

T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

CEP TELEFONU KULLANIMININ İNSAN İLİŞKİLERİNE ETKİSİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan

Fırat Ertem

Tez Danışmanı

Yrd. Doç. Dr. Ensar Nişancı

Ekim, 2006

İstanbul

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	3
TEZİN AMACI	4
TEZİN ÖNEMİ	7
GİRİŞ	9
I.BÖLÜM	14
1. İLETİŞİM TANIMLARI VE KİŞİLERARASI İLETİŞİM	14
1.1. İletişim Kavramı	15
1.2. Genel İletişim Modeli	16
1.3. İletişim Türleri	18
1.3.1. İnsan-İnsan İlişkileri Bağlamında İletişim	19
1.3.2. İnsan-Nesne İlişkileri Bağlamında İletişim	21
II.BÖLÜM	23
2. CEP TELEFONU KULLANIMININ OLUMSUZ ETKİLERİ	23
2.1. Cep Telefonuna Geçiş	24
2.2. Cep Telefonunun Birey ve Toplum Üzerindeki Olumsuz Etkileri	27
2.3. Cep Telefonunun Kişilerarası İletişime Etkisi	33
III.BÖLÜM	41
3. KATMA DEĞERLİ SERVİSLER PAZARI	41
3.1. Cep Telefonu Servisleri ve Kullanım Alanları	45
3.1.1. Mobil Müzik	48
3.1.2. Mobil TV	50
3.1.3. SMS İle Pazarlama	52
3.1.4. Cep Telefonu İle Ödeme	54
3.2. Türkiye’de Cep Telefonu Kullanımı	55
SONUÇ	62
KAYNAKÇA	64

ÖNSÖZ

Bu çalışma, insanların sosyal gerçeklik oluşturmada cep telefonunun önemini, kişisel iletişim ürünlerinden cep telefonlarının, farklı faktörler nedeniyle geçirdiği değişimi ve bu değişimlerin kullanıcıya etkilerini aktarmak amacıyla yapılmıştır. Gelişen teknoloji ve kullanıcının değişen talepleri kullanılabilirlik ile ilgili yöntemlere yer vermemizi gerektirdi. İletişim kavramı içinde ürün olarak cep telefonlarının kullanımında, ses trafiğinin yanı sıra katma değerli servislerin etkisi vurgulanmaktadır. Teknolojik gelişme ve kullanıcının etkisi ile biçimsel değişim geçirmekte olan cep telefonları, iletişime olan etkiler düzeyinde ele alınarak, değerlendirme ölçütleri ortaya konmuştur. Olumsuz etkilerinin ön plana çıkartılmamasının nedeni, dünyada milyar dolarlık pazar olması ve devletin sorunsuz vergi tahsil edebildiği bir kaynak olmasıdır. Sorunsuz olma sebebi tüm kayıtların her gün gelişen teknoloji desteğiyle operatörler tarafından denetlenebilir halde sistematik bir şekilde arşivlenmesidir.

Birinci bölümde, iletişim kavramı, insan -insan ve insan-nesne ekseninde olmak üzere iki farklı açıdan incelenmektedir. Kişisel iletişim kavramını somutlaştıran ve insanlar arası iletişimi en yaygın biçimde yerine getiren mobil telefonların nesnel özellikleri incelenmektedir.

İkinci bölümde, tez konu başlığı olan cep telefonunu kullanımının insan ilişkilerine olumsuz etkisi ele alınmaktadır. Telefonun bireyin günlük hayat üzerindeki olumsuz etkileri ön plana çıkarılmaktadır.

Üçüncü bölümde, cep telefonunun yaratmış olduğu pazarların çarpıcı rakamlarına yer verilmektedir. Cep telefonunu sadece ses trafiği için kullanılmamaktadır. Katma Değerli Servisler Pazarı başlığı altında güvenilir kurumların rapor ve araştırmalara yer verilmektedir. Sebebi, cep telefonunun Türkiye’de son on yıldır var olmasından ötürü yeterli Türkçe kaynak bulunmamaktadır. Türkiye’yi de için alan araştırmaların şaşırtıcı rakamlarına, üçüncü bölümde detaylı yer verilmektedir. Özellikle SMS buzdağının görünmeyen sektör hacmi incelenmektedir. Katma Değerli Servis sektörünün medya ve devlet ilişkileri gözden geçirilmekte, yeni nesil servisler ve örnekler ele alınmaktadır.

Fırat Ertem

Ekim, 2006

TEZİN AMACI

İletişim insanoğlunun yaşamında en önemli becerilerinden biridir. İnsanlar uyanık olduğu saatlerin büyük bir kısmını konuşarak veya iletişim sağladığı bazı davranışlarda bulunarak geçirir. İnsanların beraber yaşamalarının temelinde iletişim kurabilmeleri yatar. Hayvanlar, aralarında türlerine özgü içgüdüsel kodlarla iletişim sağlarken, insanlar, öğrenilerek kazanılan birçok faktörün etkisiyle gerek biçim, gerek tarz ve gerekse içerik olarak farklı iletişim kanalları kullanırlar.

İnsanoğlu toplumun dilini, davranışını taklit ederek diğerleriyle iletişime geçmeyi öğrenir. Daha sonra başka topluluklardan farklı iletişim biçimleri ve en sonunda dünyayla entegre olmak için kullanılan ortak iletişim kanallarını kullanmayı öğrenir.

Canlılar varlıklarını sürdürebilmek için iletişim kurmak zorundadırlar. Canlılar diğerleriyle iletişime girerken çeşitli yöntemler kullanır (örneğin, kimi sesini, kimi beden dilini, kimi de her ikisini birden kullanır). Karşı taraf bu kullanılan yöntemin temsil ettiği anlamı ayırt edebiliyorsa iletişim kurulabilmiş demektir. Bu anlamın ayırt edilmesi sürecinde eğitimin, kültürün, düşüncenin, algının, bedeni kullanmanın, mizacın, içinde bulunulan konumun, kullanılan iletişim araçlarının ve iletişime girenlerin niyetlerinin çeşitli seviyelerde rolü vardır. İyi iletişim kurabilme (kişinin kendisini ifade etmesi ve karşısındakinin verdiği mesajı doğru kavrayabilmesi), bir iletişim sürecinde rol oynayan faktörlerin bilinmesiyle mümkündür.

Genelde iletişimle ilgili araştırmalarda esas amaç, insanların düşünce ve davranışlarının nasıl etkilenebileceğinin bilinmesidir. Bunu takip eden iletişim bilimiyle ilgili araştırmaların ağırlık noktasını “inandırma ya da ikna etme” üzerine kurulan çalışmalar oluşturmaktadır.¹ İletişim, özellikle reklâm dünyasında ve bu dünyada belli prensiplere göre yayınların kitle üzerindeki etkilerinde ön plana çıkıyor gibi görünse de, insan yaşamının, geçmiş, şimdi ve gelecek olmak üzere her safhasında önemini aynı ağırlıkta korumaktadır.

¹ Rowntree, 2000, s:20

Rowntree takip edilirse, iletişim hakkında Őu sorular sorulmalıdır;² iletişim kurmaya neden ihtiyaç vardır, iletişim kiminle/kimlerle olmalıdır, hangi tür iletişim biçimini kullanmak daha uygundur, iletişimi engelleyen faktörler nelerdir, iletişim kurma becerileri nasıl geliştirilebilir. Geçen hafta önem taşıyan bir iletişim durum detaylarıyla hatırlanmak istenilirse, Őu sorular sorulabilir; iletişim, yüz yüze mi kuruldu, telefonla mı oldu, cep telefonundan kısa mesajla mı kuruldu, elektronik postayla mı gerçekleşti. İnsanların ilişki biçimlerinde tercihlerini öncelikli olarak Őu şekillerde yaptığı söylenebilir, yüz yüze görüşme, telefonla görüşme, ıslak imzalı yazışma, altı imzalı faks, elektronik posta, SMS³. SMS ve elektronik posta günlük yaşantıda yer almaya başlamıştır. İletim şeklinde gerçekleşen, çok kısa zaman içinde iletiye cevap alabilme yetisi anlık haberleşme servisleriyle mektup alışkanlığından sonra günlük hayata girmiştir. Anlık hız, doğal olarak teknolojinin nimetidir. Mektup alışkanlığından sonra insan hayatına giren bu teknolojik yenilikler, gönderilen mektubun postacı tarafından kapıya kadar getirilme sürecinden çok daha hızlı gerçekleşmektedir. Teknoloji ucuzlayan fiyatlarıyla yaygınlaşması doğrultusunda nüfuzunu her geçen gün arttırmaktadır. Amacım, cep telefonu özellikle SMS üzerinden yapılan haberleşmeye dikkat çekmektir. Toplumların, yeni yıl tebriklerini cep telefonundan gönderdiği SMS ile sunulduğu bir çağ yaşanmaktadır.

Cep telefonları özellikle gençler tarafından günlük yaşantıda daha çok araç olarak değil, amaç olarak kullanılmaktadır. Ses trafiğinden daha ucuz olan kısa mesajlaşma, bağımlılaştırıcı bir nitelik göstermektedir. İnternetin cep telefonundan daha yavaş yaygınlaşmasıyla, Türkiye’de kısa mesaj elektronik postadan önce yer edinmiştir. Ücretli olan bu uygulamanın yanı sıra katma değerli servisler; oyunlar, sohbet servisleri, video, resim, müzik indirmek, faturaya ayrıca değerlendirilip faturalandırılan hizmetlerdir. Yüz yüze iletişimi azaltan cep telefonu ve bilgisayarlar, bağımlılık derecesinde güncel yaşama girmiş durumdadırlar. Bu konuda insanlara küçük yaşta eğitim verilmesi şarttır, Milli Eğitim Bakanlığı bu konuda medya okuryazarlığı adı altında pilot çalışmalara hazırlanmaktadır. Ancak her gün gelişen yeni teknolojilerin hızına ayak uyduramamaktadır. Bu pilot çalışmada cep telefonu içerikte yeteri kadar yer bulamamaktadır. Dolayısıyla, ebeveynlerin kullanımları gözetlemesi bağımlılık öncesi önlem olarak görülmelidir.

² Rowntree, 2000, s:20-23

³ Short Message Servise (Kısa Mesaj Servisi)

Bilişim ve telekomünikasyon sektöründe yönetici sıfatıyla çalışan biri olarak, uzun yıllardır cep telefonlarına içerik ve uygulama sağlayan katma değerli servisler üretiminde deneyim sahibiyim. Bu çerçevede tezin amacı, tecrübelerimin desteğiyle, iletişim kanallarının evrimini, özellikle cep telefonu SMS servisini detaylı olarak değerlendirmek, bilgisayar ekranında bulunan eğlenceli dünyanın, cep telefonuna taşınmasını incelemektir. Kişiler arası iletişimin hızla farklılaştığını, bu farklılaşmanın dilimizi ve kültürümüzü olumsuz etkilediğini bu tezde savlamaktayım.

TEZİN ÖNEMİ

İletişim aracı olarak cep telefonunun bir iletişim devrimine neden olduğundan çok az kişi şüphe duyabilir. Aynı çerçevede de bu iletişim aracının faydaları konusunda da şüphe yoktur. Cep telefonu günlük yaşamın hemen her kesitinde yer almaktadır. 1995 senesinde Türkiye'nin ilk operatörü unvanı ile hizmet vermeye başlayan Turkcell⁴'i, 1998 yılında hizmet vermeye başlayan Telsim, Mart 2001 yılında kurulan Aria, Aycell sonrasında Avea ismi altında hizmet vererek bunları takip etmiştir. Mart 2006'ı itibariyle Turkcell 28,7 milyon⁵ aboneye sahiptir. Telsim, 10 milyon aboneye ulaşmıştır.⁶ Avea'nın 7 milyon abonesi⁷ ile toplamda Türkiye'de kullanılmış ve kullanılan cep telefonu hattı rakamı yaklaşık 46 milyondur.⁸ Birden fazla hat kullanan aboneleri göz önünde bulundurarak bu rakamı aktif 25-30 milyon cep telefonu kullanıcısı olarak ele almak daha doğru olacaktır. Tam rakam verilememesinin nedeni, kullanıcıların aktif olarak kullanmakta olduğu hattın haricinde, kayıtlı birden fazla hat sahibi olmasıdır. Bu nedenle aktif yani kullanılan hat sayısı toplam hat sayısından daha azdır.

Böylesine hayatımızda yer etmiş bir teknolojinin, gözümüzden kaçan ve/veya olumsuz yanları da vardır. Kullandığımız ücretli hizmetin, topluma sağladığı bilindik faydasının yanı sıra beden ve ruh sağlığına olumsuz etkileri bulunmaktadır. Henüz gündemde yeteri kadar yer bulamayan bu konunun, insan ilişkilerinde olumsuz etkilerini araştırmak önem taşımaktadır. Bu büyüklük dikkate alındığında, bu iletişim aracının faydalarının yanı sıra olası risklerinin de ne denli önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Cep telefonu kullanıcı sayısını göz önünde bulundurmamak, sadece ses trafiği değil, diğer hizmetler de yeni gelir kalemleri yaratmaktadır.

Hemen herkes kablosuz bir iletişimin teknolojik hizmetlerinden haberdar durumdadır. Bahçıvandan kasaba, mezarcıdan temizlikçiye, yöneticisinden profesörüne hayatımıza kolaylık getirdiğine inanılan bu hizmetten farklı amaç ve farklı işlevler açısından faydalanılmaktadır. En büyük katma değeri, kişilerin kablo bağımlılığı olmadan görüşme yapılabilmesidir. Bu çerçevede özellikle gençler ve

⁴ <http://www.turkcell.com.tr/index/0.1028.23400.00.html>

⁵ http://www.turkcell.com.tr/announcements/ozeldurum_2006_0412_1Q_Abone.pdf

⁶ <http://www.telsim.com.tr/hakkinda/telsim/tarihce.php>

⁷ <http://www.avea.com.tr/sta/hakkinda/hakkinda/aveahakkinda.shtml?pagemenu=hakkinda.hakkinda>

⁸ http://www.tk.gov.tr/Yayin/istatistikler/istatistik/gsm_2006_mart.htm

çocukların olası bir bağımlılığın önü kesilmeli, gereken önlemler alınmalı, bağımlılık evlere kadar girmeden bu konuda tedbir alınmalı ve ebeveynler bilinçlenmelidir. Çünkü cep telefonu aşırı kullanımı, önce çocuklar ve gençleri etkisine almaktadır.

Kuşkusuz cep telefonu kullanımı kontrol altında tutulur, bağımlılık derecesine ulaşmaz ise, bu teknolojiden farklı alanlarda faydalanılabilir. Örneğin mobil ödeme ile cep telefonumuzdan tahsilât yapılabilinmektedir.⁹ Herhangi bir şehrin hava durumunu, en son haberleri, maçların skorlarını dakikası dakikasına cep telefonu ekranına getiren, böylelikle zaman kazandıran teknoloji her gün gelişmektedir. Enformasyona anlık ulaşımın en mobil hali cep telefonudur. Enformasyona ulaşmak için sadece bir cep telefonu hattı almak yeterlidir. Mobil olmak kavramını destekleyen dizüstü bilgisayarlarına gerek kalmadan, avucumuzdaki cep telefonu, çoğu bilgisayarın çoğu özelliğine sahiptir. Ayrıca melez ürünlerin özellikleri ile cep telefonları, fotoğraf çekebilme, müzik dinleyebilme, radyo dinleyebilmek mümkündür. Cep telefonu teknolojisinin atası sayılabilecek radyo, şimdi sadece bir ek özellik olarak cep telefonu modellerinde yerini almış durumdadır.

Cep telefonları ile anlık ulaştığımız sınırsız bilgi dünyasının yanı sıra, gene aynı cep telefonlarından özellikle gençlerin ve çocukların ilgi gösterdiği pornografik içerikler, canlı sohbet hatları, rüştüne henüz ermemiş yaş aralığındaki kişileri olumsuz yönde etkilemekte, onların gelişimlerini engellemektedir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, cep telefonu ile erişim sağlanabilen WAP [Wireless Application Protocol] dünyasında yasal kısıtlamaların ve yasakların henüz yaygın hale gelmemiş olmasıdır. İnternet ortamında karşılaşılması istenmeyen içerikler hem web göz atıcısı¹⁰ tarafından hem de özel bilgisayar programları kısıtlanabilirken, cep telefonunda bu tarz limitler konulamamaktadır. Kısacası, bilgisayarların internet üzerinden pornografiye erişimi engellenebilirken, cep telefonları için henüz gelişmiş bir güvenlik sistemi yaygın değildir. Bu tür risklere burada yapacağımız işaret sadece toplumu korumayacak aynı zamanda iletişim sektörünün sürdürülebilir gelişimine de katkı sağlayacaktır. Çünkü toplumun sağlığı ekonomik istikrar açısından son derece önemlidir. Böylelikle sadece toplumun kolonileştirilmesi önlemekle kalmayıp, bunun yanı sıra iletişim sektörünün de toplumsal sorumluluk duygusuyla hareket etmesiyle sosyal meşruiyeti sağlanmış olacaktır.

⁹ <http://www.turkcell.com.tr/index/0,1028,300672,00.html>

¹⁰ http://tdk.org.tr/bilgilerim/w_bt_01.htm "Web Browser"

GİRİŞ

Cep telefonları günlük yaşantımıza girmeden önce, Türkiye’de telefon hat sahibi olanlar mekâna bağlı olarak telefon aracılığıyla iletişimi gerçekleştirmekteydi. Halen günümüz telefon hatları kullanılsa dahi, cep telefonları ile mekâna bağımlılık artık söz konusu değildir. Cep telefonunun pil süresi elverdiği ve bulunduğumuz noktaya hizmet veren bir baz istasyonu olduğu sürece, iletişim mümkündür. Cep telefonlarıyla tanışmamızın üzerinden 10 yıldan fazla bir zaman geçmiştir. Bu süreçte her alanda teknoloji baş döndürücü bir hızla gelişmiştir ve bizi hayallerimizi zorlayan yeniliklerle buluşturmuştur. Bu hızlı dönüşümün yıldızı ise şüphesiz cep telefonları olmuştur. Türkiye’de çoğunluğun hayatına girmeyi başaran cep telefonu diğer teknolojik ürünlere göre oldukça üstün durumdadır. Cep telefonları bir anlamda teknoloji dünyasında hem iş süreçlerini hem de son kullanıcıyı ilgilendiren yeniliklerin dışı vuran kitlelere ulaşan yüzü olmuştur. Cep telefonları daha geniş kitlelere ulaştıkça doğal olarak müşteri beklentileri de artmaktadır.

SMS adıyla İngilizce olarak kullandığımız, kısa mesaj servisi diye nitelendirilen sözde iletişim yolu, tezde detaylı incelenmektedir. Bu çalışma neden sözde iletişim aracı tabirini kullandığımızı aktarmak adına uyarı niteliğindedir. Bilişim ve telekomünikasyon alanında, Türkiye’nin önde gelen firmalarında sekiz senelik kişisel deneyimlerim; bu çalışmaya önemli katkılar sağlamaktadır.

Cep telefonu ve çok kullanılan servisi SMS, insan ilişkilerini ne türde ne kadar etkilemektedir? Her gün yeni modeller ile reklâmlarını gördüğümüz cep telefonlarının içinde hâlihazırda kullanımımıza sunulan bu servis, internet üzerinden de kullanabilmekte, her gün büyüyen bir pazarın, artan kullanıcı bilgisi dâhilinde incelenmeye hak kazanmaktadır.

Kişisel iletişim araçları ve kullanıcı arasındaki ilişki, ürünün biçimsel dilini kavrayan, “kişiselleştirme” [customize] kavramı içinde kullanıcı cep telefonu ilişkisi bağlamında ayrı olarak ele alınması gereken bir konudur. Değişen iletişim kavramı ve bu nedenle gelişen iletişim araçları arasındaki çok yönlü ilişki, temel anlamda insan-nesne ilişkisiyle paralellik taşır. Bu bakış çerçevesinde, insan-nesne ilişkisi ve iletişim araçları birlikteliğinde en önemli ürünlerden biri mobil telefondur. Mobil telefonlar, salt işlevsel olan görsel ve sesli iletişim özelliklerinin yanında, kullanıcı

ve ürün arasında, görme, işitme, dokunmaya dayalı biçimsel algıya yönelik araçlardır. Bu nedenle, kullanıcının ürünle iletişime girmesi de diğer bir faktördür.

“İletişimin İngilizce ve Fransızca da karşılığı olan “*communication*”, Latince’de “*com munis*” yani “ortak” kelimesinden gelmektedir. Merten’in 160 ‘ın üzerinde tanımı olduğunu söylemesinden günümüze, tanım sayısının en az ikiye katlandığını düşündüğümüz iletişim; insanların, toplu halde yaşamaya başlamalarından itibaren, toplumsal etkileşimlerde rol oynayan, sembolik mesajların karşılıklı ulaştırılmasıyla bazı anlamları aralarında paylaşmaları sürecidir. İletişim sayesinde bilginin, farklı davranış şekilleri ve sonuçlar yaratmak amacıyla bir noktadan (kaynak), diğer bir yere akması (alıcı) sağlanır. Böylece, iletişim gerçek kimliğini bilgiyle, gerçek değerlerini de bilgi aktarımıyla kazanır. İnsanlar iletişimle ortak değerleri paylaşma olanağını elde ederler.”¹¹

McKeon toplumun iletişim konusuna bu kadar çok önem vermeye başlamasının nedeni olarak modern toplumlarda ortaya çıkan üç eğilimi gösterir.¹² Bunlardan ilki, toplumların bireysel, grup ve kültürel farklılıklara daha fazla hoşgörü geliştirmesidir. Özellikle yirminci yüzyılın ilk yarısına kadar insanların farklı olan kişileri, grupları, kültürleri kendilerine benzer hale getirme çabalarının yoğun olduğunu görüyoruz. Farklı bir dinden olan kişiyi kendi dinimize döndürmeye çalışmak, kendi politik ve siyasal görüşümüzün en doğru olduğunu düşünerek, diğerlerini de o yönde düşünmeye ikna etmek bu çabalara örnek olarak gösterilebilir. Eskiden kendi dar ve kapalı sosyal çevrelerinde sıkışmış bireyler, giderek daha farklı sosyal çevrelerden gelen, farklı özellikler taşıyan kişilerle iletişime girmeye başlamışlar ve bu iletişimin sonucu olarak farklı görüşlerden kişiler arasındaki alışveriş kapasitesi önemli derecede gelişmiştir.

Dünyadaki ikinci eğilim kültürlerin kendi içinde diğer kültürlerle artan bir karşılıklı bağımlılık içine girmesidir.¹³ Yirminci yüzyılla birlikte dünya nüfusundaki hızlı artış dünya kaynaklarını zorlamaya başlamış ve bu kaynakların eşitsiz dağılımı kültürleri birbirlerine bağımlı olmaya itmiştir. Benzer biçimde, bir kültür içindeki bireyler, endüstrileşme ve kentleşmenin sonucunda belirli bir alanda uzmanlaşmış ve bu da onların diğer hizmetler ve ürünler için başka insanlara bağımlı hale

¹¹ Merten , 1977, s:17

¹² Cushman ve Graig, 1976, s:15

¹³ Cushman ve Graig, 1976, s:17

gelmelerine yol açmaktadır. Bu bağımlılık, insanlara kendilerinden farklı olan başkalarını da göz önüne olmak gerektiğini göstermektedir. Bunu yapmamak onların işbirliğinden vazgeçip, sağladıkları kaynakları geri çekmelerine yol açacak ve bu da bireysel/grup hedeflerini başarmalarını engelleyecektir. Üçüncü bir eğilim ise iletişim araçlarının sayıca artması ve bunlara daha fazla erişim olanağının sağlanmasıdır. Televizyon, telefon ve internet gibi araçlar, farklı insanların tutum ve inançlarını öğrenmeye olanak sağlamaktadır. Toplum içinde iletişim olgusunun bu derece önem kazanmış olması tesadüf değil, aksine toplumun içinde bulunduğu duruma bir cevabıdır.

Cep telefonlarının biçimsel dili ve kullanıcı ilişkisi, teknolojik değişimlerin doğrultusunda değerlendirilmelerini daha da zor hale getirmektedir. Başka bir etken, yöresel kültürlerin kendi özelliklerini koruması ya da korumaya çalışmasıdır. Sosyo-kültürel etken, kullanıcıların eyleme geçtikleri anda devreye girmektedir. Bir başka deyişle, kullanıcı ürünle karşılaştığı ve kullanmak üzere harekete geçtiği an, kendi kültürel birikimi ve deneyimleri devreye girer. Bu da ürünün performansını olumlu ya da olumsuz etkileyebilmektedir.

Bu şartlar altında özellikle duygusal gereksinimlerini karşılamak üzere kullanıcılar, öznel bakışlarını ortaya koyacak şekilde hareket ederler. “Cep telefonlarınızı kişiselleştirin” mesajını ileten reklâmlar, üretilmiş çok çeşitli ancak standart telefonların açığını kapatmak üzere, kullanıcıya özgürlük hissi vermek üzere kurgulanmışlardır. Bu tür reklâmların metinleri, başka bir nesne için, örneğin bir bahçe masasına uygulandığını düşünürsek, aslında sıradan kullanıcının özgür olmadığı bir pazarda bulunduğunu gösterebilir. Özel üretim ürünleri kapsam dışına alındığında, kullanıcı kendine sunulan sınırlı sayıda ürün arasından seçim yapmaya zorlanır. Cep telefonları ise, her türlü iletişim için tasarlanmış bir ürün olduğundan, günümüzde zorunlu hale gelmiş bir araç olarak değerlendirilmektedir. Bu, bir anlamda kullanıcının kendini özgürmüş gibi hissetmesini sağlamaktadır. Bunların yanında tasarım açısından bu tür ürünler, bünyelerinde birleştirdikleri diğer işlevsel niteliklerle melez ürünler olarak piyasada bulunmaktadır (fotoğraf çekebilme ve video kayıt yapabilme.) İnsan doğasının temelinde yer alan merak ve oyun kavramları içinde olabildiğince işlev eklenen ürünler her yerde satılmakta, yeni çıkan bir ürün farklı kültürler içinde satışa sunulmaktadır.

Yeni iletişim biçimi olarak cep telefonları, geçirdikleri evrim ve ortaya çıkan sonuç ürünler olarak, gelişimine devam edecektir ve yeni iletişim kanalları üzerinden kullanıcılar ile birlikteliğini sürdürecektir. Bir kişi, konuşmaya cesaret edemediği bir durumda cep telefonundan kısa mesaj olarak düşünce ve özellikle duygusunu dile getirebilmektedir. Yüz yüze iken aktarıl(a)mayan bir durum, 160 karakterlik bir kısa mesaj ve resimli mesajlar ile iletilebilmektedir. Cep telefonundan gönderilen mesaja resim, müzik eklenmesi, yazılan bir mektuba parfüm sıkılmasını andıran bir durumdur. Duygular ve talepler, iletişim kanallarının evrim geçirmesine rağmen duygusal bir gösterge bulundurmaktadır.

“Telekomünikasyon dünyasında, birleşmeye yönelik, şiddetli ısrar, haber ve eğlence içeriğinin, bilgisayar, kablosuz telefon ve video ile mutlu bir evlilik yaşayacağı vaadiyle, dünya çapındaki medya imparatorluklarının yaratılmasına yol açtı. Tüm bunların tüketicilere yönelik fiyatları düşüreceği, aynı zamanda ticaret ve haber dünyasına da sınırlama getirmeyeceği varsayılıyordu.”¹⁴

New York Times yazarı William Safire, şirketler arasında olduğu gibi medyada da söz konusu olan birleşme konusunda insanların olumlu olduğunu sandıkları şeylerin, aslında tekellere yol açma tehlikesi taşıdığını vurgulamaktadır. “Tekellerin güçlenmesi son kullanıcılara fayda sağlamaz. Rekabet noktasında bir sıkıntısı olmayan medya şirketleri haberlerin içeriğinde de kalitesinde de istedikleri kararı verebilirler. Teknolojiler kullanıcılara, istedikleri içeriğe, istedikleri zamanda ve yerde ulaşabilmeleri için değişik fırsatları sunuyor. Ancak aynı fırsatlar reklâmcıları ve medya patronlarını da güçlendiriyor.”¹⁵

İnsanların günlük hayattaki en belirgin özelliği, sürekli hareket halinde olmalarıdır. Herkes sabah uyanır ve öğrenciyse okuluna, çalışıyorsa işyerine doğru yola çıkar. Geçtiğimiz on yılın başında bu aşamadan sonra çoğu insanın iletişim kurmak için fazla seçeneği yoktu. İşyerine ulaşılır ve arkadaşlara merhaba demek için telefon açılırdı. Artık sadece bu örnekteki gibi merhabalar için de daha fazlası için de mekândan bağımsız olarak, mobil iletişim cihazının şarjı elverdiği sürece özgürüz.

¹⁴ Scannell ve diğ. , 1992, s:20

¹⁵ <http://www.nytimes.com/top/opinion/editorialsandoped/oped/columnists/williamsafire/>

Elbetteki cep telefonları insanoğlunun yaşamına, yaşam dünyasına önemli ölçüde girerken onun yaşamını olumlu yönlerde de etkilemektedir biz telefonun mobilliğine ve mobil telefonun çeşitli türden fonksiyonelliğine değil onun kötü kullanımına karşıyız. Yoksa diğer teknolojik aygıtlar gibi mobil telefon da insanların en temel gereksinimi olan iletişimin en etkin vasıtalarından biridir. İletişim araçlarını insanın duyularının ve organlarının uzantıları olarak görülmesi gibi rahatlıkla şu fikir savunulabilir: Şimdiye kadar iletişim araçlarını üretenler insanın mobil yönünü gereği gibi değerlendirmediler. İnsanoğlu mobilse, kullandığı iletişim teknolojileri de onun gibi olabilmelidir. Bu ihtiyaçtan öte bir gerekliliktir ve hızla gerçekleşmektedir. İnsanların doğa ortamında, kablo döşen(e)meyen arazi ortamında haberleşmesi için düşünülen cep telefonu günümüzde enformasyona cebimizden çıkış noktası haline gelmektedir. Değişik katma değerli servislerin kullanıcılara sunulduğu cep telefonu kişiler arası iletişimi sanallaştırmaya ve bireyleri yalnızlaştırmaya götürmektedir. Neden bireyler yalnızlaşıyor, bu sorunun cevabını irdelemek gereklidir. Bireylerin yalnızlaşması, yüz yüze gerçekleşen iletişim süresinin, gelişen teknolojiyle azalmasındandır. Elektronik ortamda oluşan iletişim, mekân bağımsız anlık iletişimi sağladığından tercih edilmektedir. Bu tercih tembellik yakıştırması altında sosyal ortamdan otomatik olarak uzaklaştırmakta, yüz yüze iletişimde harcanan zaman giderek azalmaktadır.

I.BÖLÜM

1. İLETİŞİM TANIMLARI VE KİŞİLERARASI İLETİŞİM

İletişim, canlı varlıklar arasında duyguların düşüncelerin birbirine duyurulması için kurulmuş düzendir. Bunun en mükemmel şekli insanlar arasındadır. İnsanoğlu, yüzyıllar boyunca mimik hareketi, sesler, resimler ve kelimeler yoluyla aralarında iletişim sağlamışlardır. İlk insanların birtakım hareketlerle, işaretlerle birbirleri arasında iletişim kurdukları anlaşılmaktadır. İnsanlar düşüncelerini duygularını, başlarından geçen olayları birbirlerine anlatma ihtiyacını, yaratıldıkları günden beri duymaya başlamışlardır. Bugün pek çok icat ve keşifler sayesinde insanlar dünyanın öbür ucunda olup bitenleri anında öğrenmek imkânı elde etmişlerdir.

İletişim sadece insanlara bilgi vermekle kalmaz, bir koruma, kurtarma işi de görür. Örneğin havada uçağı arızalanan bir pilot telsiz vasıtasıyla durumunu en yakın havaalanlarına bildirir, yardım ister. Konuşma, sayısız iletişim çeşitlerinden biridir. Sosyal mekânlar olarak sokaklar da tanıdıklarla konuşur, onlardan haberler alırız. Biz de onlara bazı bilgiler veririz. Böylece iletişim gerçekleşir. Tren düdüğü, trafik işaretleri de bir çeşit iletişim ya da iletişim vasıtasıdır. ¹⁶ İnsanlar için yiyecek, giyecek, taşıt kadar iletişim de önemlidir. Toplu halde yaşayabilmek için iletişim birçok durumda şarttır. Sosyal varlıklar olarak toplumsal yaşamda, iş bölümüne gittiğimiz için birbirimizden haber almak zorundayız. Modern yöntemler sayesinde iletişim çok kolaylaşmış, özellikle elektriğin icadından sonra iletişim şekilleri çeşitlenerek radikal bir gelişim göstermiştir.

Yüzyıllar boyunca insanlar kolay iletişim yollarını araştırırlarken bir yandan da iletişimi eğlence haline dönüştürmeye çalışmışlardır. Şarkı söylemek, piyesler oynamak, şiir okumak, kahramanlık masalları anlatmak hem bir eğlence hem de iletişim yolu olmuştur. İletişimi eğlence şekline sokmak bugün artık büyük endüstriler yaratmıştır; radyo, televizyon, telefon, sinema, kitap, dergi yayınları gibi.

¹⁶ Carey, 1995, s: 1-12

İletişim yöntemleri ve araçları genel olarak sayılacak olursa; Kızılderililerin dumanla haberleşmesi, Peruluların düğümlü ipleri, Afrika'da yerlilerin tamtamları, Kızılderililerin resimli yazıları, Alaskalıların totem işaretleri, ağaç dalları üzerine yapılan çetele, el işaretleri ile anlaşma, meşaleli haberci, güvercinle haberleşme, deniz fenerleri, Romalılar devrinde postacı hatipler kâğıt üzerine ilkyazılar demiryolu işaretleri, işaret kuleleri Atlas okyanusuna ilk kablo döşenmesi, ilk telefonlar, atlı postacı, fotoğraf, televizyon, uçakların havaya dumanla yazı yazması, teyp, radyo, telsiz, telefon, faks, teleks, mobil telefon, *network* sistemleri, uydular.¹⁷

1.1. İletişim Kavramı

İletişim kavramı, iki farklı alanda tanımlanabilmektedir. Birincisi duygu, düşünce veya bilgilerin türlü yollarla başkalarına aktarılmasıdır; ikincisi ise, teknolojik veya teknik de denilen alanda telefon, telgraf, televizyon, radyo gibi araçlardan yürütülen bilgi alışverişidir.

Yularıda da değindiğimiz gibi iletişim kavramı, İngilizcedeki *communication* kelimesinin Türkçe karşılığı olarak kullanılmaktadır. Latince kökenli olmakla beraber, yaygın olarak kullanılan kelime, Türkçe'ye İngilizce'den girmiştir. “*Commun*” kökünden türeyen kelime, ortaklaşa, ortak kılmak, ortak kullanmak gibi anlamlara gelmektedir.

“İletişim, bir yerden, bir kişiden, bir makineden bir başkasına bir ortamdan yararlanarak bilgi göndermedir.”¹⁸ İletişim, internet aracılığıyla binlerce kilometre uzaklıktaki, yüzünü bile görmediğimiz insanlarla da kurulabilir.

“İletişim aracılığıyla insan, bireysel varlığını ve toplumsal ilişkilerini sürdürür.”¹⁹ İletişimin insan yaşamındaki işlevsel ve kurumsal önemi oldukça

¹⁷ Leakey, 1998, s:12

¹⁸ Bilişim Terimleri Sözlüğü, 1981, s:42

¹⁹ Aziz, 1996, s: 2

fazladır. Bu, iletişimin sahip olduğu değişik özelliklerden ve günden güne niteliğinin ve içeriğinin değişmesinden kaynaklanan bir durumdur. “Böylesine çok anlamlı ve/ya da çok anlam çağrıştıran bir kelimenin tanımlanması da doğallıkla güçtür”²⁰. Bir başka tanıma göre iletişim, “insanın yarattığı simgeler yoluyla, bulduklarını, bildiklerini, düşündüklerini biriktirip başkalarına aktarması, dolayısıyla 'olmazsa olmaz' bir unsur”dur.²¹ Ya da “belirli araçlar kullanarak, bilgi, düşünce ve tutumların karşılıklı aktarılması”²² sürecidir iletişim.

İletişim ve iletim farklılığı; iletimin tek yönlü, iletişimin birden fazla yönlü olmasıdır. “Nitekim yalnızca tek yönlü bir gönderimi anlatmaktan kurtulmak için, 'iletişim' denilmiştir.” Sadece tek yönlü bir etkilemeden söz edilmiş olsaydı -ki bu mümkün değildir- 'iletme' ya da 'iletim' sözcükleri kullanılabilirdi. "Oysa iletişim gönderilenin alınması ve bunlara (olumlu ya da olumsuz) tepki gösterilmesi eylemlerini de kapsadığı için, karşılıklı etkiyi anlatan 'etkileşim' sözcüsünde olduğu gibi, 'iletişim' sözcüğü kullanılmaktadır.”²³

Sözsüz iletişimde, yüz anlamları, göz hareketleri, bedenin duruşu, giyinmeyi, sesin özelliklerini içeren iletişim beden dili olarak bilinir.²⁴ Kişinin bedensel duruşu kızgınlık, ilgisizlik, utanma, kararsızlık kişinin içinde bulunduğu duygusal durumu açıklayabilmektedir.

1.2. Genel İletişim Modeli

Değişik iletişim tanımlarını inceledikten sonra genel iletişim modelini de incelemekte fayda vardır. İleti, yani mesaj kaynaktan hedefe yönelirken ki süreci, ileti (mesaj), kaynak-hedef ilişkisini ve iletişim kanalını analiz etmek gerekmektedir.

²⁰ Usluata, 1995, s: 11

²¹ Güçhan, 1989,s: 56

²² Usluata, 1995, s: 12

²³ Şenyapılı, 1998, s: 40

²⁴ Usluata, 1995, s:54

Bir iletişim sürecinde temel olarak dört unsur; kaynak, hedef, ileti ve kanal ön plana çıkmaktadır. Bunlar arasında kaynak ile hedef, iletinin aktarıldığı uç noktalar olurken; iletilerin aktarıldığı yollar da kanalı veya aracı oluşturmaktadır. Somut bir örnekle, “iki kişinin görüşmesinde, konuşan kişi kaynak, anlattığı ileti, dinleyen kişi paylaşılan, konuşma seri (ses telleri, havanın titreşimi) kanal, öteki bir deyişte araçtır.”²⁵ Kaynak / gönderici, ileti / mesaj ve alıcı / hedef; ancak iletişim bunlarla sınırlı kalmamakta, bunlara kanal ve etki unsurlarını da eklemek gerekmektedir. Kaynak/gönderici durumundaki kişi/grup çevresinden aldıklarını bir ileti olarak kodlayıp belirli araç ya da kanallar aracılığıyla hedef yani alıcı durumundaki kişi/grup veya kitlelere gönderir. Gönderilen mesajı / iletiyi alan kişiler, bu mesajı açıp onu anlamlandırıp anlamlandıramadıklarını belirtmek üzere ve tepki olması amacıyla yeni bir mesaj gönderirler ki bu bir geribildirimdir [*feedback*]. Aynı zamanda, bu iletişim sürecinde iletinin ulaşmasını, açıklanmasını, anlaşılmasını engelleyen ‘gürültü’ unsuru vardır, bu engelleme hali, fiziksel ortamdan yani dışarıdan gelen birtakım sebeplerle ortaya çıkabildiği gibi, alıcının kendisinden kaynaklanan (mesela alıcının kendi özellikleri dolayısıyla mesajı algılayamaması veya anlamlandıramaması gibi) nedenlerden de oluşabilir. İleti (mesaj), kaynak-hedef ilişkisi ve kaynak iletişim türlerini açıklamadan önce kısaca incelenmektedir.

1. İleti (Mesaj): Söz veya yazı ile gönderilen ve belli bir anlamı bulunan bildiri, haber demek olan ileti, kaynak ile alıcı arasındaki etkileşimin nedenini oluşturur. “İletinin bir işaret ya da işaretler topluluğu olduğunu, kendi başına bir anlamı bulunmaksızın var olduğunu söyleyen Schramm’a göre ileti, iletilmek istenen anlam içeriğinin bizatihi kendisidir.”²⁶

“Biz anlatmak istediğimizi biliriz, karşı taraf anlamak istediğini duyar.”²⁷ İletişim sürecinde bu anlam yükünü taşıması bakımından kodlar önemli rol oynar. “Çünkü hedef kişi ya da kitleye, alıcıya bir tür anlam iletmekle yükümlü her ileti bir biçim içine sokulmuş, kodlanmıştır; kodlanış biçimi, nasıl ele alındığı, nasıl oluşturulduğu iletinin anlaşılmasını, algılayışı etkiler.”²⁸

²⁵ Şenyapılı, 1998, s: 42 – 43

²⁶ Usluata, 1995, s: 15

²⁷ Zılhoğlu, 1993, s: 100

²⁸ Usluata, 1995, s: 16

2. Kaynak – Hedef İlişkisi: “İnsanlar arasında yüz yüze ya da aracılı her iletişim durumunda iletileri oluşturup aktaran bir verici taraf ve oluşturulup aktarılan iletileri alan bir alıcı taraf vardır; birincisine kaynak ikincisine hedef ya da alıcı denir.”²⁹

3. Kanal: Kaynak ile alıcı arasındaki ileti alışverişi kanal aracılığıyla sağlanır. "Bir iletinin paylaşılmasını sağlayabilmek, diğer bir deyişle, ‘ileti’yi kaynaktan alıp 'paylaşılması' istenene iletebilmek için bir 'kanal'a gerek vardır. İletinin, kaynaktan paylaşılması istenen ya da istenenlere ulaşmasını sağlayan bu kanala 'araç' ya da 'iletişim aracı' denir.”³⁰ Herhangi bir şeyin iletişim aracı olarak adlandırılabilmesi için tek şart, iletişimde temel olan iki ilgili arasında yani kaynak/gönderici ile hedef/alıcı arasında bağlantı kurması, ileti taşınmasıdır. İletilerin taşınmasını sağlayan “bu kanallar fiziksel (ses, hava, vb.), teknik (telgraf, telefon), ya da sosyal (okul, TV vb.) araç olabilirler.”³¹ Kanal ve araç kavramları kimi zaman birbirinin yerine kullanılmaktadır. Ancak, “genelde, kimi iletişim uzmanlarınca kanal iletişimin biçimi; araç da kitle iletişim araçları ya da medya anlamına kullanılmaktadır”³²

“İletişimde ulaşılmak istenen amaçlar, hedefin özellikleri ve zaman, mekân, sınırları ya da olanakları kanalın seçiminde temel bir rol oynar. Başka bir deyişle kime, ne için, neyi iletmek islediğimizle kullanacağımız kanal arasında sıkı bir ilişki vardır. İletiler; kanallar ve araçlar vasıtasıyla farklı şekilde iletilirler. Bu iletiler sesli ve/veya sessiz kanallarla hedefe aktarılırlar.”³³

1.3. İletişim Türleri

Tezde yer verilen iletişim türü kişiler arası ilişkileri ele almaktadır. İnsanların birbirleri ile kurduğu iletişim telekomünikasyon kanalı ve araçları ağırlıkla

²⁹ Zılhoğlu, 1993, s: 97

³⁰ Şenyapılı, 1995, s: 42

³¹ Usluata, 1995, s: 20

³² Usluata, 1995, s: 21

³³ Zılhoğlu, 1993, s: 117

incelenmektedir. “İletişim türleri kullanılan araçlar, iletişim tarzına ve içeriğine ve seslenen kişilere, zamana, mekâna bağlı olarak farklılık gösterir. Bu bağlamda iletişim, aşağıdaki konu başlıklarına göre sınıflandırılmaktadır”³⁴ Bir toplumsal ilişkiler sistemi olarak; kişiler arası ilişkiler, grup iletişimi, örgüt iletişimi, toplumsal iletişim olarak ayrılmaktadır. Grup ilişkilerinin yapısına göre; biçimsel olmayan (enformel) / yatay iletişim, biçimsel (formel) / dikey iletişim olarak ayrılmaktadır. Kullanılan kanallara ve araçlara göre; görsel iletişim, işitsel iletişim, görsel – işitsel iletişim, dokunma ile iletişim, telekomünikasyon, kitle iletişimi, doğal araçlarla iletişim, yapay araçlarla iletişim olarak sınıflandırılmaktadır. Kullanılan kodlara göre; sözlü iletişim, yazılı iletişim, sözsüz iletişim olarak ayrılmaktadır. Zaman ve mekân boyutlarında ise yüz yüze ve uzaktan iletişim olarak sınıflandırılmaktadır.

İletişimden söz edebilmek için en az iki birimin olması gerekmektedir. Birimlerden en az birini “insan” seçerek, iki bağlamda incelemek istersek; “insan-nesne” ve her iki biriminde olduğu “insan-insan” iletişimi konu başlıklarını incelemek gerekmektedir.

1.3.1. İnsan-İnsan İlişkileri Bağlamında İletişim

Kişiler arası iletişim genellikle kendiliğinden ve teklifsizdir. “İletişimi gerçekleştirenler birbirlerinden geri bildirim alırlar. Çünkü taraflar nöbetleşe gönderici ve alıcı olarak iletişimde bulunurlar. Bu iletişimin gerçekleşmesi sırasında bireyler genellikle aynı fiziksel ortam içerisinde bulunurlar.”³⁵ Gelişen teknolojiyle beraber aynı fiziksel ortamda bulunmadan cep telefonu ile mesajlaşarak haberleşmektedir.

Kişiler arası iletişimin diğer bir tanımına göre, başkalarını tartıp varılan yargıya göre davranma sanatıdır.³⁶ Diğer bir tanıma göre kişiler arası iletişim³⁷ kaynağını ve

³⁴ Zılhoğlu, 1993, s: 19 – 21

³⁵ Mutlu, 1994, s:20

³⁶ Usluata, 1995, s:48

³⁷ Dökmen, 2004, s:23

hedefini insanların oluşturduğu iletişimidir. Karşılıklı iletişimde bulunan kişiler, bilgi-sembol üreterek, bunları birbirlerine aktararak ve yorumlayarak iletişimi sürdürürler.

Sadece sosyal roller arasında kurulan ilişkiler kişiler arası iletişim değildir. Kişiler arası iletişimin olması için o sosyal rolün dışına çıkılmalıdır. Örneğin bir hoca ile öğrenci arasındaki iletişim sadece derse yönelikse bu kişiler arası iletişim değildir. Ne zaman ki dersin dışına çıkılıp kişisel konulara girilince o zaman kişiler arası iletişim gerçekleşmiş oluyor. Yine bir tanıma göre de kişiler arası iletişim³⁸ kişileri başkalarından ayıran özellikler, kişisel tutumlar, düşünceler, beğeniler belirlenecek biçimde bir bilgi alışverişi yapıldığında gerçekleşmektedir.

Kişiler arası iletişim kendini “sözlü” ve “sözsüz” olmak kaydıyla iki şekilde gösterir. Sözlü iletişimde konuşma en önemli yeri tutarken sözsüz iletişimde ise, yüz ifadeleri, mimikler, bedenin duruşu, giyinmeyi, sesin özelliklerini içeren bu iletişim beden dili olarak bilinir.³⁹ Sözcüklerin elektronik ortama aktarıldığı, yüz yüze olunmayan cep telefonundan kısa mesaj gönderiminde, içinde bulunulan duygusal durum imgelerle iletilmektedir. İnternet dünyasından sıkça karşılaşılan bu durum “MSN Messenger” [MSN Messenger, anlık iletiler gönderebilen bir anlık ileti programıdır⁴⁰] ve “Google Talk” [Google Talk, her zaman, ücretsiz sesli görüşmeler yaptırmaktadır veya anlık mesaj gönderimi sağlamaktadır] ⁴¹ gibi programlarla kullanımı teşvik etmektedir. İçinde bulunulan durumu simgeleyen hareketsiz ve hareketli imgeler karşı tarafın duygusal durumu daha net anlayabilmesi için kullanılmaktadır. Sözcüklerin yerini alabilen duygu belirten imgeler hem cep telefonunda hem de internet dünyasında yer edinmiştir.

Aralarında Türkiye'nin de bulunduğu 13 ülkenin MSN operasyonunun başındaki Ebru Çapa'nın açıkladığı rapora göre⁴², 2003 yılında 646 bin 17 kişilik Türk MSN Messenger kullanıcı sayısı 2004'te 2 milyon 391 bini, 2005'te 8 milyon 619 bini geçmiş durumdadır. Mart 2006 itibariyle 12 milyon 265 bin 529 Türk MSN Messenger kullanmaktadır. Eylül 2006'da Türkiye 10,2 milyon Hotmail ⁴³ kullanıcısı, 14,4 milyon MSN Messenger kullanıcısı ile dünya üçüncüsü

³⁸ Usluata, 1995, s:52

³⁹ Usluata, 1995, s:54

⁴⁰ <http://www.microsoft.com/downloads>

⁴¹ <http://www.google.com/talk/intl/tr/>

⁴² http://www.radikal.com.tr/ek_haber.php?ek=sa&haberno=2914

⁴³ Microsoft firmasına ait elektronik posta hizmeti

durumdadır.⁴⁴ Yani neredeyse Türk internet kullanıcıların tamamını kapsamıştır. Yüzde 72'lik çoğunluk erkek, en büyük kullanıcı kitlesiye 18–24 yaş arasındır. Teknolojik gelişmeler zaman ve mekândan bağımsız bir iletişim olanağını insanlara sunmaktadır.

1.3.2. İnsan-Nesne İlişkileri Bağlamında İletişim

İnsanın nesnelere ile ilk ilişkisi, doğal olanlarıyla başlar. Hayatını sürdürebilmek ve değişen şartlara uyum sağlayabilmek için, doğanın sunduğu nesnelere esinlenerek, ihtiyaçlarını karşılayabileceği ürünler ortaya koymuştur. “Paleolitik insanın bedensel yeteneklerini arttırabileceği aletleri yapmaya başladığı ilk andan bugüne, doğa düzeninde insan kendisi için yapay nesnelere dünyası kurmuştur. Bu nesnelere dünyası, binadan otomobile, televizyondan masa ve sandalyeye kadar türlü nesnelere oluşmaktadır. Bu nesnelere üretimi, insanın toplumsal yaşamda sosyal ihtiyaçlarını giderme arzusu ile paralellik göstermektedir. İhtiyaç duyma ve giderme isteği ile doğan bu nesnelere, insan zekâ ve düşünebilme kabiliyeti sayesinde üretilmiş çeşitli ürünlere dönüşmüştür.”⁴⁵

Zamanın doğal işleyişi, ihtiyaç olgusu ve insanın gelişme isteği, ürünleri tasarlama kavramını ortaya koymaktadır. İlk çağ insanının yaptığı ok yay, gibi ürünler bile birer tasarım eseridir. Bu tür ürünler salt kullanım değeri taşısa da, zamanla insanın kendini ifade etme aracı olarak da kullanılmış ve böylelikle farklı bir fonksiyon daha eklenmiştir. Bu fonksiyon, insanın ruhsal dünyasını, amacını, düşüncesini, yaratıcılığını ortaya koyduğu tinsel fonksiyondur. Ürünler bu ikili fonksiyon içinde üretilmeye başlanır. Fiziksel işlevlerinin yanı sıra ruhsal işlevin yüklendiği aletler, gereksinim kavramının farklı bir boyutunu algılamamıza yol açmaktadır. Bu farklı boyut, bu günün tasarlanarak var olan ürünlerin, ilk çağlardaki gibi, insanın hem fiziksel hem de ruhsal ihtiyacını giderebilmesini sağlayan ürünler olarak var olmasına neden olmaktadır. Örneğin; kişi, kendi satın almadığı halde, aile

⁴⁴ http://www.bthaber.com.tr/haber.phtml?yazi_id=515000633

⁴⁵ Özbek, 2000, s:12

büyüklerinden kalan bir ürüne duygusal bağlılık taşıyabilir ve bu bağ, o ürünü kullanmasa bile elinden çıkarmasına engeldir. Bu durumda nesne, kendi başına fiziksel işlevini yitirmiştir. Ancak, sahibi ile duygusal bir ilişki içine girer. Ürün sadece o kişi ile ilişkisini sürdürerek varlığını devam ettirmektedir.

Nesneler ile kurulan ilişki sadece o ana ait bir ilişki değildir. İlişki, geçmiş deneyimler ve birikimlerden de beslenmektedir. Bu anlamda hatırlama ve bellek, nesnelerin insanda yarattığı simgesel ifadeler ile birleşerek yeni anlamlar kazanmaktadır. Bu bakış açısının sonucu olarak, bir ürünün kullanıcılarına ne verdiğini, ne ifade ettiği incelenmelidir. Ürünün kendi başına varlığı, bazı tip kullanıcıya bir şey ifade edebilir, bazılarına hiçbir şey iletmebilir. Her ürünün, kendi kullanıcısı tarafından farklı bir algılanış biçimleri vardır.⁴⁶

Kısaca, endüstrileşme sonucu ortaya çıkan bir ürün yelpazesinde, insanoğlu kendi seçimi ile varlığını sürdürmektedir. Bu varlığı ifade etmesi bakımından, seçtiği ya da zorunlu olarak içinde var olduğu nesnelere dünyasında, anlamlandırdığı nesnelere ilişki kuracaktır. Bu açıdan insanın ürünler ile ilişkisi nesnel bir ilişkidir.

⁴⁶ Negroponte, 1995, s:5

II.BÖLÜM

2. CEP TELEFONU KULLANIMININ OLUMSUZ ETKİLERİ

Kilit bir toplumsal olay olarak bilişime giderek artan şekilde bağımlı hale gelme, toplumu sanayi temelli türlerden – on ya da yirmi yıl içinde – olası kurum, yönetim ve değer sistemlerinin oluşum şekilleri hala konjoktüre açık olan sanayi sonrası türlere dönüştürecektir. Cep telefonu kullanımından doğan sektör gelirleri, her gün artan katma değerli servisler ve uygulamalar sayesinde çoğu büyük ölçekli firmaların bilişim ve telekomünikasyon alanından fayda sağlama arzusu doğurmaktadır. Gelir öncelikli düşünüldüğü için, kullanıcıların servis ve uygulamaların olumsuz etkileri yeteri kadar öngörülmemektedir.

“Sanayi öncesi bir toplum, doğaya karşı getirilen azaldığı bir oyun olarak esasen hammaddelere bağımlıdır. Bir sanayi toplumu esasen enerji ve ürünlerin üretimi için enerjinin kullanımı etrafında örgütlenmiştir. Sanayi sonrası bir toplum, bilgi akışının örgütlenmesi temelinde bilişim ve bilişimin kullanılması etrafında örgütlenmiştir; aynı zamanda benzersiz olarak birliğin derlenmesini temel almaktadır. Artık, büyümek için her toplum daima bilgiye bağımlı hale gelmiştir. Ama nerede olduğumuzu bilmek için kurumsal bilginin kodlanmasına benzersiz olarak sadece son on yıl esnasında bağımlı hale gelmiş bulunmaktadır. Yeni bilişim teknolojileri ve bilgi bazı içinde işlerlik gösteren ve bunlara bağımlı olan toplumların, aynı kendisinden önce gelen sanayi öncesi tarım toplumlarından farklı olması gibi, sanayi toplumundan farklı olacaktır.”⁴⁷

“Bilgi toplumunda, sanayi toplumunun meslek yapısından daha farklı bir meslek yapısı oluşması söz konusudur. Ayrıca bilgi toplumunda bireylerin meslek rolleri de değişime uğrayacaktır. Meslek sahibinin meslek rolleri, meslekteki hızlı teknolojik gelişmelerin etkisinde kalacaktır. Kariyere dayalı, öğrenilmiş bir mesleğin sürdürülmesi yerine, meslek sahibinin mesleki bilgisini sürekli yenilemesi

⁴⁷ Aydın, 1995, s: 23

gerekecektir. Meslekte başarı; uzmanlık, kendini yenileme ve değişen teknolojiye uyum sağlama ve amaçlarını başarma yeteneğine bağlı olacaktır. Meslek sahibi için okul ve üniversite, pratik bilgiden çok, soyut düzeydeki bilimsel bilgiyi kullanabilmenin yöntem ve tekniklerine yönelecektir. Pratik bilgi, mesleki uygulamada sürekli yenilenen bilgilerden oluşacaktır. Çalışanların çoğunluğu sağlık, eğitim ve araştırma hizmetleri ile boş zaman değerlendirme, eğlence ve dinlenmeye yönelik hizmet üretilen alanlarda yeni istihdam olanakları elde edeceklerdir.”⁴⁸

Cep telefonu için geliştirilen servisler, bilgisayar ve internet ile büyüyen yaratıcı genç neslin üretimiyle, yatırımcılardan aldığı maddi destekler ile hayata geçmektedir. Yatırımcının genç mühendis ve bilgisayar programcılarını oluşturduğu pazar, denetlemeden ve tecrüben yoksundur. Tecrübeden yoksun ifadesi, cep telefonunun son 10 yıldır Türkiye’de var olmasından dolayı kullanılmaktadır. Henüz kendi gelişimlerini olgunluk anlamında doldurmayan nesil, aynı nesil insanına katma değerli servisler sunmaktadır. Bu servislerin asli amacı, gelir doğurmasıdır. Ağırlıklı cinsel temaların sunulduğu servisler erkek kullanıcıları hedeflemektedir. Servis satın almaları cep telefonu kullanıcısının yaşına bakılmaksızın gerçekleşmesinden ötürü, kullanıcılara olumsuz etkileri yeteri kadar önlenememektedir.

2.1. Cep Telefonuna Geçiş

Televizyon, radyo gibi kitle iletim araçlarından yeni olarak, insanlar arasında birebir iletişimi sağlayan önemli buluş telefondur. Telefon ile iletişimin en önemli özelliği, hattın diğer ucundaki kişi ile kurulan özel ve bire bir iletişimdir. Bu iletişim biçimi, çevre faktöründen genelde uzak kişiye ait bir iletişim biçimidir.

Kitle iletişim araçları, genel olarak yayın ve yayınlanan programlar üzerine kurulmuştur. Yayınlayan kuruluş ile dinleyici veya seyirci arasında, karşılığı olmayan bir iletişim durumu vardır. Seyirci veya dinleyici önceden hazırlanmış ve

⁴⁸ Erkan ve Erkan, 1989, s:163

sunulan yayınlardan istediğini seçebilmektedir. Telefon ile kurulan iletişimde ise, etkileşimli bir iletişim vardır. Çünkü kurulan iletişim, bir araç aracılığıyla başka bir insan ile kurulan iletişimdir. Karşı taraf, isterse konuşmaya katılır ve cevaplandırır. Bu posta yolu ile haberleşme uzun zaman kullanıldıktan sonra Claude Chappe isimli bir Fransız, “uzaktan yazma” anlamına gelen telgraf adında bir sistem önerdi. “Tepeler üzerine kurulmuş kulelerden oluşturduğu bir ağ kurdu. Bu kuleler üzerine yerleştirdiği 49 farklı konuma ayarlanabilen iki uzun oka sahip makineler bulunuyordu. Her konum bir harf veya sayıya karşılık geliyordu. Böylece, bir kuleden diğer kuleye mesaj ilk olarak ulaksız veya postacısız gönderilmiş oldu.”⁴⁹

Kablosuz telefon çalışmaları, teknolojik gelişmelerin sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Üretim, malzeme ve iç donanım teknolojilerindeki gelişmeler, elektronik ürünlerin, özellikle askeri amaçla yürütülen çalışmalar sonucu, hızlı ilerlemesine neden olmuştur. Örneğin, 1940 yılında Motorola firması, ilk iki yönlü radyosunu üretti. Geniş çapta kullanılan Handie-Talkie adlı portatif radyo, İkinci Dünya Savaşı sırasında askeri amaçlı kullanılmıştır⁵⁰. Yine 1940’lı yıllarda Ericsson firması, Ericofone adını verdiği yeni bir telefon ile telefon tasarımı konusunda büyük bir adım atmıştır. 1940’ların sonunda firma bir tasarım grubu oluşturarak yeni bir telefon tasarımına yönelmiştir. Amaç, telefonun rahat kullanılabilir, hafif ve küçük olması idi. Uzun çalışmalar ve üretilen birçok prototipden sonra son biçimini almıştır. 1956 yılından itibaren Avrupa ve Avustralya pazarına giren Ericofon, önce hastanelerde daha sonra evlerde kullanılmaya başlanmıştır. Ericofon, telefon tarihinde biçimsel olarak bakıldığında, önemli bir yer tutmaktadır. 1950’lerin başında üretilen atasının bir üst modeli olarak karşımıza çıkar. Çünkü atası gibi tuş takımı ile ahize birleştirilmiş ve tek parça olarak tasarlanmıştır. Motorola firması 1940 yılında ilk çift yönlü radyoyu askeri amaçla kullandıktan sonra, telefonun mobil (taşınabilir) olması için araştırmaları başlattı. Çalışmalar sonucu ilk kez telefon, bir otomobile başarılı bir şekilde yerleştirilmiştir. Artık kullanıcılar hareket halindeyken de iletişim kurmaya başlamıştır.

“Dünya genelinde ve Türkiye’de cep telefonu kullanıcılarının tahmin edilenden daha hızla artması ve bu teknolojik aygıtın günlük yaşam pratiklerinin vazgeçilmez bir parçası hâline dönüşmesi, kültürel pratiklerdeki dönüşümün de yakından

⁴⁹ Buğdaycı, 2001, s:28

⁵⁰ <http://www.motorola.com.com/motorolatimeline.pdf>

izlenmesini gerekli kılmaktadır. Yeni işlevsel özelliklerin eklenmesi, cep telefonlarının çok kısa zaman aralığında yeni türevlerle tüketicilere sunulmasına ve bu sunumları destekleyecek uygun ortam ve olanakların (taksitli ve kampanyalı satışlar, promosyonlar vb.) oluşturulmasını mümkün kılmaktadır. Özellikle gençler tarafından yaygın olarak kullanılan cep telefonları, sadece iletişim/haberleşme amaçlı değil, aynı zamanda bir statü sembolü ve grup içi kimlik ögesi olarak da anlaşılmaktadır. Cihazın işlevleri konusunda tam anlamıyla bilgi sahibi olmamalarına ya da bu işlevlere gerek duymamalarına rağmen cep telefonunu, salt kendilerine saygınlık ve ayrıcalık kazandırması amacıyla kullananların sayısı, az değildir. Teknolojik araçların neden olduğu kültürel pratiklerdeki dönüşüm, cep telefonlarında da özgün ve birçok açıdan sorgulanması gereken bir ortam yaratmıştır. Cep telefonlarının hem diğer teknolojik araçların kullanımında aksaklıklar yaratması (cep telefonlarının oluşturduğu elektromanyetik alan nedeniyle, kamuya açık mekânlardaki bilgisayar, televizyon, elektrikli alet ve donanımlar ile taşıtlar performans kaybına uğramakta), hem de rahatsız edecek düzeyde gürültüye kaynaklık etmesi (okulda ders esnasında, sinemada/tiyatroda bir film/oyun izlenirken, kütüphanede, konferansta cep telefonunun çalması ya da kullanılması, topluluğun dikkatinin dağılmasına ve katılımcıların rahatsız olmalarına neden olmakta) kullanıcılarına beden ve ruh sağlığı ile ilgili uyarılar yapılmasını gerektirmektedir.”⁵¹

Üçüncü nesil iletişim, en bilinen şekli ile görüntülü telefonların gündelik hayata girmesidir, denebilir. Ancak bu tanım eksik kalmaktadır. Son nesil iletişim sistemi, iletişim, bilgisayar ve çoğul ortam teknolojilerinin elektronik güvenlik ve dijital eğlence sektörünün de desteği ile birleşecektir. Yeni teknolojinin, zaman yaratma ve zaman öldürme konusunda, birçok fırsat sunacağı öngörülmektedir. Günümüze yakın bir gelecekte, dünya pazarında yerini alması planlanan üçüncü nesil iletişim sistemi ile GSM ve diğer iletişim sistemlerinin teknolojik altyapılarının değişeceği öngörülmektedir. Bu gelişmelerle günümüzün en yaygın kullanımı olan GSM şebekeli cep telefonlarının yerini yeni melez ürünleri almaktadır. Pazar istekleri ve talepleri, teknolojik gelişim etkenleri ile birleşerek, firmalar yenilik ve yeni bir ürün kavramlarını ele almaya zorlamaktadır. Bu nedenle, günümüz dünya

⁵¹ <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/tellan.htm>

pazarında, birbirine benzer teknolojik özelliklere sahip ve çeşitli taleplere cevap verebilecek çok sayıda ürün bulunmaktadır.

2.2. Cep Telefonunun Birey ve Toplum Üzerindeki Olumsuz Etkileri

Günümüz Türkiye’inde özellikle büyük kent çocukları, iki üç yaşlarında istediği filmi, film oynatıcısında veya bilgisayarda oynatabilmekte, bilgisayar ve cep telefonunda resim çizebilmektedir. Televizyonu, önceleri oyalama aracı olarak kullanan ebeveynler, farkında olmadan çocuklarını televizyon ile yetiştiren şehir insanı haline gelmektedir. Çocuklar, Türkçesi ve/veya şivesi bozuk, bebek bakıcısı adı altında hizmet veren yerli ve yabancı kişilere emanet, sosyal güvenlikten uzak bir ortamda büyümektedir. Televizyondan sonra sahiplenilen teknolojik oyuncak cep telefonudur. Başlarda renk çekiciliği ile bireyi kontrol altına alan cep telefonu, zaman içinde teknolojik özellikleri ile de ilgi çekiciliğini devam ettirmektedir. Bireyin çocukluktan itibaren gördüğü oyuncak ve araçlar yerini teknolojik ürünlere bırakmaktadır. Ders ve oyun amaçlı ayrımını net göremeyen aileler açısından bu görmezlik tehlikeli adımları barındırmaktadır.

İstanbul’un henüz çok yeni metrosunda yıllarca yabancı filmlerde görülen sahneyi yaşamak mümkündür. İki insanın yan yana otururken, bedensel temas mevcut halinde iken birbirleriyle konuşmadan seyahat etmesi kimilerine göre normal, kimilerine göre şaşırtıcı bir haldir. Türk insanı en azından “selam” vermeyi gelenek haline getirmiş bir toplumun uzantısıdır. Yakın geçmişte günlük hayatın içinde yer edinen yeni tecrübeler, filmlerde tanışılan öğrenilen yeni davranış şekillerini beraberinde getirmektedir. Çocuklar, masallarını yataklarının başucuna konan bir müzik çalardan dinleyebilmektedir. Kırsal kesim ile kent insanı arasındaki fark henüz kırsal kesimin tanımadığı araçlar ile farklı kalmaktadır. Misketi, saklambaç, yakalamaç oyunların sanal aleme taşımış gözüken yeni nesil, oyunlarını bilgisayarda, cep telefonunda oynarken, arkadaşlıklarını internet ortamında MSN programına dahil ettiği insanlardan tercih eder görünümündedir. Bu süreç, bir odada

yalnız başına gerçekleşebilmektedir. İnternette gezinirken aynı anda cep telefonuyla mesaj atabilen gençlik, hep bir yere yetişme telaşında görünmektedirler. Hızlı bir yaşam döngüsü yaratmış gençlik, ünlü harflerin pek gözükmeydiği bir lisan yaratmış durumdadır. Konuşmalar yerine kısa sunuşların yer aldığı bir iletişim gözlenebilmektedir. Derin olmayan yüzeysel ilişkiler kurmayı tercih etmektedirler. Göçebe atalarının tarzını atları ile değil, bilgisayar ve cep telefonları ile yaşatmaktadırlar. İnternet sanal göçebe hayatlarını yaşarlarken, bilgisayar karşısında vakit geçirilen ev dışındaki yaşamda, cep telefonunu sihirli lambası olarak görmektedir. Sabır erdeminden uzak, sabırsız ve meraklı bir yapının ön planda olduğu internet ortamındakinden daha sosyal bir ortamdan zihinsel uzaklaşabilmektedir. Atılan bir kısa mesajı ya da alınan mesaj, bulunulan ortamdan farklı bir yansımada yaşayabilmektedir.

Dijital teknoloji gelişmeden önce, henüz telefonla doğrudan arama yapılamadığı için manyeto ile postaneye bağlanır, santral görevlisine numara söylenilir ve konuşulurdu. Şehirlerarası bir görüşme yapılmak istendiğinde yine santrali aranır, numara verilir ve telefonun başında beklenirdi. Telefonla erken konuşmanın bir maliyeti vardı, “normal” yazdırırsanız hayli beklerdiniz, “acele”de süre kısalır; fakat ücret artardı, eğer “yıldırım” yazdırırsanız, saniyeleri sayarak konuşabilirdi. Telefon etmek zor olduğu için insanlar istedikleri her an telefon kullanamazlardı; ancak gerek duyduklarında ve ihtiyaç ölçüsünde konuşurlardı. Evlerinde telefon olmayanlar en yakın PTT şubesine gider, konuşacakları telefonu yazdırıp beklerlerdi. İnsanların telefon etme ihtiyacını karşılamak için geceleri en azından bir PTT şubesinde nöbetçi olurdu. Eve telefon almak için birkaç yıl sırada beklenirdi. Acelesi olan, gazete ilanlarını takip eder, büyük paralar ödeyerek satın aldığı numarayı evine bağlatabilirdi. 1980’li yıllardan sonra telefonla iletişimin alt yapısı gelişmiş önce numara çevrilen telefonlarla aynı şehirdekiler, telefonun dışında başka bir aracıya gerek duymaksızın aracısız görüşmeye başlamışlardı. Sonra ulusal ve uluslar arası görüşmeler istenildiği an yapılmaya başlanmıştı. Bu değişim o kadar hızlı oldu ve o kadar kolay alışıldı ki; hemen önceki zorluklar unutuldu ve sonra ki teknoloji sabırsızlıkla beklendi ve nihayet günümüzün en yaygın kitle iletişim araçlarından olan cep telefonu insanlığa hem görsel hem işitsel olarak hizmet etmeye başladı. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte gerçek dünyadan sanal dünyaya kadar birçok uyaran kullanıcılara sunuldu. Bunların sonucu olarak da cep telefonu dünyaya açılan bir çeşit pencere görevini üstlenerek birçok kişinin vazgeçilmez haline geldi.

Cep telefonunun tüm insanlar, özellikle de çocuklar üzerinde görsel ve işitsel bir materyal olarak pek çok olumsuz etkileri olduğu tartışılmaktadır. Yaşantımıza giren her yeni teknolojik ürün gibi cep telefonunun da insanlar üzerindeki etkileri birçok araştırmaya konu olmuştur. Evrensel bir araç olan cep telefonunun etkileri de genellikle evrenseldir. Ancak her toplum ve kültüre göre cep telefonunun etkileri bazı farklılıklar gösterebilmektedir. Türkiye’de son on yıl içerisinde cep telefonunun maddi açıdan ucuzlaması ve herkesin alabileceği bir fiyata inmesi, bireyler üzerindeki etkilerinin arttığını düşündürmektedir.

Cep telefonunun toplum hayatına girmesi sabit telefonun hayatına girmesinden çok daha geç olmasına rağmen, cep telefonunun yayılması sabit telefona göre çok daha hızlı olmuştur. Bu da cep telefonunun yol açtığı toplumsal değişimi net izleme fırsatını bize vermemektedir. Her konuda olduğu gibi cep telefonu da beraberinde sorunlar getirmiş ve toplum olarak bu sorunlara aynı hızla çözümler üretilememiştir. Hukuk sistemi de kendini hızlı bir şekilde adapte edememiş cep telefonu hırsızlığına, kaçakçılığına, hat kopyalanmasına karşı kanuni düzenlemeler daha yeni yeni gündeme getirilmiştir. Sorun iyice büyüyüp de toplumsal huzuru görünür ve hissedilir şekilde tehdit etmeye başladıktan sonra önlemler alınmaya başlanmıştır.

Cep telefonunun ülkeye ilk girdiği dönemlerde sınırlı sayıda ve pahalı olması tek başına cep telefonunun bir statü aracı olmasına sebep olmuş daha sonraları kolay satın alınabilmesiyle herkesin sahip olabileceği bir araç haline gelmiştir. Ancak cep telefonunun bir statü aracı olması engellenememiştir Fakat bu yanıltıcı gösterge insanların sadece merak ve gösteriş duygularının tatmini için düşük gelirli de olsa uzun dönemli taksit imkânlarıyla sahip olabilecekleri duruma gelmesiyle yıkılmıştır. Hatta cep telefonuna atfedilen bu sembolik önem yüzünden ihtiyacı olduğu ve yüksek gelire sahip olduğu halde tepki olsun diye yeni ürün almayan da bir başka kesim oluşmuştur. Statü sembolü olarak taşıyan kesim de cep telefonun en umulmadık insanların eline geçtiğini gördükçe yeni ve çok pahalı modelleri satın almaya devam etmişlerdir. Böylece, ihtiyacı olmadığı halde toplumun genelinden farkını; yeteneği, bilgisi ve kişisel özellikleriyle değil de taşıdığı cep telefonunun en son model ve en pahalı cep telefonu olması ile ispata çalışan ve bu yolla cep telefonu tüketimini körükleyen bir kesim oluşmuştur. Diğer taraftan da cep telefonunun kendisine karşı “ben senden üstün ve farklıyım” demenin dolaylı bir yolu olarak

kullanılmasından rahatsız olan ve bu farkı ne pahasına olursa olsun kapatma isteği ile dolu bir başka kesim de ikinci el telefonların en büyük müşterisi haline gelmiştir.

Sosyal ve endüstriyel sürece katılan tek benzersiz kaynak, insan bilgisidir – makine performansını programlayan ve yöneten organize bilgidir.⁵² Toplumda, üretim sistemlerine giderek daha az insan yaşam süresi, enerji ve girdi değeri eklenmektedir. Bu, ana faaliyetler olarak hizmet ve bilgi – yönelimli yatırımlara daha fazla insan gücü ve ekonomik kaymanın olmasında yansımaları bulmaktadır. “Yaşamda kalma oyununun tüm karakterleri değişmiştir. Ancak daha net bir şekilde kazananı olmayan bir oyun değildir – başarı ve kazanç tüm kazanımların gerekçesini oluşturmaktadır. Yeni refah üreteçleri olan bilişim, bilgi ve organizasyon daha yaygın erişim ve paylaşım ile değerinden ya da miktarından kayba uğramamakta, sadece kazanmaktadır.”⁵³ Bu değişiklik toplumda gücün doğası açısından önemli anlamlar içermektedir. Çünkü artık bilgi, toplumun en değerli “mülkü” haline gelmektedir.

Her yazarın kendi yayıncısı olma imkânını veren kopya makinesi, bireyler arasında olağanüstü bir kişiselleşmiş bilgi değişim akışı sağlamaktadır. Telefon, terminal ve diğer aygıtlarla birlikte bu elemanlar geleneksel kurumsal engelleri aşan yeni grup oluşumlarını yaratmaktadır. Kameralar, ses/görüntü kayıt cihazları ve sinema donanımları insanlar tarafından daha düşük maliyetlere temin edilebilmektedir; bu da çeşitli kültürel biçimlerde yeni yaratıcı dalgalanmalara yol açmaktadır. Bununla bağlantılı olarak ortaya çıkan bir yükselme, günümüzde daha genç kuşak için özerk bir bilişim ağı oluşturan “yeraltı” gazeteleri, dergileri, kitapları, ses ve videokasetleri değişimidir. Bu gelişmeler, özellikle bireysel inisiyatif ve kompleks süreçlerin denetimine doğrudan katılım ile karakterize olmaktadır. Bu alanda daha az izleyici bulmaktadır, herkes şu ya da bu şekilde “performans” ile haşır neşirdir. Yeni bilişim ve iletişim teknolojisi türlerine bireyin tepkileri açısından açıklama getirerek, birey-toplum etkileşimi boyutundan bakabilir. Bu kategorilerin sadece izlenim şeklinde oldukları belirtilmelidir.

“İşin yapıldığı yeri işin yapılış biçimini büyük ölçüde belirler. Yapılan iş üzerindeki etkisi de büyüktür. Büyük değişiklikler meydana geleceğinden emin olabiliriz – ancak bunlar nasıl ve ne zaman olacaktır, şimdilik tahmin bile

⁵² Aydın, 1995, s:25

⁵³ Aydın, 1995, s:25

edemeyiz.”⁵⁴ Enformasyonun bir başka önemli sosyal etkisi de açıkça görülmekte ve geniş bir biçimde tartışılmaktadır. Herkes evinde oturup, bir uydu aracılığıyla enformasyona doğrudan ulaşabilirken – bunu sağlayan “alıcılar” daha şimdiden öylesine ufalmıştır ki, hiçbir gizli polis örgütünün bunları bulabilme umudu yoktur – enformasyon üzerinde devlet denetimi artık mümkün değildir. Hatta enformasyon artık uluslar arası bir nitelik kazanmıştır: para gibi, enformasyonun da “anayurt”u yoktur.

İngiltere'de 16 bin 500 kişi üzerinde yapılan “Mobile Life Report” adlı araştırma, çağımızda insanların günlük hayatlarını nasıl yaşadıkları konusuna ışık tutmaktadır. Geçmişte kadınlar kendilerine yaklaşan kişileri bu niyetlerinden vazgeçirmek amacıyla gazete veya dergi kullanırken zamanla bu da değişmektedir. “Araştırmaya katılan 24 yaş altı kadınların % 24'ü, halka açık yerlerde kendilerine yaklaşan insanları bu niyetlerinden vazgeçirmek amacıyla cep telefonlarını kullandıklarını itiraf etmektedir. Sonuçları Londra Ekonomi Okulu tarafından rapor haline getirilen araştırmada ayrıca, cep telefonları sayısındaki artış ile suç oranları arasındaki artış arasında da bağlantı olduğu da ortaya çıkarmaktadır. Her 10 kişiden birinin cep telefonunun çalındığı ve kurbanlarını çoğunun da 18–24 yaş arası gençler olduğu belirtilmektedir. Bu yaş grubunda telefonu çalınan kadınların oranı % 17 olurken, erkeklerde oran % 10'dur. Araştırmada insanlara cep telefonlarındaki fotoğraf makinesi ya da kamerayı kullanarak bir suç kanıtını ya da suçun kendisini çekmeyi düşünüp düşünmedikleri sorulduğunda, katılımcıların yarısı kanıtları kaydedeceklerini söylerken, % 47'si suç işlendiği sırada kayıt için cep telefonlarını kullanacaklarını, % 3'ü de telefonlarını sadece ünlü kişilerin görüntülerini çekmek için kullanacaklarını söylemektedir. Cep telefonları aynı zamanda insanların cinsel yaşamları üzerinde de etkili olmaktadır. Araştırmada insanların % 25'inin seks öncesi cep telefonlarını kapatmak ya da sessize almak üzere durmak zorunda kaldıkları ortaya çıkarmaktadır. Araştırma gençler arasında iletişimin kısa mesajla dönüştüğünü de ortaya koymaktadır. Mesaj devrimi en çok 18–24 yaş arasında etkili olmaktadır. Bu yaş grubunun % 51'i günde en az altı yazılı mesaj almaktadır. Günde altı ya da daha fazla telefon görüşmesi yapanların oranı ise % 15'dir. Aynı araştırma sonuçlarına göre cep telefonu sahibi olmak da en çok yine aynı yaş grubu için önemlidir. Bu yaş grubundaki kadınların % 32'si cep telefonunun televizyondan daha

⁵⁴ Drucker, 1998, s:264 - 265

önemli olduğunu düşünürken, erkeklerin % 19'u cep telefonlarını sahip oldukları en önemli teknolojik ürün olarak görmektedir.”⁵⁵

“Çağrı merkezleri ve profesyonel ofis kullanımı için kablolu ve kablosuz kulaklık üreten GN Netcom’un yaptırdığı iki saha araştırması, ofis çalışanlarının sıklıkla maruz kaldığı boyun ve sırt ağrıları sorunlarının telefon yerine kulaklık ve mikrofon seti kullanımı ile dikkate değer derecede azaldığını ortaya koymaktadır. Telefon cihazının kullanımı yorucu hareketlere, ahizenin boyun ve omuz arasında tutulması gibi doğal olmayan duruşlara ve eşyalara ulaşmak için uzanmak zorunda olmaya neden olmaktadır. GN Netcom tarafından ofis ve işyerleri ergonomisi üzerinde yaptırılan araştırmalar, ofis çalışanları tarafından klasik telefon cihazlarının kullanılmasının boyun ve sırt ağrılarının önemli bir nedeni olduğunu gösteriyor. ABD Ulusal Mesleki Emniyet ve Sağlık Enstitüsü (NIOSH) ofis içerisinde çalışan ve sıklıkla telefonda görüşen kişilerde oluşan kas ve kemik bozukluklarını iş ortamında oluşan veya iş ortamından dolayı kötüleşen rahatsızlıklar olarak tanımlamaktadır. Zaman zaman çok şiddetli ve acılı olabilen, sızlamadan uyuşmaya kadar pek çok etkisi görülen kas ve kemik bozuklukları, çalışma ortamında iş yapmadan geçen sürenin artmasına, verimliliğin düşmesine veya geçici / kalıcı sakatlıklara neden olabilmektedir. Klasik telefonlarla kısa süre konuşmak baş, boyun, sırt ve omuzlarda ağrı yaratıyor, uzun süreli kullanmak ise, tendonlara, dokulara, kasara, sinirlere ve iskelet sistemine zarar verebilmektedir. Kişisel bir iletişim aracı olarak kulaklık ve mikrofon seti statik pozisyonları ve zorlayıcı hareketleri kas ve kemik sistemine yardımcı olacak şekilde doğal ve dinamik hareketlere dönüştürmekte ve kullanıcıların tüm vücutlarını serbestçe hareket ettirebilmeleriyle tendonlarının, dokularının ve kan dolaşımının uyarılmasına imkân vermektedir. Son derece hafif ve ağırlığı telefon cihazına oranla 6 ile 10 kat daha az olan kulaklık ve mikrofon setleri kullanıcıların bir telefon ahizesini kaldırması ve elinde tutması ile omuzlara binen yükü azalmaktadır. Bunun ötesinde kulaklık ve mikrofon setleri üst gövdeyi dinamik olarak hareket edecek şekilde serbest bırakmakta ve kullanıcılar telefonla konuşurken ayağa kalkabilmekte, bütün vücutlarını oynatabilmekte, eğer kablosuz kulaklık kullanılıyorsa alt gövdelerini de hareket ettirerek ofis içerisinde rahatça gezinebilmektedirler.”⁵⁶

⁵⁵ http://teknolojiblogg.blogspot.com/2006_07_01_teknolojiblogg_archive.html

⁵⁶ http://www.btdunyasi.net/index.php?module=news&news_id=2910&cat_id=1

Cep telefonu kullanımı mekana bağılı olmadığından, yürürken, alışveriş yaparken araba kullanırken hatta günümüz Türkiye’inde motosiklet kullanırken cep telefonu ile görüşme yapan kişiler mevcuttur. Seyir halinde cep telefonu kullanımın tek olumsuz etkisi dikkatin dağılması ve refleksin belli ölçüde yitirilmiş olması değil, kişilerin kas ve sinir sisteminin zarar görmesidir. Kulaklık ve mikrofon seti bu problemleri belli bir oranda ortadan kaldırırsa da, henüz yaygın olarak kullanıcılar kulaklık ve mikrofon kullanımına geçmiş değildir. Trafiğin yoğun yaşandığı büyük şehirlerde, dur kalk trafiği esnasında boynunda ve çantasında yüzlerce kulaklık, şarj cihazı vb. ürün satan ayaklı işportacılar görmek mümkündür. Sonuçta kaçak ve taklit giren bu ürünler “Kullan At” tarzında oldukça dayanıksız ürünlerdir. Ancak bu kadar çok sayıda satıcının varlığını dikkate alarak, kişilerin bu tarz ürünlere acil durumlarda başvurduğunu söylemek mümkündür.

Çok değil, bundan 10 yıl önce cep telefonu, iş görüşmeleri ve özel buluşmalar için gerekli değildi. Bugün ise 'aradığınız kişiye şu an ulaşamıyor' cümlesi, insanların paniğe kapılması için yeterlidir. Hatta cep telefonları artık fotoğraf makinesi, bilgisayar, ses kaydı, oyun gibi özellikleriyle gündelik hayatın vazgeçilmez unsurudur. Globalleşmeyle paralel Türkiye ve dünyada olduğu gibi müthiş bir ivme kazanmaya başlayan mobil iletişim teknolojisi günümüz sektörleri arasında ilgi çekici bir yere sahip olmuştur. Giderek gelişen bu sektör tüketicilerine birbiri ardına sunmuş olduğu sayısız modellerle tüketicinin ilgisini hep çekmiştir. Mobil iletişim teknolojisinin bu denli albenili bir yönünün olması tüketicileri arasında bir saygınlık sorunsalını gündeme getirmektedir.

2.3. Cep Telefonunun Kişilerarası İletişime Etkisi

Teknolojik yenilikler ve gelişmelerle doğaya egemen olma savaşı veren insanoğlu sürekli yeni teknolojiler keşfetme uğraşı içindedir. Var oluşundan bu yana varlığını sürdürebilme mücadelesinde doğayı teknik dönüşüme uğratmak için başta doğanın kendisi olmak üzere birçok araç kullanma gereksinimi duyan insanoğlu ürettiği bu araçlarla doğayla mücadelesinde başarıya ulaşmıştır. Çünkü insanın

insanca özelliklerinden biride tekniktir. İnsan, içgüdülerinin eksikliğini nasıl zekâsıyla gideriyorsa, organlarının eksikliğini de teknikle giderir. Uçmak için kanatları olmayan insan birçok organının görevlerini de tekniğe yükler. Araba ile yürümekten kurtulur, asansör ile merdivenleri tırmanmaktan kurtulur. Bunlardan başka insan, birçok organının görevini de teknikle aşar. Sesini işittiremeyeceği uzaklıklara telefon telleri çeker, yumruğuyla vuracağına taşla vurarak işini daha iyi yapar, gözleriyle göremediğini dürbünle görür. Teknik her gün biraz daha, organik doğayı görev dışı bırakmaktadır. İnsan dünyayı teknikle değiştirebilen tek canlıdır. Ya kendine organlar yaratır, ya organlarının işgücünü artırır, ya da kendi organlarının işini doğaya gördürür. İnsan, tekniği zekâsıyla ortaya koyar. Teknik doğada yoktur. Teknik, insanlığın zihinsel çalışmaya ayıracağı süreyi artırmıştır.

“Teknik, insanı doğaya bağıllıktan da kurtarmıştır. Artık insan atın yürüme, ağacın büyüme hızına bağlı değildir. Atın yerine otomobili ağacın yerine kömürü ve petrolü koyarak bütün kültür süreçlerini hızlandırmıştır. İnsan yepyeni bir doğa yapabilmek gücünü kazanmaktadır. Örneğin doğada yirmi milyon elektro voltluk elektrik gerilimleri yoktur. Oysa insan böyle bir gerilimi teknikle meydana getirerek bu durumda doğanın nasıl davranacağını deneyebilmektedir.”⁵⁷

Cep telefonu teknolojisindeki bir yenilik bile büyük toplumsal değişimleri tetikleyebilmiştir. İlk telefonlarda SMS ortalığı kırıp geçiren bir uygulama [killer application] olarak ortaya çıkarken cep telefonu ile insanların her yerde ve her zaman ulaşılabilir olması da insan ilişkilerinde değişime yol açmıştır. İnsanlar tam kısa mesaj ve mekândan bağımsız ulaşılabilmenin şokuna alışmaya çalışırken görünüşte fazla önemli olmayan teknik bir gelişme toplumsal hayatta büyük bir depreme yol açmıştır. Bu gelişme fotoğraf çeken cep telefonlarıdır. Bu telefonları da ilk başlarda toplumun küçük bir kesim alabilmiş ancak fiyatlar düşünce ve ikinci el piyasası oluşunca sanki cep telefonu değil de yepyeni bir ürünmüş gibi hızlı bir yaygınlık kazanma eğilimi göstermeye başlamıştır. Çok yaygın bir ürün olan cep telefonuna eklenen bu özellik ona yüklü paralar ödeyerek sahip olanların elinde öyle bir etkinlik kazanmıştır ki kişilerin kendilerini aşarak buldukları bu kullanım alanları toplumsal barışı tehdit eder olmuştur. Cep telefonu ile kardeşinin fotoğrafını çektiği için komşusunu öldüren, fotoğraf çeken cep telefonuna sahip olma hedefine en kısa

⁵⁷ Hançerlioğlu, 1995, s:19

yoldan ulaşmak için en yakın arkadaşını öldüren, katilinin fotoğrafını çekmeyi başaran kapıcı ile markette kuyrukta ilen başkasının kredi kartını çekip kart bilgilerini alan müşteri gibi basına yansıyan olaylar yaşanmaktadır. Ne yazık ki bir teknoloji bu kadar hızlı bir şekilde yayılıyor ve toplum henüz onu nasıl kullanabileceğini anlamaya çalışırken bir takım kişiler boşluklardan yararlanarak insan haklarını suiistimal etmektedir. Teknolojiyi üreten firmalar sürekli daha fazla gelişimi daha ucuza topluma sunmanın yarışında iken toplumsal yan etkileri göz önünde bulundurmadan ürünlerini piyasaya sürmeleri, toplumun taşıyamayacağı bir hızla teknoloji servisi yapmaları sosyal bir çözülmeye yol açmaktadır.

Önce yadırganan ve hor görülen bir statü sembolü olan cep telefonu da geliştikçe kontrol edilemeyen bir tür silah halini almıştır. Üstelik bu silaha artık iç kontrollerini geliştirmemiş ve toplumsal kontrollere de tepkili bireylerce de kolaylıkla sahip olunabilmektedir. Firmaların bu harika oyuncakları geliştirirken onlarla oynayanların kendilerine ve başkalarına zarar vermelerini önleyecek yollar bulmak üzerine kafa yormaları gerekmektedir. Tarım toplumundan sanayi toplumuna tam geçememiş bir toplumun hiçbir teknoloji üretmeden dışarıda üretilen bir teknolojiye bu kadar sarılması ve bu şekilde sanayi sonrası toplum olacağını ve çağ atlayacağını sanması büyük bir yanılgı olacaktır.

“Tüketici kitlelere, özellikle de gençlere, ‘kişisel özgürlükleri geliştiren ve zaman kazandıran teknoloji’ şeklinde sunulan cep telefonları, temelde bir ‘kontrol’ ve ‘denetleme’ mekanizmasını da beraberinde getirmektedir. Ebeveynlerin, çocuklarının cep telefonu kullanımını desteklenmelerinin en önemli nedeni, onları ait oldukları arkadaş grupları içerisinde denetleyebilme olanağına kavuştuklarına dair düşüncedir. Ebeveynler açısından denetleme, kontrol ve hatta baskı aracı olarak da kullanılabilen cep telefonları, anne ve babanın çocuklarıyla yürüttüğü ilişkilerde ‘güvensizliğin giderilmesi’ ve ‘tehlikelerle başa çıkmada yardımcı olma’ duygularına seslenmekte; günlük yaşamın sorunlarıyla tek başına başa çıkamayacağı düşünülen çocuğa destek sağlayan bir teknoloji olarak olumlu bir içerikte tanımlanmaktadır. Oysaki hareketlilik özelliği (mobil olabilmek), cep telefonu kullanıcısının mekânsal sınırlılıklarını azaltırken, denetleme amacı güden ebeveyn ile genç arasında bir kurgusal yaşam inşasına neden olmaktadır. Gençler, ailelerinin onayladığı ortamlarda bulduklarını cep telefonları sayesinde kolayca iddia edebilmektedir; ebeveynler de

çocuklarının söylediklerine inanarak, psikolojik bakımdan içsel huzura kavuşmaktadırlar. Özellikle örgün eğitime başlamalarını takiben, aileleri ve akrabaları dışındaki bir sosyal çevre ile iletişime girmeye başlayan çocukların, akranlarıyla ilişki kurmaları, sürdürmeleri ve geliştirmelerinde çeşitli faktörler ön plâna çıkmaktadır. Çocukluktan ergenliğe doğru yol alan bireylerin kişiliklerini hem ailelerine hem de çevrelerine ispatlama çabası sergilemeleri, kendilerini ifade edebilecekleri, aidiyet duygularının gelişeceği ve kimlik kazanacakları çeşitli gruplara katılmalarına neden olmaktadır. Özellikle giyinme (belirli markaların tercih edilmesi) ve eğlenme (belirli mekânların tercih edilmesi) tarzları ile ait oldukları grubu belirginleştiren ve diğerlerinden farklılaştıran gençler, çeşitli sembol ve simgeler üzerinden kimliklerini oluşturma çabası içerisindedirler. Yaşamın, bireylerin ‘ne yaptıklarından’ öte ‘neleri satın aldıkları ve ne kadar harcadıkları’ ile anlamlandırıldığı ve üretici bir toplumu tanımlayan ‘disiplin, kendine ve çevresine saygı, özdenetim, kişisel yeterlilik ve sorumluluk’ gibi özelliklerin yerini ‘gruba uyum sağlama, çevreye ayak uydurma, başkalarıyla etkileşime girme, benzer yaşam tarzına sahip kişilerle kaynaşma’ şeklindeki değerlere bıraktığı çağdaş kültürel dönüşüm ise, tüketim toplumunun çerçevesini oluşturmaktadır. Tüketim, bireylerin nesnelere bütünleşmesine ve nesnelere geçerek arzularını, hayallerini, umutlarını gerçekleştirmelerine kaynaklık etmektedir. Cep telefonunu işlevlerinin ötesinde bir statü sembolü olarak kullanan gençler için telefonun markası, rengi, şekli ve reklâmlardaki sunuluş tarzı önemli birer satın alma faktörüdür. Tüketim toplumunda satın alma, kullanmayla gelen birliktelik ve aidiyet duygusuyla desteklenmeye çalışılmıştır. Bu duruma, cep telefonu üreticilerinin farklı markalar kapsamında, özellikle gençler tarafından sıkça kullanılan ‘internet club’ları kurmaları ve gençlere yönelik süreli yayınlar çıkarmaları örnek gösterilebilir.⁵⁸

Tüketim toplumunda bireylerin kendilerini tanımlamaları, günlük yaşamlarında satın aldıkları ve kullandıkları ürün ve hizmetler aracılığıyla gerçekleşmektedir. Kullanım alanlarının çeşitliliğinin ötesinde ürünlere, işlevlerinin ötesinde kullanıcıları ve/veya sahipleri tarafından (reklâmcılık ve pazarlama tekniklerinin satın almayı artırıcı stratejilerinin de etkisiyle) farklı anlamlar kazandırılmaktadır. İnsanların doğaları gereği tüketici oldukları üzerinde duran James Twitchell, “tüketiciler, özellikle de gençken, nesneyi kuşatan statünün peşinde koşar, elde

⁵⁸ <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/tellan.htm>

edincede tadını çıkarırlar” tespitiyle⁵⁹ birlikte “Kabul etmek gerekir ki, satın alma arzusundan düş kırıklığına, oradan da yeniden arzuya giden döngüsel rotanın sonu yoktur, ama -melankoliden kaygıya giden- öteki yolun daha kötü olması yüzünden bu yolu takip ediyor olabiliriz” öngörüsünde bulunmaktadır. Cep telefonu satın alma ve kullanmanın da temelinde, toplum içerisinde yaşayan, kendisini diğerlerinden farklı, ancak diğerlerinin onayladığı bir kimlik içerisinde tanımlamaya çalışan bireylerin bu ikilemi yatmaktadır. Teknolojinin sağladığı olanaklarla işini en hızlı şekilde yapma isteği içerisinde bulunan birey için cep telefonu yaşamı kolaylaştıran bir araçtır. Ne var ki bu kolaylaştırıcılık, herhangi bir işi olmayan, işle ilgili çalışmalarında cep telefonuna ihtiyaç duymayan gençler için de ‘mutlak bir geçerlilikmiş gibi’ sunulmaktadır. Tüketim toplumunda önemli olan, en yeni ve işlevleri bakımından kullanıcılarının gereksinimlerinden daha fazla özelliklere sahip bulunan cep telefonuna sahip olmaktır. Cep telefonunun çok ucuz bir ürün olmaması, kimi zaman herkesin ilk elden bu aracı satın almasına engel teşkil etmekteyse de; bu duruma yanıt olarak, özellikle gençlerin kolayca gidip cep telefonu alabilecekleri ya da sahip oldukları telefonları değiştirebilecekleri bir ikinci el cep telefonu piyasası geliştirilmiştir. Tüketim toplumunda cep telefonlarının popüleritesi ticari değiş-tokuş yoğunluğu ile özdeşleştirilmiştir.

“Günlük yaşamda salt cep telefonuna sahip olmak yeterli olmamaktadır. Cihazın kullanım sürecinde de farklı deneyimler yaşanmaktadır. Gençlerin, genellikle sabit hat değil de kartlı hatları tercih etmelerinin ardında ekonomik ve psikolojik nedenler yer almaktadır. Özellikle aileler, herhangi bir gelir elde etmeyen çocuklarının, cep telefonlarını sorumsuzca kullanarak kabarık faturalara yol açmalarını önlemek amacıyla böyle bir yol izlemektedirler. Ailenin dayanışmacı ve çocuklara yol gösterici karakteri, tüketim toplumunun etkisiyle parçalanmakta ve otokontrol duygusunun güçlendirilmesi yerine baskı ve bireyler arası güvensizlik ilişkilere egemen olmaktadır. Gençler arasında, mesaj gönderme, kontör bulunmadığı ya da görüşme için yeterli olmadığı koşullarda geliştirilen ve zamanla bir iletişim formülü haline gelen çaldırıp kapatma ve karşı tarafa aratma ile özellikle Uzakdoğu Asya’da yaygınlık kazanan cep telefonundan alışveriş hizmetleri, temelde GSM operatörü işletmecilerinin kâr hanelerine yazılan birer ticarî eylemdir. Telefonun kullanım sürecinde geliştirilen ve hızla yaygınlık kazanan mesaj gönderme pratiği

⁵⁹ Twitchell, 2001, s:19

nedeniyle kullanılan dilde de bozulma gözlenmektedir. Özellikle internet ortamında oluşturulan sohbet odalarında eşzamanlı iletişim (Chat) kurma sürecinde geliştirilen bu jargon, cep telefonu aracılığıyla kurulan iletişim sürecindeki söyleme de hâkim olmuştur. Kelimelerin kısaltılması, telefon tuşları üzerinde yer alan çeşitli işaret ve sembollerin kullanılması ve Türkçede yer almayan bambaşka kelimelerin üretilmesi (slm, mrb, nslsn, :), :(vd.) yoluyla bireylerin isteklerini, duygularını ve düşüncelerini karşı tarafa ifade etme tarzları da değişikliğe uğramıştır. Bu tarz bir gelişme, Türkçenin gençler tarafından dilbilgisi kurallarına uygun, güzel ve etkin bir şekilde kullanılmasına engel teşkil etmektedir.”⁶⁰

“Cep telefonu satın alan gençlerin tercihini belirleyen faktörler arasında estetik unsurlar önemli bir yere sahiptir. Renkli ekran, değişebilen kapaklar, logolar, ses tonları, tuş takımı ve aksesuarlar âdeta birer farklılık ögesi olarak tüketicilerin beğenisine sunulmaktadır. Cep telefonu bir teknolojik ürün olmanın ötesinde modanın da bir parçası hâline gelmiştir. Kullanıcı taleplerine dönük pazarlama anlayışının hâkim olduğu günümüzde öne çıkan unsur, ürünlerin çeşitli yollarla farklılaştırılmasıdır. Bireylerin cep telefonlarını nasıl ve hangi amaçlarla kullandıkları, dâhil oldukları gruplarda nasıl sundukları aslında teknolojiyi üretenler ve pazarlayanlar açısından önemli ipuçları vermekte ve yeni ticarî kazançlar için hareket noktasını oluşturmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin en popüler ve güncel örneği olan cep telefonlarının özgürlüğün, çağdaşlığın ve ilericiğin bir parçası ve kimlik farklılığının dayanağı olarak sunulması, belirlenmiş standartlara göre üretilip, yinelenen imge ve imajlarla bütünleştirilmiş bir ürünün tüketim toplumunca mitleştirilmesidir. Cep telefonlarındaki yenilik, ürünün teknik özelliklerinden, fiziksel görünümünden, yedek parçalarından ve paketlenmesinden çok, kurgulanan ve kitlelere dayatılan yaşam tarzındadır. Global ekonominin ve kültürel dinamiklerin bir parçası olarak sunulan tüketim odaklı yaşam tarzı, gereksinimlerin ötesindeki ürünlerin satın alınması, kullanılması, materyal ve mental düzeyde değersizleştirilmesi ve yeni ürün arayışına girilmesi şeklinde işlemekte ve özellikle gençlik üzerinde bedensel ve ruhsal olarak olumsuz etkilere yol açmaktadır. Tüketim toplumunda bireyler, özlem, umut, gösteriş, beğeni ve hayal kırıklıklarıyla dolu bir yaşamın; şirket ve kurumlar ise kazanç, rekabet ve kârların egemenliğindeki bir pazarın parçasıdır. Bu bağlamda, önümüzdeki süreçte gençlik açısından, yaşam ile

⁶⁰ <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/tellan.htm>

pazar arasındaki çelişkinin nedenlerinin ortaya konulması ve çözüm önerileri geliştirilmesi önem kazanmaktadır.”⁶¹

“ABD’de Associated Press haber ajansı, internet servis sağlayıcısı AOL ve Pew araştırma şirketinin yaptığı ortak anket, cep telefonu kullanımında kullanıcıların eğilimlerini inceledi. Katılımcıların yüzde 90’ı kullanıcıların toplum içinde cep telefonu ile konuşurken ‘kaba, yüksek sesli ve rahatsızlık verici’ olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların sadece yüzde 8’i kendilerinin de cep telefonu ile konuşurken şikâyet ettikleri gibi rahatsızlık verici olduğunu kabul etmektedir. Katılımcılar, cep telefonunda yüksek sesle konuşulmasından rahatsız olduklarını ifade etmektedir. Kullanıcılar ayrıca diğer kullanıcıların cep telefonunda yüksek sesle özel hayatlarından ve ilişkilerinden söz etmelerinden şikâyet etmektedir. Ankete katılanların üçte ikisi cep telefonundan vazgeçemeyeceğini vurgulamaktadır. Yüzde 26’sı ise cep telefonsuz bir yaşam düşünemediklerini ifade etmektedir. Kullanıcıların yüzde 75’i cep telefonunu acil durumlarda kullanmış olduğunu belirtmektedir. Cep telefonunun en önemli özelliği olarak, kişiye ulaşılabilirliği artırması olarak gösterilmektedir. Bunun sonucu olarak da katılımcıların yüzde 25’i sürekli aranmaktan şikâyet etmektedir. Katılımcıların yüzde 28’i cep telefonu kullanmaktan dolayı otomobilin hâkimiyetini ikinci plana atarken, yüzde 36’sı ay sonu faturasını yüksek bulmaktadır. Kullanıcılar giderek sade cep telefonlarından kameralı, MP3 çalarlı ve internet erişimli modellere geçiş yapmaktadır. Gençler ve beyaz olmayan ABD yurttaşları cep telefonunda SMS, kamera ve internet uygulamalarını daha yoğun kullanmaktadır. Özellikle gençler video oyunları tercih etmektedir. ABD’de tüm cep telefonu kullanıcılarının üçte biri SMS hizmetini yoğun olarak kullanmaktadır. SMS, Avrupa ve Asya’da ABD’de olduğundan çok daha popüler durumdadır. Ancak ABD’de 18–29 yaş aralığında kullanıcıların yüzde 70’i SMS’i sürekli olarak kullanmaktadır. Aynı yaş aralığında kullanıcıların yüzde 55’i cep telefonundan fotoğraf çekerken, yüzde 47’si oyun oynarken, yüzde 28’si de internete girmektedir. Stanford Üniversitesi’nden Howard Rheingold, cep telefonunun 1980’lerdeki PC, 1990’lardaki internet patlamalarına benzer şekilde, teknoloji kullanımında bir devrim getirdiğini vurgulamaktadır. Cep telefonları, insanlara ölü zamanı aranacak kişilerle iletişim kurarak değerlendirme imkânı tanırken, internet ve fotoğraf makinesi gibi özelliklerin de eklenmesiyle cep telefonu,

⁶¹ <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/tellan.htm>

PC ve internet gibi önceki teknoloji devrimlerini de kendi bünyesinde barındırmaktadır.”⁶²

Konunun bir diğ er boyutu da, gençlerimizin sosyal ihtiyaçlarını elektronik ortamlarda cep telefonları ve bilgisayarlarla karşı cinse kur ve seks yaparak tatmine çalışıyor olmalarıdır. Toplumumuzun derin yönetimi global güçlerin kontrolüne geçmek üzeredir. Çünkü gençler küresel güçlerin çizdiği yaşam tarzını seçmektedir. Oysaki insanın yaşam tarzını kontrol etmesi ve değı ştirmesi gerçek özgürlüğüne kavuşması demektir. İnsan hayatını bizzat kendisi oluşturabildiğı ölçüde özgür ve gelişmiş insan olunmaktadır.

Cep telefonu kullanımının kişiler arası iletişimi olumlu yönde etkilediğı nadir alanlardan biri, kişilerin dayanışmasını resmiyete geçirmekte olan SMS yoluyla bağı ş uygulamalarıdır. Fitre, zekat, genel bağı ş gibi kavramlar cep telefonu aralı ğıyla yapılabilmektedir. Böylelikle banka havalesi, kredi kartı ödemesi gibi uzun zahmetli ve riskli bir ödeme şekli yerine, cep telefonundan dört haneli kısa servis numarasına SMS göndermek, bağı ş yapabilmek için yeterlidir. Gönderilen SMS 5-10 YTL gibi rakamlar, faturaya veya kontör adetlerine yansıtılabilmektedir. Toplumu bireyselleştirmeye götüren uygulamaların yanında cep telefonun toplum fertlerinin dayanışmasına olanak sağ laması mutluluk vericidir. Oturduğunuz yerden reklamı ve/veya duyurusu görülen konu ve mecra ya bağı ş yapılabilmektedir. Fitre ve zekat ödemelerinin cep telefonu aracılı ğıyla yapılması da Diyanet İşleri Başkanlığı'nın sakınca görmediğı bir durumdur. Kendilerine her bakımdan güvenilen kimseler eliyle yönetilen dernek, kurum ve yardımlaş ma fonlarına zekat ve fitre verilmesinde Diyanet tarafından sakınca bulunmamaktadır. Zekat bizzat elden verilebileceğı gibi, vekalet veya havale yoluyla da iletilebilmektedir. Cep telefonu ya, herhangi bir ortamdan her hangi bir saate bağı ş yapabilmek, teknolojinin toplum hayatına kattığı olumlu bir değ erdir. SMS ile kişilerin harcama yaptığı mecralara üçüncü bölümde yer verilmiştir. Ayrıca cep telefonundan ödeme, kredi kartının alternatifi olarak yaygınlaşmaktadır.

⁶² <http://www.ntvmsnbc.com/news/367620.asp>

III.BÖLÜM

3. KATMA DEĞERLİ SERVİSLER PAZARI

“Katma Değerli Servisler” [Value Added Services] olarak tanımlanan hizmetler, mobil iletişim servislerini daha da geliştirebilmek yepyeni hizmetler sunabilmek için fikirlerin beklendiği, her geçen gün gelişen teknolojinin hayal gücünü daha da fazla destekleyen bir gelir grubudur. Katma Değerli Servisler geliştirmek ve bu servisleri müşterilere ulaştırmak için değişik uzmanlık alanlarından firmalar ve operatörler iş ortaklıkları yapmaktadır. Yapılacak tahsilât direkt cep telefonuna kontör veya SMS ücreti olarak yansıtılmasından dolayı, milyonlarca cep telefonu hattına sahip potansiyel müşteri söz konusudur. Türkiye’de katma değerli servis üreten firmalar, cep telefonu operatörlerinin talep ettiği gereksinimlerini karşılamak dâhilinde, proje yaratan veya uygulayan firmalar arasına dahil edilmektedir. Cep telefonu operatörleri, çağrı merkezlerine ulaşan kişilerin taleplerini ilgili birimlere ulaştırmaktadır. Talebi incelemekle yükümlü olan ilgili birimler, çalışmakta oldukları firmalara proje içeriğine göre dağıtım yapmaktadır. Örneğin bir televizyon yarışma programı gerçekleştirmek isteyen kişi ya da kurum, talebini ilettikten kısa bir süre sonra, en az iki adet firmanın irtibatlarını iletmektedir. Proje veya fikir sahibi bu firmalar ile görüştüğten sonra bir tanesi ile iş birlikteliği yaratmaktadır. Bu iş birlikteliğinden katma değerli servis altyapısı sunan kurum, ya hizmet bedeli ya da oluşacak servisin gelirine yüzdesel ortaklık talep etmektedir. Proje sahibi genelde gelir ortaklığını tercih etmemektedir. Çünkü bu model bir iş birlikteliğini yatırım için bir tutar harcamak zorunda kalmamaktadır. Katma değerli servis sunan operatörler uygun projeleri hayata geçirebilmek adına, projenin tüm detaylarını hizmeti üretecek firmadan talep etmektedir. Firma gerekli bilgileri temin ettikten sonra süresi operatör tarafından belirlenmiş projeyi lanse etme yetkisini sunmaktadır. Ancak proje hayata geçtikten sonra gereken denetimleri yapılamamaktadır. Her gün yeni projelerin eklendiği pazarda, tüm servislerin denetimi ve takibi operatörleri zorlamaktadır Ancak kullanıcıdan iletilen şikâyetlerde ilgili servis operatör tarafından denetlenebilmektedir. Bu da o ana kadar satın almayı gerçekleştiren kullanıcıları maddi kayba uğratabilmektedir. Yıllarca var olan ve

herhangi bir şikâyet almamış servislerde yok değildir. Özellikle Türkiye’de haber paketleri kullanıcıların şikâyet yerine severek dâhil oldukları servisler olarak göze çarpmaktadır. NTV haber paketi şu anda Türkiye’de en fazla ilgiyi gören, haberi en kısa zamanda kullanıcıya ileten faydalı servislerin başını çekmektedir. Cep telefonundan enformasyona en hızlı şekilde ulaştıran servislerin yanı sıra, eğlence odaklı katma değerli servisler de mevcuttur. Eğlence kategorisine giren içeriklerde etik açıdan bazı sorunlar doğmaktadır. Özetle bu sorunlar, telif haklarını göz ardı etmek, kullanıcıya reklâmda iletilen fiyatlandırmanın yeteri kadar açık ve net olmaması, gelen içeriğin kalitesizliği gibi etkenler kullanıcıların hem maddi kayba uğratmakta hem de hayal kırıklığına uğratmaktadır. Türkiye’de katma değerli servisleri kullananların profilinden söz etmek gerekir ise, genel anlamda haber paketleri gibi servislerin haricinde kalan içerikler C, D ve E gelir kategorisine giren kullanıcıların talebini karşılamaktadır. Eğitim seviyesi A, B gelir gurubuna göre düşük olan kullanıcılar, yeterli incelemede bulunmadan, reklâmların çekiciliği ile servis ve içeriği satın almaktadır.

“Katma Değerli Servis, temel olarak yüksek fiyata satılan ek bir servis olmalı, kendi başına kar yaratmalı ve talebi arttırmalıdır. Bir ana servisin yeni bir şekli halinde olmamalıdır. Bu servis diğer ürünlerin gelirinden pay almamalı, alsa bile geliri giderinden daha fazla olmalıdır.”⁶³ Bu mantıkla bakıldığı zaman her geçen gün ana servislerin yanı sıra farklı yeni servislerle kullanıcılar karşı karşıya kalmaktadır. Özellikle teknoloji ile büyüyen yeni nesil, servisler konusunda oldukça talepkar durumdadır. Var olmayan bir servisin boşluğu hissedilemez. İnternet, cep telefonu yokken bunların eksikliğini hissedilmiyordu ancak bu araçların işimiz için ne kadar büyük katkısı fark edilince, vazgeçilmez oldular. Kullanıcılar telefon ile daha fazla şeyler yapamamanın eksikliğini hissetmemektedir. Talep edilmeyen hizmetler para kazanmak için yaratılmaktadır. Servisler anlaşılabilir, kolay kullanılabilir, alım gücünü zorlamamalı, müşterisine hizmet bedelinin üzerinde fayda sağlamalıdır. Para kazanan servisleri rakipler benzer bir şekilde denemek isteyebilmektedir. Sürekli büyüyen bir pastadan en karlı çıkan devlet, cep telefonu bağımlılığını çok daha geniş bir perspektiften incelemek ve gereken önlemleri almak durumundadır. Bu önlemler muhtemelen tahsil edilen vergi miktarını düşürecek de olsa genç bir kuşak, küresel ürünlerin Türkiye benzerleri ile tüketim toplumu aşısı ile büyütülmeye devam

⁶³ Weingarten, “Ürünler Birbirinin Yerini Tutuyorsa Ne Olacak”
<http://www.telepati.com/nisan01/konu26.htm>

edecektir. Bu pastadan yer almak isteyen telekom alanında faaliyet gösteren yabancı şirketlerin Türkiye'deki sayısı her geçen gün artacaktır. 2006 yılında Türkiye'nin başlıca iletişim kurumlarının yabancı sermaye ile ortak hareket etmeye başladığı gözlemlenmektedir. Tezde üçüncü bölüm başlığı altında, dünyadaki örneklerle rapor ve araştırma sonuçları ile yer verilmektedir. Ayrıca farklı bir başlıkta Türkiye pazarı analiz edilmektedir. Bundan sonraki süreçlerde iletişim dünyasının ne gibi farklılıklar getireceği de incelenmektedir. Salt ses trafiği değil başlıca katma değerli servislere başlıklar halinde yer verilmektedir. Cep telefonunda müzik dinleme, cep telefonunda televizyon ve video izleme, SMS üzerinde gerçekleştirilen pazarlama ve cep telefonunu ödeme aracı kullanan örneklerle yer verilmektedir. Türkiye'deki durumu incelerken dünyadaki örneklerini incelemekte fayda vardır.

Tüm dünyada faaliyet gösteren mobil operatörler 2005 yılında, yaklaşık 500 milyon yeni abone kaydı gerçekleştirdiler⁶⁴. Böylece dünyadaki cep telefonu abonesi sayısı 2,5 milyarın üzerine çıkarak rekor bir rakamdadır. Mobil operatörler hem mevcut abonelerinin daha yoğun kullanmalarını sağlamak için yeni servisler sunmaktadır, hem de yeni abone kaydı yapmaktadır. Hindistan ve Çin'de ayda 5 milyondan fazla kişi cep telefonu kullanmak için abone kaydı yaptırmaktadır. Dünyada en çok abone kaydı yaptıran ülkelere bakıldığında ise, Hindistan ve Çin'in ardından Pakistan, Rusya, Ukrayna ve Brezilya gibi ülkelerin sıralandığını görülmektedir. Bunun yanı sıra Batı Avrupa ve Doğu Asya ülkelerinde çok yoğun bir cep telefonu kullanımı dikkat çekmektedir. ABD'de ise pazarın büyümesinin bir miktar yavaşladığı, ancak buna rağmen operatörlerin yoğun olarak abone kaydı gerçekleştirmeye devam ettikleri belirtilmektedir. Küresel çapta cep telefonu abone sayısının 2007 sonu itibariyle 3 milyarın üzerine çıkması beklenmektedir. Güney Amerika, Asya, Afrika ve Uzakdoğu ülkelerinin bu artışa önemli katkıda bulunacaklarına dikkat çekilmektedir. 2005 yılındaki 810 milyon adet ile telefon satılırken, Strategic Analytics and iSupply Corp. Tarafından 2007 yılında 1 milyar adet telefon satılacağı öngörülmektedir.⁶⁵

Cep telefonundan SMS okumanın yanı sıra elektronik postalarda okunabilmektedir. İnternet ve cep telefonu elektronik posta konusunda ortak bir platformda bulunmaktadır. "Tüm dünyada 34,6 milyon abonenin kablosuz İnternet destekli cep telefonu ve avuç içi bilgisayarlar üzerinden İnternet hizmetinden

⁶⁴ http://www.milleni.com.tr/haber_goster.asp?id=122

⁶⁵ <http://www.strategyanalytics.net/default.aspx?mod=ReportAbstractViewer&a0=2755>

yararlanmaktadır. Mobil internet kullanıcıları cep telefonundan en çok elektronik postalarını kontrol ederken sık kullanım oranlarına göre ikinci sırada ise hava durumu ile ilgili bilgi veren siteler yer almaktadır.”⁶⁶ “AOL [America Online] 'nin, “Opinion Research Corporation” araştırma şirketi ile yaptığı araştırmaya göre, Anında Mesajlaşma [Instant Messaging (IM)] yazılımı kullanımı 2005 yılında %19 artarken evlerde olduğu kadar iş yerlerinde ve okullarda da yaygın hale gelmiş durumdadır. Anında mesajlaşma pek çok kişinin en çok tercih ettiği iletişim şekli haline gelirken, kullanıcıların %25'i, IM servislerinden gelebilecek eğlence içeriğini tercih edebileceklerini, %20'si ise IM'yi sabit telefonları ve cep telefonlarını aramak için kullanmayı istediklerini belirtmektedirler. Araştırmaya göre, kullanıcıların %47'si 13–21 yaş aralığında %47, 22–34 yaş aralığında %42 kullanılmaktadır.”⁶⁷ Uluslararası telefon operatörleri için metin haberleşmesi sağlayan Kısa Mesaj Servisleri hala sağladığı gelir seviyesi ile önemli bir yer tutmaktadır. Ancak In-stat araştırma kuruluşunun son yayımladığı araştırma raporuna göre mobil mesajlaşmada en büyük atak IM'de beklenmektedir. Kurumsal kullanıcıların anlık mesajlaşma hizmetlerinden daha fazla yararlanması ile birlikte bu hizmetlerden elde edilen gelirler 2007 ve 2009 yılları arasında altı kat artacağı öngörülmektedir.⁶⁸

Üçüncü bölümde, cep telefonunun sadece iletişim aracı olarak kullanılmadığı, eğlence merkezi haline dönüştürülmek istenilişi aktarılmaktadır. Katma değerli servisler çatısı altında toplanan; oyun, müzik, sohbet, içerik satın alınması, cinsel temalı projeler, kısa zamanda cep telefonlarını tüketim noktası haline getirmektedir. Yaş ve kültüre bakılmaksızın sunulan servisler, gençlerin sosyal ortamlardan uzaklaşmasını sağlamaktadır. Kısıtlamaların, yasal düzenlemelerin yetersiz kaldığı mobil ortamlar, önceleri yerli kurumların, günümüzde yabancı sermayeli kurumların rahat davrandığı kar amaçlı bir pazar haline dönüşmektedir.

Türkiye iletişimin en pahalı olduğu ülkeler arasında yer almaktadır. Ses trafiği için ödenen abartılı vergiler, katma değerli servisler başlığı altında daha da genişletilmektedir. Eğitim seviyesi düşük Türk toplumuna, henüz kültürel hazırlık yapılmadan sunulan hizmetler topluluğu, madden ve manen insan ilişkilerine zarar vermektedir. Bu zarar kısa vadede gözlemlenememesinin asal nedeni, bu konuda yetkili kurumlarında henüz yeteri kadar çaba göstermemesindedir. Vergi adı altında

⁶⁶ <http://www.telephia.com/documents/InternetandDeviceReleaseJune2006v68.14.06FINAL.pdf>

⁶⁷ <http://www.aim.com/survey/>

⁶⁸ http://www.btdunyasi.net/index.php?module=news&news_id=1189&cat_id=1

Türk toplumunun ödeme zorunluluğu bulunan alanların en başında, cep telefonunun aracı olduğu yeni bir mecra bulunmaktadır. Oyun bağımlılığı, sohbet bağımlılığı, seks bağımlılığı, kumar bağımlılığı, cep telefonu bünyesinde sürekli yer bulacaktır. WAP kullanımının artmasıyla beraber, cepte internet ortamı sağlanmış olacaktır. Bu nedenle internet, ses ve yazı ile iletişim ortak bir platformda buluşmaktadır. Gazete, dergi, televizyonlar aracılığıyla reklâmı yapılan servisler, ne cep telefonu operatörlerinin, ne de toplumun yetkili mevkilerinin kontrol sağlayabildiği bir şekilde sokulamamıştır. Katma değerli servislerin kullanım alanları, dünya örnekleri, Türkiye durumu, tezin bundan sonraki başlıklarında, altı çizilmek istenilen olumsuz etkilerini daha bilinçli gözlemleyebilmek adına, yapılmış rapor ve öngörülerin ışığında sunulmaktadır.

3.1. Cep Telefonu Servisleri ve Kullanım Alanları

Türkiye’de ve dünyada cep telefonu giderek bilgisayar hizmetlerini içererek kendini yenilemektedir. İnternet için bilgisayar gerekli iken, bilgisayarda bulunan hizmetlerin farklı bir versiyonu cep telefonunda bulunabilmektedir. Cep telefonu kullanıcı sayılarının bir senelik artışını incelemek gerekir ise, Türkiye’de Mart 2005 itibariyle 36.792.900⁶⁹ cep telefonu abonesi varken, bir sene sonra Mart 2006 ‘da bu rakam, 46.221.771’e⁷⁰ yükselmiştir. Rakamlarında ifade ettiği gibi, tam bir yılda yaklaşık 10 milyon abone dâhil olmuştur. Aboneler sesli iletişim için kullanımın yanı sıra farklı amaçlarla cep telefonunu kullanmaktadır. Cep telefonu katma değerli servisleri, özellikle gençleri hedef alarak, uzun süreli müşteri bağımlılığı amacını hedeflemektedir. Cep telefonundan müzik dinleme, arayanlara müzik dinletmesi cep telefonunun arandığında müzik parçası ile çalması cep telefonunda yaygın müzik kullanım alanlarıdır.

Cep telefonu servisleri ve kullanım alanları alt başlıklarında sadece Türkiye değil yurtdışı örneklerine yer verilmiştir. Çünkü yurtdışında popüler olan uygulamalar genelde Türkiye’de belli bir zaman sonra yer almaktadır. Örneğin Turkcell ‘in “Ne bu Çalan”⁷¹ servisi, daha önce dünyada uygulanmış bir servistir. “Ne bu çalan” servisi kısaca dinlenen müzik eserinin, kime ait ve hangi müzik

⁶⁹ <http://www.tk.gov.tr/Yayin/istatistikler/gsm-2-2005.htm>

⁷⁰ http://www.tk.gov.tr/Yayin/istatistikler/istatistik/gsm_2006_mart.htm

⁷¹ <http://www.nebucalan.com>

parçası olduğunu anlayabilmek adına müziğin geldiği yere telefonu uzatarak 20 saniye çalan müziğin dinletilmesidir. Sistem parçanın künyesini SMS aracılığıyla arama yapılan telefona göndermektedir. Yurtdışında başarılı olmuş servisler Türkiye’de farklı bir isimle yer edinmektedir. Ayrıca yurtdışı örnekleri inceledikten sonra yakın gelecekte Türkiye’de yer alacak servisleri ve kullanım alanları hakkında önceden gereken önlemleri alabiliriz. Özellikle gençleri hedefleyen servislerden, dikkat çekmek istediklerim alt başlıklarda mevcuttur.

Cep telefonunun cazip yönlerinden biri de yüz yüze iletişimi sesli iletişim yerine 160 karaktere sığabilen SMS iletimidir. SMS ile kurulan haberleşme, ses trafiği ücretine göre daha ucuzdur. SMS ses trafiğine alternatif olarak da kullanılmaktadır. Sesli iletişim kurulmak istenilmediği zamanlarda alternatif haberleşme aracı olarak tercih edilebilmektedir. Cep telefonu ile aranılan kişiye ulaşılamaması durumunda, cep telefonu açtığı anda veya operatör hat sinyali iletişim kurduğu anda beklenen SMS kullanıcıya iletilmektedir. “Turkcell’den yapılan açıklamaya göre, yılbaşı gecesini Turkcell aboneleri bir önceki yıla göre yüzde 19 artışla 59 milyondan fazla SMS gönderdi. Kurban Bayramı’nın ilk günü olan 10 Ocak 2006’da da rekor sayıda SMS gönderimi yapan aboneler, geçen yılın Kurban Bayramı’nın ilk gününe oranla yüzde 43’lük bir artışla yaklaşık 90 milyon SMS gönderdi.”⁷² Benzer bir tutum İngiltere’de mevcut. Yılbaşı, Sevgililer günü gibi özel günlerde, aboneler normal kullanımın üstünde SMS göndermektedir. Mobil iletişim bilgilerini toplayan MDA (Mobile Data Association) adlı kuruluşun verilerine göre, İngiltere’de 2003 yılbaşı gecesini cep telefonuyla yaklaşık 125 milyon kısa mesaj gönderildiği, bunun normal günlerde gönderilenin iki katı olduğu bildirildi. Mesajların büyük bölümü gece yarısının hemen öncesinde ve sonrasında gönderilmektedir. MDA raporlarına göre, 2002’de İngiltere’de yaklaşık olarak 16 milyar SMS gönderilmiştir. 2005 yılında bireylerin birbirlerine attıkları mesajların toplam adedi 1,1 trilyonu buluyor.

Türkiye’deki kullanımı görmek istersek, bu konudaki en yetkin kurum olan Telekomünikasyon Kurumu verilerini incelemek gerekmektedir. “Telekomünikasyon Kurumu’nun verilerine göre SMS özellikle gençler tarafından tercih edilmektedir. Bahar ve yaz aylarında SMS gönderme oranlarında büyük bir artış yaşanırken, kış döneminde ise SMS sayısı ciddi biçimde gerilemektedir. Haziran ayında artmaya

⁷² <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=176592> 24 Ocak 2006

başlayan mesajlaşma sayısı, ağustosta zirve yaptıktan sonra eylül ayı itibariyle düşüşe geçiyor. SMS aracılığıyla haberleşme oranı ise şubat ayında en düşük düzeye gerilemektedir. 2004 yılında 6 milyar 325 milyon SMS gönderilirken, bu sayı 2005 yılında 3 kat artarak 16 milyar 728 milyona ulaşmaktadır. Söz konusu artışta cep telefonu abonelerinin çoğunluğunu oluşturan gençlerin, iletişim kurmak için konuşmak yerine mesajlaşmayı tercih etmesi etkili olmaktadır. Gençlerin SMS üzerinden haberleşmelerinin nedeni olarak, mesajlaşmanın gençler açısından daha pratik ve konuşma ücretine göre daha ekonomik olmasını gösterilmektedir. Şirketlerin yürüttüğü bazı kampanyaların ve televizyonda yapılan yarışmaların da mesaj sayısının artmasında etkili olduğu belirtilmektedir.⁷³

Telekomünikasyon Kurumu, ülkeye kaçak sokulan cep telefonlarını, 13 Aralık 2005 'ten, itibaren kayıt dışı cihazların operatör tarafından kapatılması çalışmasıyla, kaçak telefon kullanımını büyük ölçüde engellemektedir. Operatörler bir yıldır ülkemize kaçak giren kaçak ve klonlanmış [telefonun seri numarası kopyalanmış] telefonları kullanıma kapatmaktadır. Çalışma doğrultusunda yurtdışından satın alınan telefon, gümrükte onaylanmak durumundadır. Aksi halde operatör tarafından kullanıma açılmamaktadır. İki araştırma şirketinin raporlarındaki farklı sonuçlar kayıt dışı satışların büyüklüğü konusunda fikir vermektedir. Gartner tarafından ithalat rakamlarına bakılarak yapılan araştırmada, 2005 yılında Türkiye'de toplam 11 milyon 700 bin adet telefon satıldığı tahmin edilmektedir. Oysa satış noktalarına bakarak satış tahminleri yapan GfK Türkiye ise, 2005 yılında 7,1 milyon adet telefon satıldığını tahmin etmektedir. Araştırmalarda bu kadar farklı sonuç ortaya çıkmasının nedenlerinden biri olarak kaçak ve klonlanmış telefon pazarındaki büyüme dikkat çekmektedir.⁷⁴

Cep telefonundan satın alınabilecek katma değerli servislerin kullanım alanları çeşitlidir. Bu geniş yelpaze altında, bazı konu başlıklarına öncelik verilmiştir. Bu konu başlıklarının seçiminde Türk insanının alışkanlıkları ve beğenileri ön planda tutularak irdelenmektedir. Cep telefonun müzik dinleme, televizyon programları ile interaktif konuma geçebilme, cep telefonunun ödeme aracı kullanılma başlıkları, kanımca diğer servislere göre öne çıkartılmalıdır. Teknolojik ilerlemenin bundan bir yüzyıl evveline göre çok daha hızlı yapılması, bazı temel teknoloji süreçlerinin belli bir noktaya ulaşmasından dolayı, ürünlerin özellikleri çok hızlı bir şekilde

⁷³ http://www.tk.gov.tr/Basin_Duyurular/basintk/2006/12.08.2006/1383f3.pdf

⁷⁴ http://www.tk.gov.tr/Basin_Duyurular/basintk/basintk.htm

genişlemektedir. Bu bölümleri yazarken dahi, yeni bir servis eminim kurgulanmaktadır.

3.1.1. Mobil Müzik

Farklı türden servisler cep telefonuna indirilebilmektedir. Bunları kısaca incelemek gerekir ise; Full Track [Tam Şarkı], cep telefonlarına WAP teknolojisi sayesinde şarkının tamamının indirilmesidir. Bu hizmet Türkiye’de sadece (Eylül 2006 itibariyle) Turkcell operatörü ile kullanılabilen bir servistir. Sadece Turkcell ile kullanılabilen diğer bir servis tele sekreter karşılama müziğidir. True Tone [Gerçek Ses], cep telefonlarına indirilen gerçek sesli melodidir. Bu servis sayesinde cep telefonu, arandığı zaman seçilmiş parçanın sesi ile çalmaktadır. Ring Back Tone [zil arka tonu], cep telefonu arandığı zaman arayana dinletilen müzik ses veya anonsudur. Aranılan saate göre farklı müzikler dinletilebilmektedir.

Korsan satışlar nedeniyle tüm dünyadaki müzik endüstrisi zorlu bir döneme girmiştir. Türkiye’de de neredeyse tüm Unkapanı müzik yapım firmasını kapatan korsan satış dalgası, mobil müzik kavramı ile telif sahiplerine dikkat çektiren gelir kalemi olmaktadır. Ringtone [zil tonu], Ring back tone [zil arka tonu], telif sahibi müzik eserleri sahiplerine gelir sağlamaktadır. Telefon arandığında arka fonda çalan müzik, cep telefonu arandığında çalan müzik, eser sahibine telif olarak ödenmektedir.

Melodiden gerçek şarkılara geçilen son beş yılda mobil müzik, cep telefonu operatörleri için en önemli katma değerli servisler arasında yer almaktadır. Üçüncü nesil şebekelerin gelmesiyle müzik, son kullanıcıların tercih edeceği eğlence içeriğinin başında yer almaktadır. Mobil müziğin gelişimine 1994 ten günümüze gelişimini özetlemek yerinde olacaktır.

Cep telefonlarının tüm dünyada kullanıma başlamasıyla ortaya çıkan ilk müzik servisleri monofonik cep telefonu melodileriydi. Küçük girişimciler tarafından yüz milyonlarca cep telefonu kullanıcısından gelir elde etmek için 20–30 notalı monofonik melodiler satışa sunuldu. Piyasadaki bütün telefonlar tarafından desteklen bu servisler kısa mesajlarla ücretlendiriliyordu. Telefonunu kişiselleştirmek isteyenler sevdikleri şarkıların monofonik tonlarını cep telefonlarına melodi olarak atıyordu. Bu melodiler telefonlar tarafından gerçek notaları bip’ler şeklinde

çalıyordu. Cep telefonu üreticileri modellerini geliştirdikçe kullanıcılar müzik ile tanışmaya başladı. Artık devir aynı anda birden fazla ses çalabilen polifonik melodilerindi. Eş zamanlı birden çok enstrüman sesi verebilen polifonik melodiler ile kullanıcılar cep telefonlarındaki bip'lerden kurtulmuş daha canlı ve gerçekçi sesler alabiliyordu. Günümüzde aynı anda 64 tona kadar çalabilen cep telefonları var. Bu da gerçek bir şarkının çok yakın versiyonunu elde etmemize imkân tanıyor. 2001 yılında mobil müzik konusunda yapılan çalışmaların en önemlisi cep telefonlarına bütünleşmiş FM radyo konulmasıydı. Kullanıcıların yerel FM radyo yayınlarını almalarını sağlayan telefon modelleri pazara sunuldu. Kulaklıkların anten vazifesi gördüğü bu modeller sayesinde otobüste, yolda, seyahatte, kısacası hareket halinde her yerde müzik dinlenilebiliyordu.

Polifonik melodilerin tek dezavantajı şarkı sözlerini çalamamaktı. Bu yüzden yine cep telefonu üreticileri tarafından yapılan yenilikle telefonlar, gerçek şarkıları 2003 yılında çalmaya başladı. Birebir şarkıların aynısı olan bu formatlardaki müzikler ile beraber operatörler ve müzik içeriği sağlayan firmalar devreye girdi. Artık indirilen veya yüklenen müzik başına ufak da olsa bir telif ücreti alınıyor. Çünkü orijinal şarkıların telifleri yapım şirketlerine ait ve cep telefonu kullanıcıları bunun bedelini ödemek durumunda kaldı.

Mobil müziğin gelişmesi için her türlü çabayı gösteren cep telefonu operatörleri 2004 yılında ring back tone adını verdikleri melodi servislerini başlattı. Genellikle aylık ücretlendirme ile çalışan servislerde her bir kontak kişinin için ayrı melodiler atayabilmek mümkün.

Hızlanan şebeke altyapısı sayesinde akışkan ses/müzik servisleri 2005 yılında kullanıcılara sunuldu. Cep telefonu kullanıcıları müzikleri cihazlarına indirmek yerine aylık üye olarak online içerik servisindeki tüm müzik parçalarından yararlanabilmektedir. Müzikler hemen çalmaya başladığı için kullanıcı yüklenmesi için beklemek zorunda kalmamaktadır. Ayrıca radyo gibi sürekli yayın yapan farklı müzik kanalları da dinlenilebilmektedir.

Günümüzde mobil müzik endüstrisindeki son nokta ise tam şarkıların şebeke üzerinden cep telefonlarına yüklenebilmesidir. Müzik çalabilen bir cep telefonu ile üçüncü nesil şebekeler üzerinden kolayca yüklenebilen müzik albümleri istenirse bilgisayarlara da kopyalanabilmektedir.

Cep telefonlarının temel ses iletişiminden eğlence aracına dönüşmesinden sonra en keyifli eğlence aracı müzik de cep telefonlarında yer almaktadır. Şarkı sözü

yazarlarından yapımcılara, cep telefonu operatörlerinden içerik sağlayıcılara kadar herkes mobil müzik pastasından yer almak istemektedir. Bütün bu oyuncuların müzik üzerine yapacakları hizmetler ise hızlı veri transferi imkânı sağlayan Üçüncü nesil iletişim altyapısı ile daha da çeşitlenecektir. Günümüzde kullanıcılar tarafından tercih edilen cep telefonuna şarkı yüklenmesi üçüncü nesil şebekeler üzerinden çok daha hızlı yapılabilmektedir. Hızlı olunca daha az zaman kaybı yaşanmaktadır. Bu şebekelere uygun cep telefonları ise her türlü esnekliği sağlamaktadır. 90'ların başında sadece monofonik melodiler ile kullanıcılar yetinirken günümüzde artık çok kaliteli müzikleri mekandan bağımsız saniyeler içinde telefona yükleyip dinlemek mümkündür. Sayısal dağıtım ve mobil müzikteki büyüme, fiziksel formatlara yapılan harcamalardaki azalmayı dengeleyecek biçimde her pazarda harcamaları yönlendirecektir. Küresel tabanda, “albüm satışlarının yüzde 5,2’lik bir yıllık bileşik büyümeyle 2010’da 47,9 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. ABD’deki harcama ise yüzde 3,7’lik yıllık büyüme oranıyla 2010’da 14,7 milyar dolara yükselmesi beklenmektedir. Bir yıl içinde internet üzerinden indirilen sayısal şarkı sayısı 850 milyon adedi geçmiş durumdadır.” Yasal olmayan indirme sayıları da eklendiğinde bu rakam inanılması zor boyutlara ulaşmaktadır. Cep telefonları müzik endüstrisine yasal yollardan telif ödeyebilen bir sektördür. Meslek birliklerine ve yapımcı firmalara telif hakları doğrultusundan ödeme yapılmaktadır. Türkiye’de korsan satış ile yok olmaya yüz tutan müzik sektörü, dijital haklar adı altında, yapımcı, bestekar, kısaca eser sahiplerine cep telefonuna yapılan her indirim karşılığı telif hakkı ödeyebilmektedir. Yurtdışındaki yapımcıların bağlı olduğu meslek birlikleri ve telif temsil eden plak firmaları, yapılan global indirimlerin telifini toplama çabasıdadır. Bunun gerçekleşmesi merkezi bir sisteme bağlı otomasyon sistemleri dâhilinde gerçekleşebilmektedir. Teknolojinin sıcak yüzü yazılım sektöründeki ürünler, merkezi sisteme bağlı geniş bir ağı yöneterek indirim takibi yapma girişimindedir.

3.1.2. Mobil TV

Türkiye’de katma değerli servisler dâhilinde mobil video indirimi de, mobil müzik gibi yer almaktadır. Erotik bir içerik yüz binlerce ayrı kullanıcı tarafından indirilebilmektedir. Türkiye’de mobil video içerikleri 30–180 saniye arasındadır. Bu içerik için SMS veya kontör olarak ücret tahsil edilmektedir. Genel olarak bir

içerik 16 SMS veya 32 kontör olarak ücretlendirilmektedir. Bu servis, 16 SMS tutarı faturalı hatlarda faturalara yansıtılırken, faturasız hatlarda 32 kontör karşılığı sunulmaktadır. Mobil video ile müzik klipleri, film kareleri, komik anlar, spor görüntüleri indirilebilmektedir. Mobil videonun devamında üçüncü nesille Mobil TV yaygınlaşacaktır. Üçüncü nesil beklenilmeden de günlük teknolojiye hizmet vermeye başlayan TV kanal konseptleri 2,5. nesil teknolojisi Türkiye’de yer almaktadır.

Genç kullanıcılar kitap okumak yerine, eski SMS’leri okumaktansa mobil TV seyretmek isteyebilmektedir. Kullanıcıların mobil TV seyretme olası nedenlerinin cevapları; bilgiye ulaşmak için, günceli yakalamak için, zaman kazanmak için, rahatlamak için, yapacak bir şey olmadığı için, sıkıldığı için olabilmektedir. İzlenecek içerik, bilindik, tanıdık bir içerik olmalıdır. Normalde seyrettiğimiz televizyona benzemeli ama kullanıcının seçimine bağlı belirli kanallar olmalıdır. Bu da operatörün sunduğu kanal portföyünün son derece geniş olması gerektiğini göstermektedir.

Tüketiciler dijital müziği başka işlerle meşgulken de dinleyebildikleri için tercih etmektedir. Mobil TV ise her an her yerde kolaylıkla erişilip kullanıcıya özel içeriği ile tercih edilmektedir. Gençler arasındaki en popüler dijital medya ürünü müziktir. Müzik video klipleri ve film tanıtımları da gençler arasında büyük ilgi görüyor. Gençler bilgisayar oyunlarını cep telefonu üzerinde oynamayı da seviyor. Mobil TV yayımları da gençler arasında yeni popüler olan içerik alanı olarak gösteriliyor. Yetişkin kullanıcılar da en çok mobil TV uygulamalarına ilgi göstermektedir. Onu, müzik parçaları ve klipler takip etmektedir.

Mobil TV dijital medyanın en çok gelecek vaat eden alanı olarak öne çıkmaktadır. Alanında uzman dünya çapında hizmet veren farklı araştırma şirketlerinin çalışmaları önümüzdeki yıllarda mobil TV gelirlerinin katlanarak artacağını ortaya koymaktadır. Türkiye’de henüz telekom altyapısı üçüncü nesil iletişime izin vermese de, bazı şirketler şimdiden kısıtlı teknolojiler de dahi olsa, cep televizyonundan beğenilen ve arzu edilen içeriklerin yayınlanmasına imkan sağlamaktadır. Türkiye’de beğenilen eski Türk filmlerinin özet sahneleri, tatil seçiminde önemli yer tutan otellerin tanıtımı, Türkiye futbol liglerinde atılan güzel gollerin videoları, cinsel temalı videolar uzun zamandır Türk kullanıcıları tarafından satın alınmaktadır. İnternet ortamında ücretsiz bulunabilecek bu içerikler, hiç de ucuz olmayan ücretler ile kullanıcıların seyrine sunulmaktadır. Aslen cep telefonundan televizyon kavramı, saat ve mekân bağımlılığını ortadan kaldıran yeni bir teknoloji

olarak nitelendirilmelidir. Ancak kâr amaçlı şirketlerin, nasıl olursa olsun satın alma gerçekleşsin mantığı ile, henüz rüştüne ermemiş kullanıcılar tarafından tercih edilmektedir. Türkiye’de mobil TV çalışmaları 2006 yılında ilk ürünlerini lanse etmiştir. Mobil TV aboneliği için aylık ve yıllık ücretler talep edildiği gözlemlenmektedir.

3.1.3. SMS İle Pazarlama

Mobil telefonlara olan bağımlılık, sadece üretici firmalarının değil, mobil servis sağlayıcıların da stratejilerine yön vermektedir. Yoğun şekilde kullanılmakta olan SMS teknolojisi artık sadece bireyler arasında haberleşmede değil, mobil pazarlama, kampanya, duyuru gibi kurumsal uygulamalarda da rol oynamaktadır. Son birkaç yıl içerisinde, çoğu Türk kullanıcın cep telefonlarına izin verdiğini belirten, herhangi bir yasal yaptırım olmamasına rağmen, ürün ve hizmet tanıtımlarını kısa mesaj olarak ulaştırmaktadır. Dünyada bu tarz pazarlama yeni bir mecra olarak yer bulmaya başlasa da, bu çalışmada kullanıcıların iznini temin etmek esastır. Diğer bir deyişle *izinli* pazarlama kavramı önceliklidir. Gönderilmesi planlanan tanıtım ve/veya reklâm, önce kullanıcının izni alındıktan sonra gönderilmelidir. Yasal boşlukları keşfeden firmalar, kendi hatalarını görmemezlikten geldiği gibi banka, benzin istasyonu, alışveriş merkezi, gibi kurumların pazarlama faaliyetlerini, *izinli* pazarlama kavramından uzak bir tutum içinde gerçekleştirmektedir. Oysaki dünya örneklerinde, bu pazarlama türü, kullanıcıların izinlerinin yanı sıra, belli oranda katılım payı önerilerek dahi gerçekleştirilmektedir.

SMS ile pazarlama kavramını daha net algılayabilmek amacıyla, dünya örneklerini incelemekte fayda vardır. Motorola sponsorluğunda 6 Ağustos 2006’ya kadar süren “Pepsi Cool Tones & Motorola Phones”⁷⁵ Mobil Pazarlama kampanyası, Pepsi kutularındaki açma halkalarından ve şişe kapaklarından çıkan şifrelerle cep telefonu melodisi [ringtone] ve Motorola cep telefonu hediye edilmektedir. Kampanya için toplam 900 milyon şifre kullanılmaktadır. Tüketicilerin her üç kapaktan birinde melodi kazanma şansı bulunmaktadır; kısaca kampanya boyunca 300 milyon melodi hediye edilmektedir. P&G [Procter & Gamble] “Crest Whitening

⁷⁵ <http://www2.pepsi.yahoo.com/ringtone/promo.php>

Plus Scope” adlı diş macununun pazarlama faaliyetleri çerçevesinde, “Irresistibility IQ”⁷⁶ adında bir mobil kampanya yürütmektedir. Tüketiciler IQ EXTREME yazıp bir kısa numaraya göndererek SMS yarışmasına katılmaktadır. “Matchbook” adlı kitabın yazarı Samantha Daniels ile anlaşan marka, bu kampanya çerçevesinde yarışmaya katılanlara çeşitli tuhaf durumlarda “Siz olsaydınız ne yapardınız?” konulu sorulardan oluşan SMS’ler göndermektedir. “Irresistibility IQ” yarışmasına katılanlar çekilişe; iPod, Nick Cannon’un son albümü, Video iPod gibi çeşitli hediyelerle ödüllendirilmektedir. İngiltere’de “Thomson Travel” adlı bir seyahat acentesi, müşterilerinin tatil ya da iř amaçlı çıktıkları seyahatlerde gittikleri yerlerdeki etkinliklerden haberdar olmalarını sağlamak için onlara “Travel Buddy”⁷⁷ [Yolculuk Arkadaşı] adında bir mobil servis sunmaktadır. Müřteriler, seyahate çıkmadan birkaç gün önce gidecekleri yerdeki etkinlikler (konserler, festivaller vs) ile ilgili SMS almaktadır. Ayrıca eğer istenilirse belirli anahtar kelimeleri bir kısa numaraya göndererek hava durumu, haberler ya da araba kiralama servisleri ile ilgili de bilgi edinebilmektedir. İngiltere’nin en büyük gıda firmalarından olan Walkers’in, ISP [International Specialty Products] tarafından gıda kategorisinde 2005’in En İyi Promosyon kampanyası seçilen üç ay süreli SMS kampanyası kapsamında⁷⁸; İngiltere ve İrlanda’da bir ay boyunca her beş dakikada bir kez yapılan çekilişlerle müşterilerine iPod Mini hediye edilmektedir. Tüketiciler, ambalajın üzerindeki şifreleri SMS’le bir kısa numaraya göndererek çekilişe katılmaktadırlar. Kampanya ile Walkers’in satışlarında %10 oranında bir artış elde edilmektedir. Adidas, yeni Golf ayakkabılarının satışı konusunda mağaza satış görevlilerini teşvik etmek için 8 Avrupa ülkesinde “Tour 360”⁷⁹ adında bir mobil kampanya düzenlemektedir. Satış görevlileri, Adidas’ın bu yeni ayakkabılarını sattıklarında “Tour, Sicil Numarası, isim” yazıp bir kısa numaraya göndermektedir. Yapılan haftalık ve aylık çekilişlerle katılımcılara Golf polo shirt, hediye edilmektedir.

Bu örneklerden de anlaşıldığı üzere, cep telefonu aracılığıyla yapılan pazarlamanın da asli amacı tüketimi artırmaktır. Firmalar bu model sayesinde yeni bir kanal yarattıklarını artan cirolar ile ispat etmektedirler. Mobil Pazarlamanın Türkiye örneklerinde daha çok istenmeyen SMS’lerin cep telefonuna gönderilmesi

⁷⁶ http://www.crest.com/en_US/home.jsp

⁷⁷ <http://www.thomson.co.uk/po/showContent.do?content=travelbuddy.html>

⁷⁸ <http://www.walkers-eathappy.co.uk/index.html>

⁷⁹ <http://www.adidasgolf.com/360/>

söz konusudur. Firmaların izin almadan SMS gönderdikleri konular, bankaların kredi kartı taksit haberleri, mağazaların özel indirim günleri, benzin istasyonlarının promosyonları, alışveriş merkezlerinin gün ve saat bildirerek yaptıkları özel gün davetleri bunlardan sadece birkaçıdır. SMS'in yanı sıra, "WAP Push Message"⁸⁰ olarak yani kısaca link [ilişim] olarak gönderilen adreslerin yüklenmesinde kullanılan bir yöntemdir.⁸¹ Bu tarz gönderimler genelde cinsel içerikler ve cep telefonu oyunları için kullanılmaktadır. İzinsiz pazarlamanın hukuksal takibatın ender yapılabildiği Türkiye'de, aboneler izinsiz gönderilen içerik ve linklerden kolayca kurtulamamaktadır.

3.1.4. Cep Telefonu İle Ödeme

Cep telefonu ile ödeme yapabilme özelliğini incelemeyen önce, cep telefonu aracılığıyla yapılabilen benzer özellik ve uygulamaları incelemek gerekmektedir. Türkiye'de cep telefonu aracılığıyla para transferi yapabilmek mümkündür. Günümüzde sadece para transferi değil, kısa mesaj servisi aracılığıyla kredi talepleri alınabilmektedir. Cep telefonu ile bankacılık işlemleri yapabilmek adına çalışılan bankaya cep telefonu numarasını tanımlatmak yeterlidir. Tanımlı cep telefonu tarafından gönderilen SMS aracılı kredi talebi, kısa bir süre sonra SMS yoluyla olumlu/olumsuz yanıt olarak banka tarafından cevaplandırılmaktadır. Böylelikle koltuktan kalkmadan banka kredisi talebi yanıtlanabilmektedir. Kullanıcılar işlemlerini cep telefonlarıyla yapabilmeyen hem pratik hem de havalı olduğunu düşünebilmektedir. Bu teknoloji, moda uygun olarak nitelendirilebilir. Kullanıcılar cep telefonu kullanarak temassız ödeme yapmayı kolayca öğrenebilmektedir. Öğrenme eğrileri çok kısa olabilmektedir. Bir televizyon reklamı bu sistemi öğretebilmektedir. Cep telefonuyla yapılan bir satın alma veya içerik indirme sırasında işlemin otomatik olması gerektiği sonucu da ortaya çıkmaktadır. Öte yandan, bir arkadaşına bilet satma gibi "gönderme" uygulamalarında işlemin bir parçası olacağı görülmektedir. 21,000'den fazla üye finansal kurumun sahibi olduğu, dünyanın en büyük elektronik ödeme ağı ile kart sahipleri, işyerleri ve finansal

⁸⁰ Wap Push Message:SMS in uzantısı olarak, gönderimden sonra kullanıcıya gelen sayfa sadece bir kere kliklenerek açılmaktadır. WAP Push mesajlarının SMS 'e göre avantajı, ucuz olmasının yanısıra çoklu ortam [multimedia] içeriklerin gönderilebilmesidir.(resim, oyun, polifonik melodi vb.)

⁸¹ <http://www.winplc.com/solutions/wap-push.aspx>

kurumları birbirine bağlayan Visa tarafından sunulan ürünler, alıcı ve satıcıların gerçek ve sanal dünyada pratik ve güvenli biçimde ticaret yapmasını sağlamaktadır.⁸²

“Türkiye’de cepten kredi almak, para transferi yapmak mümkün durumdadır. Türkiye’nin iki önemli özel bankası Yapı Kredi ve Akbank, Koç ve Sabancı Holding bankaları, cep telefonundan hizmet verebilir durumdadır. Bunun gibi Garanti Bankası cep telefonundan para gönderebilme konusunda ilk kullanıma açan bankadır. Ayrıca Turkcell Mobil Ödeme hizmeti sunmaktadır”.⁸³

Cep telefonu haberleşme aracı olarak kullanılmasının yanı sıra, ödeme alternatiffi, banka ödeme aracı kullanılmaktadır. Cep telefonunu ödeme aracı kullanılması, bilinçli tüketici olmayı gerektirmektedir. Türkiye’de cep telefonu kullanıcılarının cep telefonunu ödeme aracı olarak görme bilinci henüz yeteri kadar oturmamıştır. Cep telefonundan ödeme kültürü, devletin operatörlere getireceği kısıtlamalar ile potansiyel tehlike olmaktan çıkartılmalıdır

İçerikleri görmek için cep telefonuna gelen mesaja cevap veren kullanıcı, her hareketinin ücrete tabi olduğu bir ortama giriş yapmaktadır. Ancak kullanıcıların çoğu ödeme yaptığının farkında olmamaktadır. Yeteri kadar yasal uyarı ve güvenlik var olmamasından ötürü, kullanıcıların her an ödeme yaptığı bir mecra halinde bulunmaktadır. WAP sitelerinde beğenilen içeriğin tıklanması durumunda, ücreti bildirilip indirim imkan sunulmaktadır. Gezinilen WAP sitesinde müzik, oyun, video seçilmesi oldukça kolaydır. Site sahibi tamamen satış odaklı bir sistematiği örgütlemektedir. Kullanıcının böyle bir ortamı interneti kullanmadan önce tanınması durumunda, daha fazla şaşkınlık içinde bulunması doğaldır. Cep telefonu ile ödeme yaparak daha kolay kullanımlı bir ödeme sistematiği mümkün gözükmektedir. Cep telefonunu elektronik cüzdan olarak kullanabilmekten, cep telefonu ile kredi başvurusuna kadar imkan verilmektedir.

3.2. Türkiye’de Cep Telefonu Kullanımı

Türkiye’de katma değerli servis sunan firmalar, çeşitli ödül, para vaatleri, kontör kazanma duyurularıyla katılım toplamaya uğraşmaktadır. Verginin yüksek

⁸² <http://www.corporate.visa.com>

⁸³ <http://www.turkcell.com.tr/index/0,1028,300679,00.html>

olmasını bile avantaj haline getirmek adına, veryansınlara sığınarak fiyatların yüksek oluşunu vergiye bağlamaktadırlar. En nihayetinde kullanıcı hem vergi hem de servis ücreti ödemek durumunda kalmaktadır. İçerik satın alma konusuna açık Türk toplumunun belli bir kısmı, internet ile tanışmadan cep telefonu sahibi olmaktadır. Fiyat olarak ucuz olması ve basit anlamda sesli iletişim kuran cep telefonu, içerik satın alabilmektedir. Faturaya yansıtılması veya kontör düşürülmesi ödeme olarak da yalınlık sunmaktadır.

Beş sene içerisinde 2000-2006 yılları arasında Türkiye’de 36 milyon adet cep telefonu satılmıştır.⁸⁴ 2007 yılında 7 milyon adet üstünde satış beklenmektedir. Türkiye’de cep telefonu kullanımı, 2004 yılında %43 yaygınlıktadır. Cinsiyet bazında cep telefonu kullanımına baktığımız zaman Türkiye’deki kadınların %28 ‘i cep telefonu sahibiyken, erkeklerin %58 oranındadır. Amerika Birleşik Devletleri, cep telefonunun kadınlar tarafından daha fazla kullanıldığı tek ülkedir.⁸⁵

“Sadece cep telefonundan değil artık ev telefonlarından da Türk Telekom aboneleri, ev telefonundan komşularıyla evlerdeki sabit telefondan mesajlaşabilmektedir. Bu konudaki hizmetten yararlanmak isteyen sabit telefon abonesinin hattının, arayanın numarasını gösterme özelliği ve SMS gönderme-alma özelliğine sahip olması gerekmektedir. 19 milyon sabit hat abonesinin bağlı olduğu santrallerin 15 milyonunda, arayan numarayı gösterme özelliği bulunuyor. Sistem faaliyete geçtikten sonra sabit telefonlar arasında olduğu gibi, GSM operatörlerine de SMS gönderilebilmektedir. Uygulamaya göre ayrıca sabit telefondan e-mail ve SMS uyumlu telefon hattı üzerinden faks mesajı da yollanabilmektedir. Bu yakın zamanlı gelişme ile yakında 18 yaşında küçük evdeki gençlerimiz ve çocuklarımız için de yasal bir engel kalmıyor. Herkes evindeki sabit telefon hattından, işyerinden, ziyarette bulunduğu evden, sokaktaki telefon kulübelerinden SMS servisini rahatlıkla kullanabilecektir.”⁸⁶

Beş pilot ilde seçilen ilköğretim okullarında, gelecek eğitim öğretim yılından itibaren seçmeli olarak medya okuryazarlığı dersi okutulacaktır. Medya okuryazarlığı dersine ilişkin pilot çalışma, Milli Eğitim Bakanlığı ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından denenecektir. Türkiye’de en fazla “görsel medya”nın izlendiğini ifade eden Milli Eğitim Bakanı Hüseyin Çelik, “Bir öğrencinin televizyon

⁸⁴ GfK Türkiye

⁸⁵ http://www.tgisurveys.com/news/barometer/Barometer_MobilePhones.htm

⁸⁶ <http://www.telepati.com.tr/haziran05/haber23.htm>

seyrederken kullandığı vakit, okulda geçirdiği vakitten çok daha fazladır. Dolayısıyla bunu önemsemek zorundayız. İnternet diye bir şey var. İnternet kullanımı artık bütün dünyada kaçınılmazdır. Ama internet müptelalığı, internet tiryakiliği, internet hastalığı son derece tehlikeli bir şeydir. Çocuklarımızı, halkımızı bu konularda bilinçlendirmek zorundayız. Nasıl ki bilinçli tüketiciden söz ediyorsak, ne yaptığını, haklarını, ev ödevlerini bilen vatandaştan söz ediyorsak, aynı şekilde medya ile muhatap olduğu zaman medyayı doğru okuyan, mesajları doğru okuyup değerlendiren, iyiye kullanan, iyiye kanalize eden nesiller yetiştirmek zorundayız. Buradaki esas amaç Türkiye’de bilinçli okuyucu, dinleyici oluşturmaktır”.⁸⁷ Ders, hizmet için eğitim alacak olan sosyal bilgiler dersi öğretmenleri tarafından okutulacak. Medya okuryazarlığı dersi, iletişime giriş, kitle iletişimi, medya, televizyon, aile, çocuk ve televizyon, radyo, gazete ve dergi, internet konu başlıklarından oluşacaktır. Maalesef pilot çalışmada cep telefonu konusu ele alınmamıştır. Bu konuda Edip Emil Öymen’in “Medya Okuryazarlığı” makalesinde bu çalışmanın gecikmiş olduğunu vurgulanmaktadır: “Nihayet ülkemiz de medya okuryazarlığı “öğreten” ülkeler listesine girdi. Her şeyin bir ilki var. Medya okuryazarlığı, alfabeden sonra gelen aşama. Bunu bilişim okuryazarlığı ve ardından bilgi okuryazarlığı izlemeli. Teknoloji, bilgiye ulaşmayı kolaylaştırdı. Bu nedenle medya okuryazarlığı gereklidir. Medya denilen âlemde yer alan gazeteler, dergiler, televizyon, radyo, sinema, video, İnternet, her türlü çoklu ortam hangi mesajları nasıl veriyor? Neden öyle veriyor? Bunları, gençlerin “anlaması” için medya okuryazarlığı gerekiyordu. Bunu bilişim okuryazarlığı izlemeli. Çünkü artık bu cihaz olmadan bilgiye ulaşma, bilgi üretme, yayma mümkün değil. Bunu bir ihtiyaç olarak hissetmek ve bu ihtiyacı yanıtlamak için bilgi okuryazarlığı şart. Ama buna bu ülkede hiç varabilir miyiz bilemeyiz. Çünkü medya okuryazarlığı da “şimdilik, pilot, seçmeli” sözcükleriyle sınırlı. Bilgi gerçekten çığ gibi büyüyor. Ve biz, bu çığı çocuklarımıza anlatmak için medya okuryazarlığını “şimdilik, pilot, seçmeli” olarak bazı ilkokullara sokabildik. Acaba çok gecikmiş başarı, başarı sayılmalı mıdır?”⁸⁸

Geç kalınmış bir çalışma olmasının yanı sıra, içerik anlamından da yeteri kadar dolu olmamasının nedeni, dünyada ve Türkiye’de en yaygın haberleşme aracı olarak kullanılan cep telefonlarının, Milli Eğitim Bakanlığı’nın dikkatini yeteri kadar çekememektedir. Ancak 2006 yılında okullarda çıkan olaylar neticesinde, harekete

⁸⁷ <http://www.meb.gov.tr/haberler/haberayrinti.asp?ID=1077>

⁸⁸ http://www.bthaber.com.tr/yazar_sayfalari_bireysel.phtml?yazi_id=515000667

geçmek ve önlem düşünmek zorunda kalmıştır. Öğrencilerin cep telefonunu kullanarak kopya çekmesi, derslerde izinsiz fotoğraf ve video çekilmesi gazetelere ve haberlere yansınınca, cep telefonu kullanımı acilen yasaklanmıştır. Milli Eğitim bakanlığı bu konuda ailelerin konu hakkındaki düşüncelerini gözlemleyebilmek adına, “Bilişim Araçları” anketi düzenlemekle yetinmektedir. Unutulmaması gereken, konulan her türlü yasak, o konuyu daha ilgi çekici hale getirmektedir. Bu nedenle cep telefonu kullanımı, bulunulan sosyal ortamın gerektirdiği nitelikte öğretilmeli, enformasyon anlık ulaşım açısından irdelenmelidir.

Dünyadaki ilk örneği Japonya’da görülen, cep telefonundan kitap okuma imkânı sağlayan mobil kitap uygulaması sayesinde; Aziz Nesin, Tarık Minkari, William Shakespeare, Lewis Carroll, Sun Tzu, Goethe, Tolstoy, Kafka, Oscar Wilde, Albert Einstein, Mark Twain’in romanları, ideefixe⁸⁹ sitesi üzerinden cep telefonuna ücretli yüklenmektedir. Uyumlu cep telefonuna yüklenerek her yerde okunabilen Cep kitap uygulaması, 6.25 YTL ücretlendirilmektedir. Cep telefonundan kitap okuyabilmenin yanı sıra, iddaa (sonuç tahmini bahis oyunu) ve at yarışı gibi tahmin oyunlarını da oynamak mümkündür. Spor Toto lisansını temsil eden Inteltek firmasının “iddaa” isimli ürünü, cep telefonuna bir kereye mahsus yüklenen “bilyoner” isimli uygulama sayesinde oynanabilmektedir.⁹⁰ “Inteltek, 2 Ekim 2003 tarihinde ‘Sabit İhtimalli Bahis Oyunlarının Risk Yönetimi Merkezi kurdurulması ve İşletmeciliği Baş Bayiliği’ verilmesine ilişkin ihaleyi kazanıp, ihale şartlarına uygun olarak, 2003 yılında Risk Yönetimi kurup, Nisan 2004 de yeni sabit ihtimalli tahmin oyunu iddaa, lanse edilmiştir.”⁹¹ Cep telefonundan futbol tahmin oyunu oynatan Inteltek firmasının iki ortağı; %99.95 Turkcell iştiraki olan Turktell ve merkezi Yunanistan’da olan Intralot firmasıdır. 2000 yılında kurulan Turktell firmasının amacı, özellikle teknoloji, medya ve eğlence sektörlerindeki iş fırsatlarını risk sermayesi odaklı değerlendirmek, Turkcell yatırımlarını yönetmek, iştiraklerin koordinasyonunu sağlamak, Turkcell misyon ve stratejisi ile uyumlu olmasını sağlamaktır.⁹² Avrupa, Ortadoğu, Kuzey ve Güney Amerika ve Afrika’da birçok projeye imza atmış, Dünya Piyango pazarı tedarikçi firmaları arasında üçüncü sırada bulunan Intralot iştirakleri arasında; Betting Company ve Instant Lottery adlı sabit ihtimalli bahis ve hemen kazan-piyango konusunda hizmet veren şirketler

⁸⁹ <http://www.ideefixe.com>

⁹⁰ <http://www.bilyoner.com/bilyoner/contentV.jsp?page=kJAVA>

⁹¹ <http://www.inteltek.com.tr/hakkimizda.html>

⁹² <http://www.cukurovaholding.com.tr/index2.htm>

bulunmaktadır.⁹³ Bilyoner İnteraktif Hizmetler A.Ş. 26 Mart 2004 tarihinde Spor Toto Teşkilat Müdürlüğü ve 13 Ekim 2005 tarihinde Türkiye Jokey Kulübü Genel Müdürlüğü (TJK) ile imzalanan sözleşme sayesinde Türkiye'nin ilk elektronik şans oyunları platformu olmuştur. Bilyoner.com, Spor Toto ve TJK At yarışları oyunları oynatma hakkına sahip olan Bilyoner İnteraktif Hizmetler A.Ş.'nin markasıdır.⁹⁴ TJK At yarışı ve iddaa uygulamaları, ister bayiden, ister internet üzerinden, ister cep telefonundan oynansın, oynan tutarın bir bölümü vergi olarak tahsil edilmektedir. Böylelikle yurtdışından kaçak olarak hizmet veren kumar içerikli web sitelerine giden tutarın bir bölümü vergilendirilerek, ülke ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Kısaca, Spor Toto teşkilatını bayi gücünün yanı sıra farklı bir ciroya kavuşturan yeni nesil metotların başında, internet ve cep telefonundan oyun oynamak gelmektedir.

Cep telefonu ve İnternet kullanımı genel anlamda farklı cihazlardan gerçekleşmektedir. Bilgisayar ekranlarının cep telefonuna göre hacim olarak büyük olmasından ötürü, internet kullanımı ağırlıkla bilgisayarlar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Her ne kadar cep telefonlarından GPRS ve WAP bağlantıları sayesinde internet erişimi mümkün olsa da, bilgisayarların cep telefonuna göre avantajı geniş ekran ve yüksek erişim hızıdır. Ancak her iki teknolojinin de kesiştiği uygulamaları görmek artık mümkündür. Örneğin, 1999 yılı sonunda kurulan gamyun⁹⁵, 2005 yılı ortalarında yaklaşık 1 milyon üye sayısına ulaşmıştır.⁹⁶ Okey, Tavla, Bilardo, King, Batak, Briç oyunlarını internet ortamında sunan gamyun, 2006 yılı itibariyle cep telefonundan internet ortamındaki üyelerin aynı platformda buluşturabilmektedir. Bu da kısaca, cep telefonu ile internet teknolojisinin aynı ara yüzlerde buluşmasına olanak tanımaktadır.⁹⁷ Dünyanın herhangi bir yerindeki bilgisayardan ya da cep telefonundan bağlanmış olan bütün üyelerini bir araya getirmektedir. Cep oyuna üye olarak, oyun oynamak dışında sohbet edilebilme, yeni arkadaşlıklar kurulabilmektedir.

Kısa mesaj servisi yoluyla yapılan yayına Katma Değerli Hizmetler [Value Added Service (VAS)] denilmektedir. VAS, kendi arasında ikiye ayrılmaktadır. Birincisi Data [veri] SMS, ikincisi ise Voice [ses] SMS. SMS göndermenin yanı sıra VAS servislerine cep telefonunda 757 XX XX numarası arayarak sesli görüşme

⁹³ <http://www.intralot.com/opencms/opencms/INTRALOT/en>

⁹⁴ <http://www.bilyoner.com/bilyoner/contentV.jsp?page=hakkinda>

⁹⁵ <http://www.gamyun.net>

⁹⁶ <http://www.gamyun.net/hakkimizda.php>

⁹⁷ <http://gamyuncep.com/>

yapılabilmektedir. Bu hizmet daha çok yarışma programlarına katılmak ve arkadaşlık hatlarında kullanılmaktadır. Bilgi yarışmalarından, şans yarışmalarına geniş bir yelpazedeki televizyon programlarına katılmak için, 757 XX XX numaraları aranmaktadır. Cep telefonu hattında sorulan soruları en hızlı şekilde yanıtlamak yaygın bir uygulamadır. Ses kaydı bırakmak, numara görünmeksizin karşı cins ile sohbet etmek diğer yaygın servislerdir.

Aralık 2000⁹⁸'de Türksat 2A uydusunun fırlatılmasından sonra Türkçe yayın yapan dijital yayınlarının sayısı da hızla artmaktadır. Dijital yayınlarının sayısının artmasının tek nedeni ise analog yayına göre ekonomik olmasıdır. Analog yayının bir kanala maliyeti 1 milyon dolarken, dijital yayının maliyeti ise 25 bin dolar civarındadır. Bu kadar düşük maliyette yayın yapan kanallar reklâm gelirlerinin yanı sıra kısa mesaj gelirleri elde etmek için SMS sistemini devreye koymaktadır. Bu alandaki potansiyelden istifade etmek isteyen televizyon istasyonları cep telefonu operatörleri ile işbirliğine gittiler. Müzik tonları, fallar, logolar ile televizyonda hayatımıza giren SMS servisleridir.

Dizi film (“İhlamlar Altında”, “Kurtlar Vadisi”, Bir İstanbul Masalı”) müzikleri çok talep edilmektedir. Reklâm müzikleri (“Sütaş”-ayran, “Akbank”-banka, “Dove”-Şampuan); televizyon reklâmıyla duyurularak, SMS gönderimiyle indirilebilmektedir. Türksat üzerinde, gelen SMS'leri yazıya, grafiğe dökerek izleyicilere ileten ve bazıları sadece grafikten ibaret olan televizyon kanalları vardır. SMS servisleri, haberden, şarkı seçimine, yorumdan program akışına kadar televizyon yayıncılığının her alanında kullanılmaktadır. Televizyon kanalları özellikle müzik kanalları, izleyicilerden gelen kısa mesajları anında ekranların alt köşesine yansıtarak izleyicilerin görüşlerini ekrana taşımamaktadır. SMS servislerin en yoğun kullanıldığı diğer televizyon programları yarışmalar oldu. “Biri Bizi Gözetliyor” ve “Popstar” gibi öncü yarışmaları, “Akademi Türkiye”, “Benimle Dans Eder Misin” takip etti. Bu yarışmalar için milyonlarca SMS gönderilmektedir. Haftalar ilerledikçe finalistlerin belirlendiği yarışmalara, özellikle final günleri rekor denecek sayıda kısa mesaj gönderilmektedir. Bu tür programların toplumsal açıdan bazı sıkıntılar doğurduğunu ifade eden Ümit Meriç, yapılan bir röportajında şunları söylemektedir:⁹⁹ “Televizyonu demokrasi açısından değerlendirdiğimizde katılım sağladığı söylenebilir. Bu tür programlar insanların dikkatlerini çalmakta ve

⁹⁸ <http://rega.basbakanlik.gov.tr/Eskiler/2000/12/20001207.htm>

⁹⁹ <http://www.cihandergi.com> s:28

izleyiciyi oyalamaktadır. İnsanların dikkatlerini ise kalıcı hiçbir tarafı olmayan ateşe çevirmekte ve geriye sadece çöpe atılacak kül kalmaktadır. Bununla birlikte zamanını da tüketmekte ve komşusundan, şehirden uzaklaştırmaktadır.”

Türkiye’den ve Avrupa’da Türklerin yoğun olarak yaşadığı Almanya, Belçika, Hollanda, Fransa’dan SMS numarası veren televizyon kanalları, kadınlar ve erkekler arasında arkadaşlık arabuluculuğu hizmeti vermektedirler. Özel SMS numarası vererek cinsel içerikli sohbet imkânı sunmaktadırlar. Gurbetçilerin gönderimde bulunan SMS kanalları, birbirinde uzak hemşerileri televizyonda yayınlanan mesajları ile buluşturmaktadır. Futbol programlarında SMS ile gönderilen sorular ve yorumlar, konuklara yöneltilebilmektedir. Hatta futbol maçı tahminlerini televizyon kanalında yayınlanan mesajları sayesinde milyonlara ulaşmaktadır.

Radyolarda SMS ile ulaşan istek parça taleplerinin çalınması, ödülleri kazanabilmek adına radyo tarafından açılan anketlere ücretli katılım alınmaktadır. Gazete köşe yazarlarına SMS aracılığıyla, eleştiri ve öneri gönderebilmektedir.

SMS Televizyonlarının çoğu yurtdışından yayın yapmaktadır. Türkiye’den bir televizyon kanalının Türksat uydusu üzerinden yayın yapabilmesi için RTÜK (Radyo Televizyon Üst Kurumu) ve Telekomünikasyon Kurulu’ndan izin ve lisans alması gerekmektedir. Bu SMS kanalları Macaristan, Almanya gibi izin almanın daha kolay olduğu ülkelerde şirket kurarak veya şirket göstererek Türksat’tan yabancı bir şirket gibi kapasite kiralamaktadırlar. Türkiye’den izin ve lisans almaları gerekmediği için de denetlenememektedirler. Bunlar cinsel ve kumar içerikli yayın yapabilmektedirler. Ebeveynlerin bu tip kanallar için alabileceği önlem ise uydu yayın alıcılarına çocuk kilidi koymaktır.

SMS servislerinden gelen gelir televizyon kanallarına önemli bir gelir sağlamaktadır. Ama toplam SMS gelirinden en kârlı çıkan devlettir. Devlet gelirin %43,5 lık dilimini almaktadır. Kalan kısım, operatör ve servis sağlayıcı firma arasında %50 oranında paylaşılmaktadır. Hem devlet hem de servis katma değerli servisler sağlayan firmalar oldukça dikkat çekici cirolara ulaşmaktadır. Belki de yeteri kadar konunun olumsuz etkilerinin tartışılmamasının nedeni de budur. Tezin yazımı sırasında dönem Başbakanı Tayyip Erdoğan iletişim vergisinin yüksek olduğunu, çalışma başlattıklarını katıldığı toplantılar dile getirmektedir. Sözlerinden anlaşılacak kademeli de olsa %5 lik dilimlerde indirim planladığını göstermektedir.

SONUÇ

Bilgi teknolojisinin gelişmesine bağlı olarak çağımızda yeni ve çok hızlı iletişim araçları gelişmiştir. Cep telefonları, internet bu iletişim araçları ile insanlar birbirleri ile çok hızlı iletişim kurmaktadır. Muhtemelen en yaygın haberleşme ağı cep telefonu ağıdır ve şimdilik 2,5 milyar insandan oluşmaktadır. Küreselleşmeyi bu süreçte birlikte ele aldığımızda, artık iletişim davranışları değişmiş, farklı bir iletişim kültürü oluşmaktadır. İnsanlar bir birleri ile kurduğu iletişimde farklı teknikler oluşturmuşlardır. İnsanlar, yüz yüze konuşmadıkları ya da o cesareti kendinde bulamadıkları zaman sanal ortamda varlığını hissettirme çabası içine girmektedir. Saatlerce cep telefonunda sohbetler, mesajlaşmalar yeni bağımlılıklar yaratmakta, farklı davranışlar oluşturmaktadır. Cep telefonundan alınan vergiler %43,5 oranları ile dünya ortalamasının çok üstündedir. Kontrolsüz kullanımda bağımlılık yapan cep telefonu uygulamaları büyük bir endüstrinin, telekomünikasyonun, eğlenceli yüzüdür. Devlet henüz internet ortamından vergi toplayamadığından, internetin bağımlılık yapabildiğini rahatlıkla ifade etmektedir. Cep telefonu hem ses trafiği hem de katma değerli servis gelirleri ile vergi pastasında önemli bir paya sahiptir. Belki de bu faktör nedeniyle gereken hassasiyet gösterilmemektedir.

Cep telefonunu kontrollü kullanan bir kimse, cep telefonundan enformasyona anlık olarak ulaşabilmektedir. Kontrollü kullanımda yakın geçmişte hayal bile edilemeyen hızla enformasyona cepten ulaştırılan bu teknoloji, çok yakında yeni atılımlar ile daha da hayatımıza girmesi kaçınılmazdır. En yaygın haberleşme aracı olan cep telefonu, enformasyona internet bağlantısıyla ulaşabilmektedir. İnternet ve cep telefonu kavramları en küçük boyutlu cihaz olarak cep telefonu altında toplanabilmektedir. Ancak kullanımı ücretli servisleri abonelikler, reklâmlar kullanıcıları etkileyebilmektedir. Bu etkileme faturalara yansıtılarak veya kontör düşürülerek katma değerli servisler olarak yansımaktadır. Medya ile iletişime geçmede yaygın kullanım olan cep telefonu, insanların diğer insanlarla olan iletişim sürecini azaltmakta ve sosyal ortamlardan uzaklaştırmaktadır. Kısacası, cep telefonu araç olmaktan çok, kontrol merkezi haline gelmektedir. Bireylerin yalnızlaşması, arkadaş ve topluluk ortamında geçirdiği vakti azaltmaktadır. Hatta ilişkiler ve iletişim elektronik ortam aracılığıyla gerçekleşmeye başlamaktadır. Her geçen gün

yenilenen cep telefonu teknolojisi, farklı modellerin çoğalması, pazara düşük fiyatlı ürünler sunmaktadır. Bu da Afrika kıtası gibi açlık ve susuzlukla baş etmeye çalışan bireyleri bile cep telefonu satın almaya teşvik etmektedir.

İnternetden cinsel içeriğe ulaşmak mümkün olsa dahi, yazılımlar aracılığıyla getirilebilen kısıtlamalar ve güvenlik önlemleri henüz cep telefonlarında yaygınlaşmamıştır. Bireylerin satın aldıkları içerikler sadece kendisinin bildiği tek özel ortam cep telefonudur. Çünkü internet için kullanılan bilgisayar her zaman tek kişinin aidiyetinde olmayabilir. Örneğin evdeki bir bilgisayar anne, baba, çocuk gibi aile fertleri ortak kullanırken, genel anlamda cep telefonları tek bir bireyin kullanımına özeldir. Bireyin kendi tercihlerine göre özelleştirdiği cep telefonu, diğer bireylerin kontrolünde olamadığı için, bağımlılık ortaya çok daha hızlı çıkmaktadır. Eğer birden fazla bireyin ortak kullanımında olsa idi, ebeveynlerin uyarıları ve kısıtlamaları söz konusu olabilirdi. Ailelerin, güvenlik ve en hızlı ve acil durumlarda haberleşebilmek adına çocuklarına teslim ettiği cep telefonları, başlarda haberleşme amaçlı kullanılsa da, cep telefonlarının katma değerli servislerinin reklâmları bir şekilde bireylere ulaşmaktadır. Hatta reklâmın ulaşamadığı servisler, kulaktan kulağa yaygınlaşmaktadır. Gençlerin teknolojik imkânlarla büyümesinden dolayı, bu tarz servis ve yeniliklere ailelerin haberi ve bilgisi olmadan ulaşmalarını sağlamaktadır. Bu konuda hem ebeveynleri hem de servis üreten firmaları yasal düzenlemeler ile kontrolde tutmak çok büyük önem taşımaktadır. Ancak bu yasal düzenlemeler ile hem bağımlılık hem de diğer etkileri kontrol altına alınabilecektir. Yasal düzenlemeler ani kararlar olarak ortaya atılmak yerine, teknolojinin nimetlerinden eğitim ve iş hayatında nasıl faydalanabileceği planlı ve yararlı olacak bir şekilde öğretilmelidir. Özetle, güvenlik önlemleri artırılmalıdır, denetleme sistemi kurulmalıdır, vergi düşürülmelidir, Milli Eğitim Bakanlığı öncülüğünde kontrollü kullanım ihtiyaç dâhilinde amaçlanmalıdır.

KAYNAKÇA

Kitaplar

BUĞDAYCI, Necmi; TUBİTAK; Mucitler, Türkçesi:, 12. basım, Ankara, 2001.

CUSHMAN, D. & GRAIG, R.; “Communications systems: Interpersonal implications”, İçinde Yer Aldığı Eser: “Explorations in Interpersonal Communication”, Miller, G.R. (Ed.), Beverly Hills, CA: Sage, 1976

DÖKMEN, Üstün; “İletişim Çatışmaları Ve Empati”, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2004.

DRUCKER, P. F.; “Managing in a Time of Great Change”, Plume, New York, 1998.

ERKAN H. & ERKAN C.; “Ekonomide Sosyal Demokrat Alternatif”, Altın Kitap, İstanbul, 1989.

HANÇERLİOĞLU, Orhan; “Düşünce Tarihi”, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1995.

LEAKEY, R.; “İnsanın Kökeni”, Varlık Yayınları, İstanbul, 1998.

MERTEN, K.; “Kommunikation Eine Begriffs-und Prozessanalyse”, Westdeutscher, Opladen, 1977.

MUTLU, Erol; “İletişim Sözlüğü”, Ark Yayınevi, 1994.

NEGROPONTE, Nicholas P.; “Being Digital”, Alfred A. Knopf Publishing, New York, 1995.

ÖZBEK, Metin; “Dünden Bugüne İnsan”, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara, 2000.

ROWNTREE, D.; “Manager’s Book of Checklists Instant Management Solutions When You Need Them”.3.Baskı, Pearson Professional Education, London, 2000.

SCANNELL, P, Schlesinger, P., Sparks, C; “Culture_and Power: A Media, Culture and Society Reader”, London: Sage, 1992.

ŞENYAPILI, Ö.; “Her Sözcüğün Bir Öyküsü Var”, ODTÜ Geliştirme Vakfı Yayıncılık, Ankara, 1998.

ŞEKER, Selim; “İşletişim Sistemlerinin Planlanması”, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 1993.

TWITCHELL, James B.; “A (mild) Defense Of Luxury” Federal Reserve Bank of Boston, Boston, 2001.

USLUATA, Ayseli; “İletişim”, İstanbul, İletişim Yayınları, 1995.

ZILLIOĞLU, Merih; “İletişim Nedir?”, Cem Yayınevi, Genişletilmiş 2. Baskı, Ankara, 1993.

Sürelî Yayınlar

AKDİLEK, Olcay; “Cepten Konuşmaktansa Mesaj Çekiyoruz”, Sabah Gazetesi, http://www.tk.gov.tr/Basin_Duyurular/basintk/2006/12.08.2006/1383f3.pdf, 2006.

CAREY, J. “A Cultural Approach To Communication,” Sayı: 2, 1995.

GÜÇHAN, Naci, “Televizyonun Toplumsal ve Kültürel Etkileri”, Kurgu, Sayı: 5, Eskişehir, Ocak 1989.

Makale

KARAHAN, Mehmet, “Eğitimde Bilgi Teknolojileri” <http://web.inonu.edu.tr/~mkarahan/calismalarim/egtbilgitek.pdf#search=%22%22iler%20besleme%20%C5%9Feklinde%22%22>, Malatya, 2001.

KUZULOĞLU, M.Serdar, “Dünyanın bütün tembelleri birleşin!”, Radikal, http://www.radikal.com.tr/ek_haber.php?ek=sa&haberno=2914, 1 Mayıs 2006.

ÖYMEN E. E; “Medya Okuryazarlığı”,

http://www.bthaber.com.tr/yazar_sayfalari_bireysel.phtml?yazi_id=515000667, Sayı 588, Bthaber, 2006.

ÖZSOY, Zafer; KUŞ, Mehmet; “SMS İstilasası” Cihan Dergi, Sayı 18, <http://www.cihandergi.com>, 2006.

SAFIRE, William, “Archive of political columns” from the New York Times <http://www.nytimes.com/top/opinion/editorialsandoped/oped/columnists/williamsafire/>

SIRT, Timur; “Kopyalanmış Cepler Yeniden Kapatılıyor”, Sabah Gazetesi, http://www.tk.gov.tr/Basin_Duyurular/basintk/basintk.htm , 1 Ağustos 2006.

TELLAN, Derya, Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi, “Tüketim Kültürü Ve Cep Telefonlarının Popülerliği“ “<http://yayim.meb.gov.tr/yayimler/sayi57/tellan.htm>, Yıl:5, Sayı:57, Kasım 2004.

WEINGARTEN.”Ürünler Birbirinin Yerini Tutuyorsa” Ne Olacak? <http://www.telepati.com/nisan01/konu26.htm>

Internet

<http://www2.pepsi.yahoo.com/ringtone/promo.php>

<http://www.adidasgolf.com/360/>

<http://www.aim.com/survey/>,

“Top Trends in Communications”

<http://www.avea.com.tr/sta/hakkinda/hakkinda/>

<http://www.bilyoner.com/bilyoner/contentV.jsp?page=hakkinda>

<http://www.bilyoner.com/bilyoner/contentV.jsp?page=kJAVA>

http://www.btdunyasi.net/index.php?module=news&news_id=1189&cat_id=1

http://www.btdunyasi.net/index.php?module=news&news_id=2910&cat_id=1

http://www.bthaber.com.tr/haber.phtml?yazi_id=515000633,

“Microsoft Yeni İsimlerle Güçleniyor”

<http://www.Clickatell.com/>

http://www.crest.com/en_US/home.jsp

<http://www.corporate.visa.com>

<http://www.cukurovaholding.com.tr/index2.htm>

<http://gamyuncep.com/>

<http://www.gamyun.net/hakkimizda.php>

<http://www.gbnet.net>,

“Cellular/Mobile Phones” UK.Telecom FAQ, 1996

<http://www.google.com/talk/intl/tr/>

<http://www.hedef3g.com/spor/index3.html>

<http://www.inteltek.com.tr/hakkimizda.html>

<http://www.intralot.com/opencms/opencms/INTRALOT/en>

<http://www.juniperresearch.com>,

“Dr. Windsor Holden Yayını”, Şubat 2005 2 .baskı

<http://www.meb.gov.tr/haberler/haberayrinti.asp?ID=1077>,

“Okullarda Medya Okur Yazarlığı Dersi”

http://www.milleni.com.tr/haber_goster.asp?id=122

<http://www.nebucalan.com>

<http://www.nfc-forum.org/aboutus/>

<http://www.ntvmsnbc.com/news/367620.asp>

“Associated Press”, Nisan 2006

<http://www.ntvmsnbc.com/news/384511.asp>

http://www.radikal.com.tr/ek_haber.php?ek=sa&haberno=2914

<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=176592>

<http://rega.basbakanlik.gov.tr/Eskiler/2000/12/20001207.htm>

<http://satis.superonline.com/yardim/gprs.php?id=1>

http://tdk.org.tr/bilterim/w_bt_01.htm,

Türk Dil Kurumu, Bilgisayar Terimleri Karşılıklar Klavuzu

http://teknolojiblogg.blogspot.com/2006_07_01_teknolojiblogg_archive.html

<http://www.telepati.com.tr/haziran05/haber23.htm>, Telepati, Haziran 2005

[http://www.telephia.com/documents/InternetandDeviceReleaseJune2006v68.14.06FI](http://www.telephia.com/documents/InternetandDeviceReleaseJune2006v68.14.06FINAL.pdf)

NAL.pdf , “Telephia Mobil Internet Raporu”, Haziran 2006

<http://www.telsim.com.tr/hakkinda/telsim/tarihce.php>

http://www.tgisurveys.com/news/barometer/Barometer_MobilePhones.htm,

TGI Global Barometer, TGI facts and figures from around the world, 2004

<http://www.thomson.co.uk/po/showContent.do?content=travelbuddy.html>

http://www.tk.gov.tr/Yayin/istatistikler/istatistik/gsm_2006_mart.htm

<http://www.tk.gov.tr/Yayin/istatistikler/gsm-2-2005.htm>

<http://www.turkcell.com.tr/index/0,1028,300672,00.html>

<http://www.turkcell.com.tr/index/0,1028,300679,00.html>

<http://www.walkers-eathappy.co.uk/index.html>

<http://www.winplc.com/solutions/wap-push.aspx>

Fırat ERTEM

Adres
Kolej Yolu, Halis Apt. 3/5
81030 Kızıltoprak, İstanbul

Telefon
0532 580 80 04
0216 330 50 74

E-Posta
firartertem@superonline.com
firartertem@hotmail.com

Doğum Tarihi	22.9.1975
Tabiyeti	T.C.
Yabancı Dil	İngilizce, Almanca
Bilgisayar Kullanımı	Microsoft Certified Trainer, MCSE,
Askerlik	Tecilli (20 Ekim 2006)
Ehliyet	B tipi, 1993
Medeni Durumu	Bekar

İŞ TECRÜBESİ

Nis 03 –	Erdem Holding Erdem Telekomünikasyon Direktör
	Genpa Mobil Hizmetler Yöneticisi
May 00 – Nis 03	Erdemsoft Direktör
May 00 – Nis 02	Erdemsoft Eğitim Müdürü
98 - May 00	3S Sistem Servis Satış Bilgi Satış Direktörü
1996-1998	Bilginç Bilgisayar Eğitim Danışmanlık Eğitmen & Ürün Uzmanı
1997 Yazı	Simko A.Ş.(Siemens) Staj, Tıp Tekniği
1996 Yazı	Hoechst Marion Roussel (Aventis) Staj, İthalat İhracat.

EĞİTİM

2003-	Haliç Üniversitesi , Yüksek Lisans İşletme
1994 – 1999	Marmara Üniversitesi / Almanca İşletme Pazarlama Bölümü (Bitirme Tezi, <i>Internet Bankacılığı</i>)
1986 – 1993	Özel Ortadoğu Lisesi
1981 – 1986	Özel Kadıköy Kız Lisesi - İlkokulu

HOBİ

Fenerbahçe Lisanslı Atleti, İstanbul Yelken Lisanslı Sporcusu.
Jogging, kayak, rüzgar sörfü, yelken, bisiklet, sinema, gitar