.chass.utoronto.ca/netlab/wp-content/uploads/2012/05/Examining-the-Internet-in-Everyday-Life.pdf (Erişim tarihi: 05.10.2012).

http://www.bilgitoplumu.gov.tr/Documents/1/Diger/Bilgi_Toplumu_Istatistikleri_2011.pdf (Erişim tarihi: 05.10.2012).

http://www.sabah.com.tr/Teknoloji/Haber/2012/03/16/iste-turkiyenin-twitter-istatistikleri (Erişim tarihi: 20.05.2013).

http://www.sabah.com.tr/Teknoloji/Haber/2012/01/27/facebookta-avrupa-lideriyiz (Erişim tarihi: 14.05. 2013).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

http://www.sabah.com.tr/Teknoloji/Haber/2012/10/26/turklerin-internet-kullanim-aliskanliklari (Erişim Tarihi: 22.04.2013).

http://www.nefretsoylemi.org/nefret_soylemi_nedir.asp (Erişim Tarihi: 26.04.2013).

http://youtube-global.blogspot.com/ (Erişim tarihi: 20.05.2013).

http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/2006/09/04/8384727/index.htm (Erişim tarihi: 21.05.2013).

http://yardim.gittigidiyor.com/yeni-uyeler/about-gittigidiyor (Erişim tarihi: 21.05.2013).

http://www.trendyol.com/hakkimizda.html (Erişim tarihi: 21.05.2013).

http://www.morhipo.com/hakkimizda (Erişim tarihi: 21.05.2013).

http://www.cnnturk.com/2011/bilim.teknoloji/teknoloji/02/04/en.pahali.internet.turkiyede/605716.0/ (Erişim tarihi: 26.11.2013).

www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5237.html (Erişim tarihi: 15.01.2014).

http://www.sosyalsosyal.com/dunya-genelinde-internet-hizlari-ve-ucretleri-infographic (Erişim tarihi: 28.03.2014).

http://www.zaman.com.tr/ekonomi_interneti-en-pahali-kullanan-uc-ulkeden-biri-turkiye_2200692.html (Erişim tarihi: 28.03.2014).

http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2010/07/02/her_vatandasa_ucretsiz_internet_hakki (Erişim tarihi: 28.03.2014).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ