

**TC
MALTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER ANABİLİM DALI**

**DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE DÖNÜŞEN KÜLTÜR VE YAŞAM
TARZLARI: KUŞAKLAR ÜZERİNE BİR TİPOLOJİ
ARAŞTIRMASI**

DOKTORA TEZİ

EMEL DEMİR ASKEROĞLU

İstanbul, Şubat 2017

**TC
MALTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER ANABİLİM DALI**

**DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE DÖNÜŞEN KÜLTÜR VE YAŞAM
TARZLARI: KUŞAKLAR ÜZERİNE BİR TİPOLOJİ
ARAŞTIRMASI**

DOKTORA TEZİ

EMEL DEMİR ASKEROĞLU

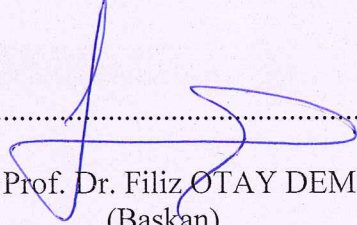
Danışman Öğretim Üyesi

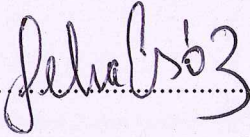
DOÇ.DR.SELVA ERSÖZ KARAKULAKOĞLU

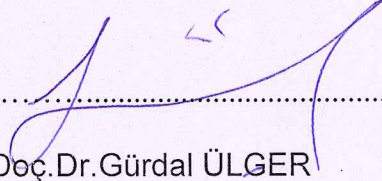
İstanbul, Şubat 2017


T.C. Maltepe Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

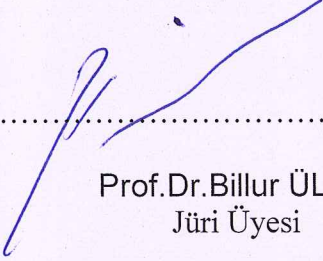
17.02.2017 tarihinde tezinin savunmasını yapan Emel DEMİR ASKEROĞLU'na ait "Dijitalleşme Sürecinde Dönüşen Kültür, Kimlik ve Yaşam Tarzları: Kuşaklar Üzerine Bir Tipoloji Araştırması" başlıklı çalışma, Jürimiz Tarafından Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Halkla İlişkiler ve Tanıtım Doktora Programında Doktora Tezi Olarak **Oy Birliği/Oy Çokluğu** İle Kabul Edilmiştir.


Prof. Dr. Filiz OTAY DEMİR
(Başkan)


Doç. Dr. Selva ERSÖZ
Jüri Üyesi-Danışman


Doç. Dr. Gürdal ÜLGER
Jüri Üyesi


Yrd. Doç. Dr. Övünç MERİÇ
Jüri Üyesi


Prof. Dr. Billur ÜLGER
Jüri Üyesi

YEMİN METNİ

17.02.2017

Doktora tezi olarak sunduğum "*Dijitalleşme Sürecinde Disiplinlerarası ve Yönelim Farklılığı Üzerine Bir Tipolojik Araştırma*" adlı çalışmanın, proje safhasından sonuçlanmasına kadar olan bütün süreçlerinde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın tarafımda yazıldığını ve yararlandığım bütün eserlerin "Kaynakça"da gösterilenlerden oluştuğunu, "Kaynakça"da yer alan bu eserlerden metin içinde atıf yaparak yararlanmış olduğumu belirtir ve onurumla doğrularım.

131158106

Öğrenci Numarası
Adı-Soyadı
İmza

Emel Demir Akerçelik

ÖNSÖZ

Günümüzde her geçen gün hızla değişen teknoloji ve bu teknolojinin etkisi altına aldığı yaşam biçimleri bireyleri büyük oranda yeniden biçimlendirmektedir. Bu etki ile birlikte gündelik yaşamın bir parçası haline gelen tüm teknolojik gelişmeler, ‘dijital kültür’ kavramının oluşmasında etken olmuştur. Önemi günden güne daha da artan dijital kültür, günümüz bireylerinin yeniden şekillenmesinde ve yaşantılarını bu gelişmeler ile yeniden düzenlemesine neden olmaktadır. Bu çalışma ile de dijitalleşmenin, bireylerin kültürel yapısını nasıl değiştirdiğini ve yaşam biçimlerine ne oranda etki ettiğini kuşaklar üzerinden ele alarak, tipoloji araştırması gerçekleştirilmiştir.

Bu tez çalışmasının her aşamasında ilgi ve desteğini esirgemeyen, bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım, çalışmamı bilimsel temeller ışığında şekillendiren ve her sorumu sabırla yanıtlayan değerli hocam, Doç. Dr. Selva ERSÖZ KARAKULAKOĞLU’na, hayatımın her evresinde bana destek olan sevgili aileme, çalışma süresince tüm zorlukları benimle birlikte göğüsleyen ve cesaret veren sevgili eşim Oytun ASKEROĞLU’na ve varlığıyla bana umut olan sevgili oğlum Ufuk Kerem ASKEROĞLU’na sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Emel DEMİR ASKEROĞLU

İstanbul, 2017

ÖZET

Dijitalleşme Sürecinde Dönüşen Kültür ve Yaşam Tarzları: Kuşaklar Üzerine Bir Tipoloji Araştırması

Sanayi devrimi sonrası yaşanan gelişmeler hem toplumsal yapı hem de teknolojik yapı üzerinde büyük değişimler yaşanmasına katkı sağlamaktadır. Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş süreci ile birlikte bireylerin toplum içindeki sosyal ve ekonomik yapıları değişmiştir. Teknolojik gelişmeler, toplumsal yapıda köklü değişikliklere etken olabilecek iletişim biçimlerini de beraberinde dönüştürmektedir. İletişim teknolojilerinin gelişmesi sonucu dünya da bir bütünleşme yaşamakta ve küreselleşme kavramını ortaya çıkarmaktadır. Özellikle 1990’larda internet teknolojisinin halkın kullanımına açılması ve kullanımının hızla yaygınlaşması iletişim teknolojileri için de bir mihenk taşı olmuştur. İnternetin yaygın kullanımı yeni iletişim biçimleri için yeni iletişim araçlarının geliştirilmesine sebep olmakta ve taşınabilir bilgisayarlar, akıllı telefonlar, tabletler ve akıllı televizyonlar geliştirilmiştir. Bu teknolojik aletlerin yaygın kullanımı yeni medya kavramını ortaya çıkarmaktadır. 2000’li yıllarda sosyal medya araçları olarak isimlendirilen bir çok uygulama geliştirilmiş ve insanların kullanımına açılmıştır. Tüm bu teknolojik gelişmeler bireylerin yaşam biçimlerinde köklü değişikliklere sebep olmakta ve gerek kişilik yapıları gerekse hayatı yorumlayış biçimlerinde ciddi değişiklikler yaşanmaktadır. Tüm bu teknolojilerin ileri yaşlarda gören, bu teknolojik gelişmeler ile birlikte büyüyen ve bu teknolojiler geliştikten sonra dünyaya gelen üç farklı kuşak değişik oranlarda dijital kültür diye adlandırabileceğimiz bu kültürel değişmelerden farklı oranlarda etkilenmektedir.

Bu çalışmada kuşaklar üzerine bir araştırma yapılmıştır ve X,Y,Z kuşaklarına uygulanan anket çalışması ile dijital kültürün biçimlendirdiği; pre-tekno birey, tekno birey ve post-tekno birey olarak isimlendirilen birey tipolojileri ortaya çıkartılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Kuşaklar, Dijital Kültür

ABSTRACT

Culture and Lifestyles Transformed in the process of digitization: a Typology Research on Generations

The developments after the Industrial Revolution contribute to great changes in both the social structure and the technological structure. Along with the transition from the agricultural society to the industrial society, the social and economic structures of individuals have changed in the society. Technological developments have also transformed the forms of communication that can have a major impact on the social structure. In the world of communication technologies, an integration is taking place and the concept of globalization is revealed. Particularly in the 1990s, the opening up of Internet technology to the public use and its widespread use became a milestone for communication technologies. The widespread use of the Internet has led to the development of new forms of communication for new tools of communication and the development of portable computers, smartphones, tablets and smart TVs. The widespread use of these technological tools reveals the concept of new media. In 2000, a number of applications, called social media tools, have been developed and made available to people. All these technological developments cause fundamental changes in the way of life of the individuals and there are serious changes in both the ways of interpreting life and personality structures. Three different generations of people who see all these technologies at an advanced age, who grow up with these technological developments and who were born after these technologies are developed, are affected at different rates by these cultural changes that we can call digital culture at different rates.

In this study, the research was carried out on generations and by a digital culture with a questionnaire applied to the X, Y, Z generations; individual typologies formed by digital culture who are called pre-techno individuals, techno individuals and post-techno individuals are revealed.

Keywords: Culture, Generation, Digital Culture

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER	iv
TABLolar LİSTESİ.....	vi
GRAFİK LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	ix
RESİMLER LİSTESİ.....	ix
KISALTMALAR	1
GİRİŞ	2
1. BÖLÜM: KÜLTÜR KAVRAMI, GELENEKSELDEN DİJİTALE DÖNÜŞÜM VE İLETİŞİMİN TARİHSEL SERÜVENİ.....	10
1.1. Kültür Kavramı, Tanım ve Özellikleri.....	10
1.2. Geçmişten Günümüze Kültürel Başkalaşım.....	12
1.2.1 Modernizm ve Kültür.....	13
1.2.2 Postmodernitede Kültür ve Popüler Kültür.....	22
1.3 . Gelenekselden Dijitale Dönüşüm	25
1.3.1 Tüketim Üretim Dönüşümü	26
1.3.2 Kültür Endüstrisi ve Tüketim Kültürü	42
1.3.3 Kültür Aktarımı Sürecinde İletişim.....	43
1.4 İletişimin Tarihsel Serüveni	49
1.5 İletişimde Kültür Yaklaşımı	60
2. DİJİTALLEŞME SÜRECİ, KİMLİK VE DİJİTALLEŞMENİN ETKİSİNDE KUŞAKLAR.....	66
2.1. Yeni İletişim Teknolojilerinin Gelişimi ve Dijitalleşme.....	66
2.2. Yeni Medyanın Doğuşu ve Gelişimi.....	71
2.3. Dijitalleşme Süreci ile Dönüşen Kültür: Dijital Kültür	79
2.3.1 Dijitalleşme Süreci ile Dönüşen Kimlik	85
2.3.2 Kimliğin Yeniden İnşası: Sanal Kimlik	98
2.4. Kültürel Değişimin Etkisinde Kuşaklar	100
2.4.1. Kuşak Tanımı ve Kapsamı	102
2.4.2. Kuşakların Sınıflandırılması	103
2.4.2.2. Bebek Patlaması	109
2.4.2.3. X Kuşağı	111

2.4.2.4.Y Kuşığı	114
2.4.2.5. Z Kuşığı	121
2.4.3. Kuşaklar Arası Farklılıklar.....	123
2.5. Dijitalleşen Toplumda Kuşakların Dönüşümü: Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenler	125
2.5.1. Dijital Yerliler ve Dijital Ortam.....	125
2.5.2. Dijital Göçmenler ve Dijital Ortam.....	129
3. DİJİTAL KÜLTÜRDE DEĞİŞEN YAŞAM BİÇİMLERİ VE BİREYLERİN GÜNLÜK YAŞAMDA KULLANDIKLARI DİJİTAL KÜLTÜR UYGULAMALARI.....	132
3.1. Yaşam Tarzlarını Biçimlendirme Sürecinde Dijital Kültür ve Etki Alanları.....	132
3.1.1. Emek ve Sermayeye Etki Bakımından Dijital Kültür ve Dönüşen Ticaret Anlayışı E Ticaret.....	132
3.1.2. Kamusal Alan Dönüşümü ve Sosyal Ağlar.....	138
3.1.3. Eğitimin Dönüşümü ve Uzaktan Eğitim	146
3.1.4. Gözetim Toplumu ve Bireyselliğin Yok Oluşu	150
3.1.5. Değişen Gazetecilik Anlayışı Olarak Yurttaş Gazeteciliği ve Sosyal Ağlar	158
3.1.6. Bilgi Toplumu ve E- Devlet.....	162
3.1.7. Dijital Aktivizm ve Siber Terör	169
3.1.8. Dijitalleşmenin Etkisinde Sanat	172
3.1.9. Boş Zaman Etkinliği Olarak Oyunlar ve Sosyal Medya.....	181
4. BÖLÜM DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE DÖNÜŞEN KÜLTÜR VE YAŞAM TARZLARI: KUŞAKLAR ÜZERİNE BİR TİPOLOJİ ARAŞTIRMASI	185
4.1. Araştırmanın Yöntemi	185
4.2. Örneklem.....	186
4.3. Bulgular	188
4.3.1. Faktörel Analiz ve Güvenilirlik Analizi.....	188
4.3.2. Betimsel Analiz	190
4.3.3. İlişkisel Analizler	208
4.3.4. Karşılaştırma Analizleri	215
4.4. Değerlendirme	253
5. SONUÇ	266
EK1 ANKET FORMU.....	290

TABLolar LİSTESİ

Tablo 2-1 Kuşakların Tarihsel Sınıflandırılması.....	105
Tablo 2-2 Kuşak Sınıflandırmaları ve Tarih Aralıkları.....	106
Tablo 2-3 Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar	124
Tablo 2-4 Dijital Yerliler-Dijital Melezler ve Dijital Göçmenler	129
Tablo 2-5 Dijital göçmen ve dijital yerliler arasındaki farklılıklar	131
Tablo 3-1 Eski Yeni Kamusal Mekan	145
Tablo 3-2 Eğitim-Bilgi Teknolojileri –Uzaktan Eğitim.....	146
Tablo 3-3 Sanayi Toplumu ve Bilgi Toplumu Karşılaştırması.....	165
Tablo 3-4 E-Devlet Modeli ile Klasik Yönetim Anlayışlarının Karşılaştırılması ..	167
Tablo 4-1 Örneklem Büyüklükleri	187
Tablo 4-2 Ölçeklerin Maddelerinin Faktör Dağılımı ve Güvenirlik Analizi Sonuçları	188
Tablo 4-3 Kişisel Bilgilerinin Dağılımı	190
Tablo 4-4 E-Devlet Kullanım Bilgilerinin Dağılımı	193
Tablo 4-5 İnternet Alışverişi Bilgilerinin Dağılımı	195
Tablo 4-6 Uzaktan Eğitim Programı Bilgilerinin Dağılımı	196
Tablo 4-7 Sosyal Medya Bilgilerinin Dağılımı.....	198
Tablo 4-8 İşyeri Bilgilerinin Dağılımı	200
Tablo 4-9 Oyun Oynama Bilgilerinin Dağılımı	200
Tablo 4-10 Ölçek Sorularına Katılım Düzeylerinin Dağılımı.....	201
Tablo 4-11 Araştırmaya katılım oranları.....	207
Tablo 4-12 Çalışma Durumunun Sosyal Medya Araçlarını Kullanım Amacının Kuşaklara Göre Dağılımı ve İlişki Testi	208
Tablo 4-13 Kuşak Gruplarının Ölçek İfadelerine Katılım Düzeyinin İlişki Analizi	209
Tablo 4-14 Kuşak Gruplarının Ölçek İfadelerine Katılım Düzeyinin İlişki Analizi	210
Tablo 4-15 Kuşak Gruplarının Ölçek İfadelerine Katılım Düzeyinin İlişki Analizi	211
Tablo 4-16 Kuşak Gruplarının Ölçek İfadelerine Katılım Düzeyinin İlişki Analizi	212
Tablo 4-17 Kuşak Gruplarının Ölçek İfadelerine Katılım Düzeyinin İlişki Analizi	214
Tablo 4-18 Kuşak Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması	215
Tablo 4-19 (1960-1977) Kuşağında Cinsiyet Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması	218
Tablo 4-20 (1978-1997) Kuşağında Cinsiyet Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması	220
Tablo 4-21 (1998-2000) Kuşağında Cinsiyet Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması	222

Tablo 4-22 (1960-1977) Kuşakında Çalışma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması	224
Tablo 4-23 (1978-1997) Kuşakında Çalışma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması	226
Tablo 4-24 (1998-2000) Kuşakında Çalışma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması	228
Tablo 4-25 (1960-1977) Kuşakında Eğitim Durumu Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması.....	231
Tablo 4-26 (1978-1997) Kuşakında Eğitim Durumu Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması.....	236
Tablo 4-27 (1998-2000) Kuşakında Eğitim Durumu Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması.....	239
Tablo 4-28 E Devlet Şifresi Olma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması	241
Tablo 4-29 Uzaktan Eğitim Programına Katılma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması.....	243
Tablo 4-30 Online Haber Sitelerine, E Dergi, Blog yada Web Sayfalarına Herhangi Bir Konuda Haber Yazma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması	245
Tablo 4-31 Sosyal Medyada Var Olan Hesabın, Mail Adresinin Şifrelerinin Başkası Tarafından Ele Geçirilme Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması	247
Tablo 4-32 Oyun Oynama Aracı; Facebook Olma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması.....	248
Tablo 4-33 İş Yerinde Kart Basmak, Göz-El Okutmak Gibi Sistemleri Kullanma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması	249
Tablo 4-34 Facebook Hesabının Olma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması	249
Tablo 4-35 Twitter Hesabının Olma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması	250
Tablo 4-36 Instagram Hesabının Olma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması	251
Tablo 4-37 Snapchat Hesabının Olma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması	251
Tablo 4-38 Youtube Hesabının Olma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması	252
Tablo 4-39 Pre Tekno Birey Özellikler Tablosu.....	256
Tablo 4-40 Tekno Birey Özellikler Tablosu	258
Tablo 4-41 Post Tekno Birey Özellikler Tablosu	260
Tablo 4-42 Tipolojilere göre yaşam tarzlarını biçimlendirme sürecinde dijital kültür ve etki alanlarının yansımaları	262
Tablo 5-1 Hipotezlerin Sınanması	274

GRAFİK LİSTESİ

Grafik 4-1 Yaş Aralığı Değer Sayısı	191
Grafik 4-2 Cinsiyet Dağılımı.....	191
Grafik 4-3 Eğitim Durumu Dağılımı.....	192
Grafik 4-4 Cinsiyet Durumu Dağılımı	192
Grafik 4-5 E Devlet Şifresi Sahiplik Durumu.....	194
Grafik 4-6 E Devlet Şifresi Kullanım Durumu	194
Grafik 4-7 İnternette Alış Veriş Yapma Sebep Durumu.....	195
Grafik 4-8 Uzaktan Eğitim Programına Katılım Durumu.....	197
Grafik 4-9 Online Haber Sitelerine, E Dergi, Blog ya da Web Sayfalarına Haber yada Yorum Yazma Durumu	214

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1-1 Sanayi Devrimi ve Yaşanan Değişimler.....39

RESİMLER LİSTESİ

Resim 3-1 Panoptikon 152

Resim 3-2 Panoptikon Tasarım..... 153



KISALTMALAR

ARPA: Advanced Research Project Agency

CD : Compact Disc

CERN : Conseil Europ en pour la Recherche Nucl aire (fr), Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi

DVD : Dijital Versatile Disc

E-mail : Elektronik Posta

EBYS: Elektronik Belge Yönetim Sistemi

ODTÜ : Orta Doğu Teknik Üniversitesi

SMS : Short Message Service

TDK: Türk Dil Kurumu

TRT : Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

WEB: World Wide Web (www)

GİRİŞ

Günümüzde hızla gelişen iletişim teknolojilerinin başında gelen yeni iletişim teknolojileri bireylerin yaşam alanları üzerinde geniş bir etki yaratmaktadır. Gündelik hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelen yeni iletişim teknolojileri, dijitalleşme süreci ile birlikte yeni bir boyut kazanarak her an her yerde ulaşılabilir bir hal almaktadır. Bugün bireylere bağımsız olarak iletişim kurma imkanı sunan iletişim teknolojileri sayesinde hem bilgiye ulaşmak kolay hale gelmekte hem de bilgiyi yaymak basitleşmektedir.

Marshall McLuhan'ın insanlık tarihini dört döneme aldığı yaklaşımında, kabile çağı, edebiyat çağı, basım çağı ve elektronik çağ insanlığın teknoloji kullanımının onları ne derece biçimlendirdiğine değinmektedir (Altay, 2005, s. 20).

Kabile çağı: insanlar için duyma en önemli duyu olarak görülmektedir. En önemli iletişim biçimi sözlü iletişimdir. Alfabenin bulunmasıyla birlikte insanlık tarihi yeni bir döneme yani edebiyat çağına geçmektedir.

Edebiyat çağı: Bu dönemde kulaklar kadar gözler de aktif hale gelmektedir. Okuma işlevi ile birlikte bu dönem insanlığın değişimi açısından önemli bir aşamadır. Matematik, bilim ve filozofi dalları ortaya çıkmıştır. Ancak basım teknikleri gelişmediğinden bireyler yalnız değil toplu olarak okumalar gerçekleştirmektedir. Basım teknolojisinin gelişmesi ise yeni bir döneme kapı açmıştır ve matbaanın icadı ile basım çağına geçilmiştir.

Basım çağı: matbaanın icat edilmesiyle birlikte görsel bağımlılık sürecine geçilmiştir. İnsanlar kelimeleri ilk defa yazılı bir biçimde görmüşlerdir ve bu durum kelimelerin anlamlarında değişmelere yol açmıştır. Taşınabilir kitaplar yaygınlaşmış, insanlar toplu halde okuma yapmaktan uzaklaşmış ve bireysellik ön plana çıkmıştır. Toplu halde olmaktan uzaklaşma beraberinde toplumu da parçalamıştır. Toplumdan soyutlaşma yaşanmıştır. Telgrafın bulunması iletişimsel değişimin bir başka ayağı olmuştur ve elektronik çağa geçilmiştir.

Elektronik çağ: bu çağ ile birlikte insanlar dünyayı yeniden birlikte algılama fırsatı yakalamaktadır. Elektronik medya tüm insanların katılımını olanaklı hale getirmektedir. McLuhan televizyonun aynı anda hızla insanları tüm ortamlar ve zamanlara birlikte götürdüğünü belirtmektedir. İnsan yaşamının çizgisini değiştiren ve düşünce yapısını kıran bir alet olarak görülmektedir ve basılı kültürü kökten etkilemiş bir araçtır. Elektronik çağ gizliliği ortadan kaldırmaktadır.

McLuhan'ın teknolojik gelişmelerin iletişimsel boyutuna göre zamansal ayrımlarda bulunduğu bu dört aşama, insanlık tarihi için oldukça önemli bir kategori olmakla birlikte günümüzde anlamı daha da artan bir analizdir. Çünkü günümüz iletişim teknolojileri internetin bulunması ve bireylerin kullanımına açılması ile birlikte hızla yeni bir gelişme daha eklenerek günümüz halini almıştır. Tüm bu gelişmeler tarihsel süreç ile birlikte bireylerin kültürel yapılarında büyük değişimlere de sebep olmaktadır. İnsanoğlu teknolojik gelişmeler ile günden güne yeniden şekillenmekte ve toplumsal yaşam alanlarının da biçimlendirilmesi ile kültürün bir parçası haline gelen teknolojik gelişmelere ayak uydurma durumunda kalmaktadır.

Kültür, bireylerin yaşamlarını etki altına alan ve yaşam alanlarını biçimlendiren önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Zaman içinde toplumsallaşma sonucu öğrenilerek ve aktarılarak yaşam bulan kültür, hem bireyleri biçimlendirmek hem de bireyler tarafından biçimlendirilme özelliği ile değişkenlikler göstermektedir. Toplum yapıları ile doğrudan ilintili olmak ile birlikte toplum yapısında da o oranda etkilenmektedir. Kültür ve iletişim birbirleriyle sıkı sıkıya bağlı kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kültürün aktarımı sürecinde iletişim önemli bir rol oynarken, kültürel unsurlar iletişim biçimine de yansımaktadır. Toplumların gelişmişlik düzeyi ile de ilişkili olan kültür kavramı, sahip olunan kültür düzeyi iletişim teknolojilerinin yapısını da şekillendirmektedir.

Günümüzde; yeni medya, sosyal medya ya da sosyal ağlar olarak isimlendirilen ve en yaygın kullanılan iletişim araçlarından biri olan internet teknolojileri sayesinde herhangi birşey aynı anda bir çok yere ulaşabilmekte, milyonlarca insana ulaşmakta ve hızlı bir etki yaratabilmektedir. Herhangi bir konu hakkında sosyal paylaşım sitelerinde yazılan yazılar, yapılan yorumlar, bir anda tüm dünyaya ulaşma imkanı bulunmaktadır. Bu durumda dünyanın 'küresel bir köy' olduğu gerçeği ile karşı karşıya kalmaktayız. Forward edilen mailler, paylaşılan videolar, retweetler, beğeniler, interaktif bloglar ve bunun gibi yüzlerce uygulama sayesinde dünya bir

bütün haline gelmekte ve bu durum bireylerin yaşantılarında köklü değişikliklere yol açmaktadır. Böylelikle yüz yüze iletişim kurabilmek için mekânsal ya da fiziksel bir yakınlaşmaya ihtiyaç duyulmamakta bireyler kilometrelerce uzaktayken birbirleriyle anlık iletişim kurabilmektedir.

Günümüz iletişim araçları, kişilerin dolaşım alanını yavaş yavaş genişleterek tekil yapıları gittikçe daha büyük bütüne dönüşmesini sağlamaktadır. Anında gerçekleşen iletişim ağları dünyamızın düzenlenmesinde büyük önem arz etmektedir. Elektrikli telgraftan, başlayarak telefon, faks ve internetin kullanımına kadar önemli gelişmeler ile birlikte dünyanın bütünleşmesi söz konusu olmuştur. Kitle iletişim araçlarının geliştirilmesi ile de bu bütünleşme orantılı olarak gelişmektedir (Mattelart, 2005, s. 19).

Bu çalışmada bireylerin hayatında önemli bir alana sahip kültürden, kimliğe kadar bütün alanları ile bireyleri etkisi altına alan dijitalleşme ile birlikte yeniden biçimlenen bireyler ve bu bireyleri etkisi altına alan dijital kültür süreci işlenmektedir. Toplumdaki önemli değişimler ile birlikte ilkel çağdan günümüze kadar akan bir süreç olarak teknolojinin şekillendirdiği toplum biçimleri ve bu yapıların bireylerin yaşamlarına etkisi de ele alınmaktadır.

Dijital kültürün öneminin günden güne arttığı düşüncesi ile bu çalışma gerekli görülerek ele alınmıştır. Dijital kültür, sadece internet teknolojisi ile ilişkili olmamakla birlikte dijital teknolojilerin gelişmeye başlaması ile ortaya çıkan ve internetin gelişimi ve kullanımının yaygınlaşması ile tüm toplumu etkisi altına alan bir kavramdır. Kültürel bağlamda bireyleri etkisi altına alan dijital kültür, bireyin kimlik yapısında büyük değişiklikler yaparak gerek sosyal yaşamda, gerekse özel yaşamında büyük farklılaşmalara yol açmaktadır. Bu çalışmanın amacı dijital kültürün bireyler üzerindeki etkilerini ortaya koyabilmektir.

2000'li yılların ortalarında hayatımıza giren web 2.0 ve sosyal medya kavramları, internet üzerine geliştirilen çalışmalar, internetin geleceği ve toplumsal sonuçlarını açıklamakta yeterli olamamaktadır. Elihu Katz ve Everett Rogers tarafından geliştirilen yayılma teorisi ve 's modeli'nde bireylerin yeni iletişim teknolojilerine adapte olma süreci açıklanmaya çalışılmaktadır. Bu teoriye göre önceleri yavaş bir yayılma izleyen teknolojik gelişmeler, yayılma seviyesi doyum noktasına doğru zirve yapmaktadır. Böylelikle gündelik yaşamın her alanında

kendine yer bulan internetin dijital kültürün en önemli öğelerinden biri olduğunu söylemek de mümkün olmaktadır (Karakulakoğlu, 2012, s. 32).

Kültürel başkalaşımda dijital dönüşümün etkisi ele alınarak, iletişim süreçlerindeki önemli gelişmelere değinilmektedir. Özellikle iletişim alanındaki gelişmeler ile dijitalleşme sürecinin yansımaları internet bağlamında ele alınmaktadır. İnternetin gelişim aşamalarını dünyada ve Türkiye'deki aşamaları anlatılarak, internet ile birlikte şekillenen dijital teknolojilere de değinilmiştir. Geçmişten günümüze bireylerin toplum içindeki yeri, toplumsal değişmelerin bireyleri nasıl biçimlendirdiği ve ortak bir geçmişe sahip bireylerin oluşturdukları kuşakların, gösterdikleri benzerlikler ele alınarak, kuşaklar konusu ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

Teknolojik gelişmelerin kuşaklar üzerindeki etkisini açıklama için dijitalleşme sürecinde kuşaklar kavramı ele alınarak, kuşakların dijitalleşme ile nasıl değişiklikler yaşadığı konusu da ele alınmaktadır. Bir diğer yaklaşım ise kuşakların dijital yaşama ne derece entegre olduğu konusudur. Kuşaklar taşıdıkları özellikler bakımından birbirinden ayrılmaktadır. Bu kuşaklar arasındaki belirgin farklar da çalışmada ele alınmaktadır.

Dijital yaşamın biçimlendirdiği kültür kavramının gündelik hayatta nasıl yer edindiğini ortaya çıkarabilmek adına, dijital kültürün biçimlendirdiği yaşam alanları konusuna da değinilmektedir. Burada başlıklar halinde dijital kültürün dönüştürdüğü toplumsal alanlar ele alınmaktadır.

Dört bölümden oluşan bu çalışma, dijital kültürün dönüştürdüğü kültür, bu kültür ile birlikte dönüşen kimlik, kimliklerin dönüşmesiyle biçimlenen yaşam tarzlarının kuşaklar üzerindeki etkisini ele almaktadır. Araştırmanın genel amacı, "dijital kültürün yaşam alanlarına etkisinin bireylere yansımalarını ortaya çıkarmaktır" dijital kültürün bireylerin yaşam alanlarını ne ölçüde etkilediğini ortaya çıkarmak adına öncelikle, emek ve sermayeye etki bakımından dijital kültür ve dönüşen ticaret anlayışı e-ticaret, kamusal alan dönüşümü ve sosyal ağlar, eğitim dönüşümü ve uzaktan eğitim, gözetim toplumu ve bireyselliğin yok oluşu, değişen gazetecilik anlayışı olarak yurttaş gazeteciliği ve sosyal ağlar, bilgi toplumu ve e-devlet, dijital aktivizm ve siber terör, dijitalleşmenin etkisinde sanat ve boş zaman etkinliği olarak oyunlar ve sosyal ağlar başlıkları ele alınmıştır.

Birinci bölüm, Kültür Kavramı, Gelenekselden Dijitale Dönüşüm ve İletişim Tarihsel Serüveni başlığıyla ele alınmaktadır. Bu bölümde kültür kavramı ayrıntılı olarak incelenmiştir. Geçmişten günümüze kültürel başkalaşım adı altında modernizm ve postmodernizm süreçlerinde kültür konusu anlatılmaktadır. Gelenekselden dijitale dönüşüm süreci olarak, üretim tüketim dönüşümü, kültür endüstrisi ve tüketim kültürü, kültür aktarım sürecinde iletişim başlıklarının ardında iletişimin tarihsel serüveni ve iletişimde kültür aktarımı ele alınmaktadır.

İkinci bölümde, Yeni İletişim Teknolojilerinin Gelişimi ve Dijitalleşme, Dijitalleşme Süreci ile Dönüşen Kültür: Dijital Kültür, Dijitalleşme Süreci ile Dönüşen Kimlik , Modern Dönemde Kimlik, Postmodern Dönemde Kimlik, Kimliğin Yeniden İnşası: Sanal Kimlik, Kültürel Değişimin Etkisinde Kuşaklar, Kuşak Tanımı ve Kapsamı, Kuşakların Sınıflandırılması, Gelenekselciler, Bebek Patlaması, X Kuşağı, Y Kuşağı, Z kuşağı, Kuşaklar Arası Farklılıklar, Dijitalleşen Toplumda Kuşakların Dönüşümü ve Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler, Dijital Yerliler ve Dijital Ortam, Dijital Göçmenler ve Dijital Ortam konuları ele alınmaktadır.

Üçüncü bölümde, Dijital Kültürde Değişen Yaşam Biçimleri ve Bireylerin Günlük Yaşamda Kullandıkları Dijital Kültür Uygulamaları, Yaşam Tarzlarını Biçimlendirme Sürecinde Dijital Kültür ve Etki Alanları, Emek ve Sermayeye Etki Bakımından Dijital Kültür ve Dönüşen Ticaret Anlayışı E Ticaret, Kamusal Alan Dönüşümü ve Sosyal Ağlar, Eğitimin Dönüşümü ve Uzaktan Eğitim, Gözetim Toplumu ve Bireyselliğin Yok Oluşu, Değişen Gazetecilik Anlayışı Olarak Yurttaş Gazeteciliği ve Sosyal Ağlar, Bilgi Toplumu ve E- Devlet, Dijital Aktivizim ve Siber Terör, Dijitalleşmenin Etkisinde Sanat, Boş Zaman Etkinliği Olarak Oyunlar ve Sosyal Medya konuları irdelenmektedir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde ise, araştırma yer almaktadır. bu araştırmanın amacı dijital kültür sürecinde dönüşen kültür, kimliklerin kuşaklar üzerinde oluşturduğu etkileri ortaya koyarak yaşam alanlarına yansımalarına görmek amacıyla bu anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma ile elde edilen veriler aracılığı ile birey tipolojisi oluşturmak amaçlanmaktadır. Anket çalışmasının aşamaları aşağıdaki gibidir:

Araştırmanın Sayıtları:

1. 405 kişilik rastsal örneklem yöntemi ile popülasyonu yeterli şekilde temsil etmektedir. Bu sayıtlılar KMO Barlett testi ile test edilmiştir. Bu araştırmada kullanılan ölçekler faktör analizine uygun bulunmuştur. İki aşamada yapılan anket 150 kişilik kısmı online anket 255 kişilik kısmı ise yüz yüze yapılan görüşmeler aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.
2. Araştırma sorularına verilen yanıtlar rasyoneldir. Bu yanıtlar Mann Whitney ve Kruskal Wallis yöntemleriyle analiz edilmiştir.

Araştırmaların Sınırlılıkları:

1. Bu araştırmadaki evren, internet kullanıcıları olarak belirlenmiştir.
2. Yüz yüze anket çalışmasında; 1960-1977, 1978-1997, 1998-2000 doğumlu kişiler arasından interneti aktif kullanan bireyler arasından seçilmiştir. Bu yaş aralıklarının tercih edilmesini nedeni literatürde X, Y, Z kuşaklarını temsil eden en geniş aralığını oluşturmasıdır.
3. Araştırmanın online olarak yapılan kısmı ise sosyal medya kullanıcıları üzerinden kartopu örneklem yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak 45 sorudan oluşan bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anket soruları, araştırmanın üçüncü bölümü “Yaşam Tarzlarını Biçimlendirme Sürecinde Dijital Kültür ve Etki Alanları” başlığı altında incelenen emek ve sermayeye etki bakımından dijital kültür ve dönüşen ticaret anlayışı e ticaret, kamusal alan dönüşümü ve sosyal ağlar, eğitim dönüşümü ve uzaktan eğitim, gözetim toplumu ve bireyselliğin yok oluşu, değişen gazetecilik anlayışı olarak yurttaş gazeteciliği ve sosyal ağlar, bilgi toplumu ve e devlet yer alan, dijital aktivizm ve siber terör, dijitalleşmenin etkisinde sanat ve boş zaman etkinliği olarak oyunlar ve sosyal ağlar başlıklarından yola çıkılarak hazırlanmıştır. Her bir konuyla ilişkili olarak kullanım, fayda ve güven konusu ele alınmıştır. Ankette kullanılan soru tipleri ise, çoktan seçmeli sorular, doğrusal ölçek sorusu olarak 5’li Likert, Onay soruları yer almaktadır. 5’li Likert Ölçeği kullanılarak katılımcılardan “kesinlikle

katılmıyorum,” “katılmıyorum”, “kararsızım”, “katılıyorum”, “kesinlikle katılıyorum” seçeneklerinden birini seçmesi istenmiştir. Onay sorularında birden fazla şık seçme imkanı bulunmaktadır. Seçmeli sorularda ise açık uçlu soru tipi kullanılarak anket sorusuna ‘diğer’ seçeneği eklenmiştir.

Betimsel İstatistik yöntemlerinden, tablo ve grafik yöntemleri ile özetlenmiş, sonra yordamsal istatistik yöntemlerle analiz edilerek ileri analizler yapılmıştır. İnternet ortamına ilave olarak yüz yüze anketler, çalışmanın kalitatif boyunda derinleştirilmesini sağlamış, sayısal analizler üzerine yorumlar gerçekleştirilmiştir.

Verilerin toplanması ve çözümlenmesi

Çalışmanın kavramsal kısmı literatür taraması ile oluşturulduktan sonra çalışmanın araştırma bölümü için, google formlardan 45 soruluk anket formu oluşturulmuştur. Elde edilen veriler, SPSS 23 programı ile yapılmış ve %95 güven düzeyi ile çalışılmıştır. Çalışmada parametrik olmayan test tekniklerinden Mann Whitney ve Kruskal Wallis kullanılmıştır. Mann Whitney bağımsız iki grubun nicel bir değişken açısından karşılaştırılmasında, Kruskal Wallis bağımsız k grubun ($k>2$) nicel bir değişken açısından karşılaştırılmasında kullanılan test tekniğidir. K sayıda grup için parametrik olmayan Kruskal-Wallis testi 3 ya da daha fazla grubun/örneklem aynı evrenden gelip gelmediklerinin belirlenmesi için kullanılır. Bu testin parametrik karşılığı olan tek faktörlü varyans analizi için gerekli olan varsayımlar karşılanamadığında, Kruskal-Wallis testi kullanılmaktadır.

Araştırmanın hipotezleri ise aşağıda yer almaktadır.

H1a:E devlet şifresi olanlar e devlet sistemini bürokratik işlerini kolaylaştırıcı olarak görmektedir.

H1b:E devlet şifresi olanlar aktif kullanım sağlarlar

H1c:E devlet şifresi olanlar, dilek, istek, şikayet ve taleplerini resmi kurumlara bildirim yaparlar.

H2a:İnternette alışveriş yapanlar internette alışverişini güvenli bulur.

H2b:İnternette alışveriş yapanların alışveriş yapma sebepleri

H3a: Uzaktan eğitim programına katılanlar bu eğitim programını güvenli bulur

H3b:Uzaktan eğitim programına katılanlar bu programı zaman tasarrufu için için kullanır

H3c:Uzaktan eğitime katılanlar maddi tasarruf için kullanır.

H4a:Sosyal medyada gördüğü haberlere yorum paylaşım ve beğeni yapanlar online haber sitelerine, blog, edergi, web sayfalarına herhangi bir konuda haber yada yazı yazar

H4b:Sosyal medya kullanıcıları okudukları haberleri güvenilir bulmaz

H4c:Sosyal medya araçlarına göre facebook, twitter, instagram, snapchat (ayrı ayrı bakılacak) kullanıcıları imza kampanyalarına destek verir

H4d:Sosyal medyada hesapları ele geçirilenler fotoğraf ve video paylaşımı yapmaz

H4e:Sosyal medyayı oyun amaçlı kullananlar oyunlarını facebook üzerinden oynamayı tercih etmektedir

H4f: Fotolarını amatör fotoğraf sitelerinden paylaşanlar fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarını takip eder, yorum ve beğeni yapar

H5a:Sosyal ilişkilerini sosyal medya ile sağlayanlar yakınları ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürler

H5b:Sosyal ilişkilerini sosyal medya ile sağlayanlar yakınları ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşır yada hayranlık duydukları kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederler.

H6:İş yerinde kart basmak, el-göz okutması yapan, kamera ile izlenen kişiler kameralı ortamlardan rahatsızlık duymaktadır.

Araştırmada yukarıdaki hipotezlere bakılmakla birlikte elde edilen verilere göre kuşak tipolojisi gerçekleştirilmiştir. Kuşakların dijital kültürden etkilenme oranlarına göre (sorular ile analiz ederek) bireylerin taşıdıkları özellikler oluşturulmuş ve tipolojiler oluşturulmuştur.

1. BÖLÜM: KÜLTÜR KAVRAMI, GELENEKSELDEN DİJİTALE DÖNÜŞÜM VE İLETİŞİMİN TARİHSEL SERÜVENİ

1.1. Kültür Kavram, Tanım ve Özellikleri

Kültür kavramı anlam bakımından geniş bir yelpazeye sahip olmakla birlikte literatürde birden fazla tanımı yer almaktadır. Geçmişten günümüze çeşitli kavramlarla açıklanmaya çalışılan kültür, insanlığın var oluşu kadar eskidir.

Kültür kelimesinin kökenini incelediğimizde; Latince “colere” veya “cultura” kelimesine dayandığı varsayılmaktadır. Bu kavram insanlığın yaşam biçimiyle ilişkilendirilmesi 1750’li yıllara rastlamaktadır. ‘Cultura’ kelimesi bu tarihten önce tarım ile ilgili bir kelime olup ekip biçmek anlamında kullanılmıştır. 18. yüzyılda Voltaire kültürü insan zekasının kapasitesinin gelişmesi ve ya geliştirilmesi anlamında kullanmıştır (Güney, 2000, s. 30).

Bir sürecin adı olan kültür, ürün kültürü veya hayvan kültürü ve bir genişlemeyle, insan zihninin kültürü 18. yüzyıl sonlarında özellikle Almanya ve İngiltere’de, belirli bir halkın ‘genel hayat tarzını oluşturan bir ‘ruh’ yapılanışına yada genelleşmiş bir ruh durumuna verilen ad haline gelmiştir. Kültür terimini ilk kez Herder ‘uygarlık’ kavramının herhangi tekil ya da şimdi çizgisel dediğimiz anlamlarında çoğul halinde kültürler olarak kullanmıştır (Williams, 1993, s. 9).

Kültür kavramı birçok bilim altında ele alınarak farklı biçimlerde ifade edilmeye çalışılmıştır. Ancak günümüzde özellikle sosyal bilimler alanında ele alınan kültür, birçok bilim adamı tarafından da açıklanmaya çalışılmaktadır. Birkaç farklı literatürden tanımlarla kültür kavramı bu çalışmada ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

“Kültür, toplumun üyesi olarak kişilerin yaşamları boyunca eğitim süreçleriyle öğrendiklerinin tümüdür.” bu tanım kültür kavramını tam olarak ifade etmekte yeterli olmayıp, İngiliz Tylor’ın “kültür yada uygarlık, toplumun üyesi olarak, insan türünün öğrendiği, edindiği, bilgi, sanat, gelenek-görenek ve benzeri yetenek, beceri ve

alışkanlıkları içine alan karmaşık bütündür” tanımı kültür kavramına daha geniş bir perspektiften yaklaşmaktadır (Güvenç, 2013, s. 54).

Odabaşı kültür kavramını açıklarken tüketim açısından ele alarak Linton’a ait olan tanımla kültürü açıklamaktadır. Bu tanıma göre kültür ‘belirli bir toplumun üyeleri tarafından paylaşılan ve aktarılan davranış sonuçları ile öğrenilen davranışlar bütünüdür’ şeklinde ifade edilmektedir (Odabaşı, 2002, s. 313). Bu tanımdan yola çıkarak kültürü, geçmişten günümüze insanların deneyimleri ile ortaya çıkan ve bireylerin birbirlerine aktardığı yaşanmışlıklar şeklinde özetleyebiliriz.

Williams kültürü iki farklı açıdan ele alarak açıklamaktadır. Öncelikle “toplumsal etkinliklerin özgüllük taşıyan dil gibi sanat üslupları gibi entelektüel çalışma şekilleri gibi bütün kültürel etkinlik katmanlarının üzerinde yer alan, bütün bir yaşam biçimini içeren ‘bilgilendiren ruh’ şeklinde olarak ifade edilen kültür, ikinci bir yaklaşımla, ‘öncelikle diğer toplumsal etkinlikler tarafından biçimlendirilmiş bir düzenin doğrudan ya da dolaylı ürünü olarak tam olarak betimlenebilen bir kültürün içinde yer aldığı bütün bir toplumsal düzen” olarak tanımlamaktadır (Williams, 1993, s. 10).

Açıklanması zor bir kavram olarak kültürü bilimsel anlamda ifade eden Güvenç; toplumun üyesi olarak insanın, yaşayarak, yaparak öğrendiği ve aktarıp öğrettiği maddi manevi her şeyden oluşan karmaşık bir bütün olarak özetleyerek, bütünüün temeli olarak da toplumu ifade etmektedir. Kültür toplumun her bir ögesini tek tek ele alan, bireyleri bir arada tutmayı sağlayan ortak bir dil, haberleşme süreci, sanat, inanç, tören, hukuk ve yönetim hatta üretim ve tüketim biçimlerini içine alan geniş bir yelpazedir (Güvenç, 2013, s. 15).

Kültür kavramını sosyolojik, subjektif ve iletişim bilimleri açısından tek tek ele alıp değerlendirilmektedir. Farklı bilimler için farklı tanımlamalar ile ifade edilen kültür kavramı, özünde toplumsal yapıyı ifade eden karmaşık bir sistemi barındırmaktadır.

Gündelik yaşamda sanat, edebiyat müzik resim gibi olgularla anılan kültür kavramı, sosyolojik açıdan ele alındığında; belirli bir toplumdaki yaşam biçimlerini ifade etmektedir. Değişik biçimlerde kullanılan kültür terimi sosyolojide, bir kültürün yeni üyelerine, temel düşünce, uygulama ve deneyimlerini aktarması sonucu belirli bir toplumsal kalıtıma vurgu yapmaktadır. Bu tanımla birlikte kültürün doğum ile

değil nesilden nesile öğrenme sonucu aktarıldığı ifade edilmektedir. Algısal ve subjektif kültür yaklaşımında ise, kültür sorun çözmede insanlara rehberlik eden, inanç, değer ve normlar şeklinde yorumlanmaktadır. İletişim bilimleri açısından ele alındığında ise kültür, bir grubun davranışlarını belirleyen, inançlar, değerler ve normlar hakkında, öğrenilmiş ve paylaşılan değerlendirmeler olarak tanımlanmaktadır (Kaypakoğlu, 2006, s. 43).

Kültür kavramı bir çok bilim dalı için farklı anlamlar ifade ettiği gibi, literatürde bir çok türü yer almaktadır. Kültür, alt kültür, üst kültür, kitle kültürü ve popüler kültür olarak da ele alıp incelenmektedir.

Sanayi devrimi esnasında kültür, yüksek kültür ve halk kültürü diye ayrılarak açıklanmaya çalışılmıştır. Yüksek kültür kitaplar, müzik, sanat, estetik ve ruhsal gelişme ile şekillenirken, halk kültürü ise alt sınıfların kültürü olarak nitelendirilmektedir. 19.yüzyıl sonlarında kapitalizm ile birlikte endüstriyel yapıların yaydığı kültür olarak kitle kültürü ortaya çıkmıştır. Kitle kültürü alçak kültür olarak nitelendirilen bir kültür halini aldı. Bu kültür içerisinde kitlelerin en çok seçtikleri sürekli değişen popüler kültür üretildi. Popüler kültürün sürekli tüketimi teşvik ederek tüketim kültürünün ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Erdoğan & Alemdar, 2010, s. 349).

Kültürün birleştirici özelliğine vurgu yapan tüm tanımlara karşın, ayrıştırıcı özelliğini de vurgulamak gerekmektedir. Kültür, genel olarak karşıtlarını da beraberinde yaratmaktadır. Egemen kültür karşısında ona başkaldıran bir karşıt kültürün varlığından söz edebildiğimiz gibi yüksek kültürün karşısında bir kitle kültürünün oluşması da kültürün ayrıştırıcı tarafını öne çıkarmaktadır (Arslantaş, 2008,s.105).

1.2. Geçmişten Günümüze Kültürel Başkalaşım

Toplumlardaki değişim süreciyle birlikte kültürel yaşamda da oldukça büyük değişimler gözlenmektedir. Özellikle teknolojik gelişmeler, iş yaşamındaki değişimler, toplumların kültürel yapılarında önemli değişimler yaşanmasına sebep olmaktadır.

Yaşanan sosyal ve ekonomik değişimler ile birlikte toplum yapıları da büyük değişimler göstermektedir. Hem siyasal hem ekonomik değişimler ile birlikte devlet ve yönetim anlayışındaki gelişmeler ve toplumsal örgütlenmeler de dönüşüm gözlenmektedir.

Bu başlık altında modernizm süreci ile değişen kültür yapısı ve bu kültür yapısının benlik, birey, kimlik üzerindeki yansımalarına değinilmektedir. Toplumsal yapının kültürel başkalaşımında etkin olan bir diğer süreç olarak postmodernizm ve kültür konusuna da değinilmektedir. Popüler kültür yaklaşımı da kültürel başkalaşım açısından ele alınması gereken bir diğer kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.2.1 Modernizm ve Kültür

17. yüzyılda Avrupa'da başlayan ve bütün dünyayı etkisi altına alan toplumsal yaşam ve örgütlenme biçimi olarak ifade edilen modernliği, Marx, sınıf mücadelesini kapitalist düzen içindeki temel bölümlenmelerin kaynağı olarak görmekteydi ve aynı zamanda daha insancıl bir toplumsal sistemin ortaya çıkmasına vurgu yapmaktadır. Durkheim, endüstriyalizmin daha çok yayılmasının, iş bölümü ve ahlaki bireyciliğin birleşmesiyle bütünleşmiş, uyumlu ve doyurucu bir toplumsal yaşamı kuracağına vurgu yapmaktadır. MaxWeber ise modernliği, bireysel yaratıcılığı ve özerkliği yok eden bir bürokrasinin genişlediği bir paradoksal ortam olarak görmektedir (Giddens, 2012, s. 9-15).

Literatürde birçok tanımı bulunan modernizm, geleneksel yaşam biçiminden dönüşümü ifade etmektedir. Toplumların yaşam biçimlerindeki değişimler sonucu ortaya çıkan modernizm kültürel değişimler ile doğrudan ilişkilidir. Modernizme geçişi, kültürel değişimlere, endüstri devrimine ve ekonomik yapının değişimine bağlayarak açıklayabiliriz. Tüm bu değişimler aydınlanma felsefesinin temeline dayandırılmaktadır. Bireylerin yaşamlarında köklü bir değişime sebep olan bu yaklaşımlar temelde kültürel sürece etki etmektedir, aynı zamanda kültürel süreçten de etkilenmektedir. Böylelikle hem etkileyen hem de etki eden bir kavram olarak karşımıza gelen kültür, modernizmde önemli bir yer edinmektedir. Bir çok düşünür tarafından tanımlanan modernizm birkaç tanımla açıklanabilir.

Marshall Berman modernliğin tarihini onu üç evreye ayırarak anlatmıştır. Birinci evre, 16. yüzyılın başlarından 18. yüzyılın başına kadar süren ilk evredir. Bu evrede insanlar modern hayatı algılamaya yeni başlamışlardır. Bu evrede insanlar onu tanımlama çabası içerisindedirler. Modern bir kamudan söz etmek de mümkün değildir. İkinci evre ise 1790'lara Fransız Devrimine dayanır ve modern kamu, oluşur. Böylelikle kişisel, toplumsal ve siyasal yaşamın her boyutunda değişimler söz konusu olmuştur. Son evre olan 20. yüzyıl modernleşme sürecinin tüm dünyaya yayıldığı, sanatta ve düşünce alanında gelişmeler yaşadığı zaman dilimidir (Berman, 1999, s. 29).

Giddens modern dünyayı anlatırken Marx'ın modern dünyayı betimleme biçimine değinmektedir. Modern toplumları kapitalci olarak ifade eden Marx, toplumsal değişimin arkasında yatan itici güdüyü kapitalist üretim ve sürekli ekonomik dönüşüm üzerindeki baskı olarak belirtmektedir. Marx'ın pür ekonomik etkenlerinin değişme üretmedeki etkisini abarttığını ve modern toplumsal gelişmede kapitalizmin Marx'ın ileri sürdüğünden daha haz bir merkezi öneme sahip olduğunu ifade eden eleştirmenler de vardır. Örneğin Max Weber, Marx'ın modern dünya görüşünü eleştirenlerin başında gelmektedir. Weber alternatif bir bakış ortaya atmıştır. Ona göre, ekonomik olmayan etkenler modern toplumsal gelişmede anahtar bir rol oynamaktadır. Bu etkenler bilim ve bürokrasidir. Bilim, modern teknolojiyi şekillendirirken; bürokrasi çok sayıda insanı etkin bir şekilde örgütlemenin başlıca yolu olduğunu, ekonomik ve siyasi büyüme ile birlikte genişlediğini savunmaktadır. Weber bu durumu 'ussallaşma' olarak ifade eder (Giddens, 2012, s. 149-152).

Modern toplumlarda ekonomik sistem en ayırt edici özelliklerinden biri iş bölümüdür. Çalışma, insanların uzmanlaştığı çok fazla sayıda mesleklere bölüdüğü, makine ve ekipmanların geliştiği kitlesel üretimin ön plana çıktığı bir yapı söz konusudur. Çalışanlar bir görevi yerine getirmek için eğitilip, çalışma karşılığı ücret aldığı ve performansa dayalı bir sistemin parçası durumundadırlar. Ayrıca modern toplumlarda çalışanlar yöneticileri tarafından gözetim altında tutulmaktadır (Giddens, 2012, s. 793).

Modernliğin temelini Aydınlanma Çağı'nın başlangıcına dayandırılmaktadır. Aydınlanma felsefesinin ortaya çıkmasıyla birlikte gerek bilimde gerekse gündelik yaşamda büyük değişimler yaşanmaktadır. Bu nedenden dolayı modernizm ve kültür konusu anlatılırken Aydınlanma konusunu irdelemek gerekmektedir.

Aydınlanma, insan, toplum ve doğa hakkında geleneksel bir dünya görüşüne karşı çıkan yeni bir düşünce sisteminin geliştirilmesi sürecidir. 1600'lerin sonlarında başlayan ve 1789 Fransız Devrimi ile ülkeleri etkisi altına alan ve 18. yüzyıl sonlarına kadar süren bir dönem olan Aydınlanma Çağı, batı ülkeleri için bilimsel, felsefi, sosyal ve siyasal hayat açısından büyük bir önem arz etmektedir. Bilginin kaynağının dinsel metinler ve kilisenin hakim olduğu bir anlayışa sahip olan geleneksel toplum yapısı, yerini aklın ön plana çıktığı modern bilgiye bırakmıştır (Sosyolojisi.com, 2016).

İlerlemeci bir düşünce biçimi olarak ele alınan Aydınlanma'nın hedefi, insanları korkudan arındırmak ve efendi konumuna getirmektir. Bu nedenle aklın ön plana çıktığı ve bilginin üstünlüğünün önem kazandığı Aydınlanma Çağı'nda insanın üstünlüğü de bilgiye dayanmaktadır. Modern bilimin önem kazandığı bu çağda, anlam yerini formüle bırakırken, kural ve olasılık kavramları da neden sorusunun yerini almaktadır (Adorno & Horkheimer, 2000, s. 19-21). Böylece bilginin peşinden giden, sorgulayarak anlamlandıran bireylerin sorgulayarak, araştırarak var ettiği bir bilimden söz etmek mümkün hale gelmiştir. Modern yaşamın temelini oluşturan Aydınlanma hareketi, günlük yaşam üzerinde de etkin olup kültürel başkalaşıma ön ayak olmuştur.

Modernizm'in doğuşu bireyin yaşantısını etkileyerek kültürel süreci şekillendirmesi sonucu toplumda yeni kavramların önem kazanmasında etkin rol oynamaktadır. Aklın ön plana çıkması, o güne kadar fark edilmeyen bir toplumsal bilincin doğmasına olanak sağlamıştır. Bilim, sanat, din gibi kültürün yapı taşlarını oluşturan kavramların başkalaşması da yine Aydınlanma sayesinde gerçekleşmiştir.

Aydınlanmanın ortaya attığı bir takım kavramları şöyle özetleyebiliriz: akılcılık, deneycilik, mutluluk ve bilim ve doğadır (Bilim, 1999, s. 54). Bu kavramları şöyle özetleyebiliriz:

Akılcılık: aklın her şeyin üzerinde olması olarak ele alabileceğimiz akılcılık kavramı, mit, önyargı ve hurafelere karşı, evrensel aklın gücünü savunan, bireysel ve toplumsal yaşamda temel bilgi kaynağı olan akli ön plana çıkararak bir yaklaşımdır (Duman, s.118).

Deneycilik: akılcı bir düşünüş gerçeğe erişmek için deney yapar ve doğru ve yanlış bu şekilde ortaya koymaktadır. Deneylerin sonuçlarını ve verilerini akılcı bir düşünüşle değerlendirmek gerekmektedir (Bilim, 1999, s. 55).

Mutluluk: insanoğlunun var olduğu ilk günden beri doğaya hakim olma çabası hep daha iyi bir yaşam biçimine kavuşmak arzusundan gelmektedir. Amaç bireylerin daha mutlu bir yaşama sahip olmalarını sağlamaktır. Mutluluk öbür dünyaya bırakılması gereken bir his olmamalı birey hak ettiği yaşama sahip olmalıdır.

Bilim ve Doğa: akıl deneyimle birlikte dünyayı ve insanı tanıma aracı olarak ele alınmaktadır. Bu dönemde akla paralel olarak fizik, doğa bilimleri ve mekanik bilgisi önem kazanmıştır. Eleştirel düşünce geliştirilmiş ve bilimsel buluşlar akla olan güveni etkilemiştir. Aklın dayanağı ise doğadır (İşler, 1999, s.50).

Yukarıda bahsi geçen kavramlar toplumsal yaşamın biçimlenmesinde rol oynayarak modernleşme sürecinde etkin olmaktadır. Modernleşme ile yaşanan değişimler kültürel alanda büyük değişimlere neden olmaktadır. Bunun sonucu olarak da toplumsal değişme yaşanmaktadır.

Bilimin gelişmesi sonucu düşüncenin laikleşmesi modern bakış açısını eleştirel ve yenilikçi olmasına katkıda bulunmaktadır. Yaşam biçimlerinin temelini 'akıl' oluşturmakta ve daha iyiye gitme, özgürlük, eşitlik ve demokratik katılım idealleri gibi konulara katkı sağlamaktadır. Elbette kültürel yapıya önemli etkisi olan bir diğer konu ekonomik etkenlerdir. Ekonomik etkenler sanayi kapitalizminin gelişmesi ile hız kazanmakta ve üretim düzenlerindeki farklılıkla birlikte üretimin sürekli büyümesi ve servet birikiminin artması toplumsal yapıya da etki etmektedir. Modern sanayinin gelişmesi ile birlikte teknolojik yenilik hızlanmakta ve günümüz iletişim teknolojileri de bu durumun bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilgi teknolojileri kavramı da bu sayede ortaya çıkmaktadır. Böylelikle radyo, televizyon, cep telefonları ve internet gibi iletişim biçimlerinin yaratılması mümkün olup; toplumsal yaşam yeniden biçimlendirilmektedir (Giddens, 2012, s. 79-83).

Toplumsal yaşamı etkileyen bir diğer unsur siyasal etkenlerdir. Ülkeler arasındaki güç, servet ve askeri üstünlük sağlama gibi mücadeleleri beraberinde getirmiştir. Geleneksel yaşamda var olan aristokrat aile yapısı ve yönetim işlevi

yerini siyasal kurumlara bırakarak; siyasal liderler, hükümet görevlileri gibi siyasal düzenler modern toplumların yönetim anlayışı haline gelmektedir. Hükümetler ekonomik yapı üzerinde de büyük bir hakimiyete sahip olup; sanayi toplumunun önemli bir işvereni konumundadır. Toplumsal değişimde etkin olan modernizm kültürel yaşamda en başta din üzerinde kendini göstermektedir. Din toplumsal yaşam üzerinde tutucu ve ilerletici bir güç olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle dini inançlar geleneksel değerlere bağlılığı arttırarak değişimi yavaşlatmaktadır (Giddens, 2012, s. 83).

Kültürel yaşamı etkisi altına alan modernizm, kültürel ile birlikte bireyi de etkisi altına almaktadır. Kültür kavramı hem etkileyen hem etkilenen bir yapıda olduğundan dolayı, bireylerin yaşam biçimlerini etkisi altına alırken, yine bireylerin yaşamlarından da etkilenmektedir. Bu nedendir ki toplumda yaşanan kültürel değişimler bireylerin yaşantılarında değişimlere neden olmaktadır.

Modern insan benlik, özne, kişilik, kimlik açısından bu süreçten fazlasıyla etkilenmektedir. Modernizm sürecinde dönüşen benlik, özne, kişilik ve kimlik başlıkları aşağıda sırasıyla ele alınmaktadır.

- **Benlik:** Benlik, çevreden gelen uyarıcıları algılayarak; gerçeği tanımak ve uyum sağlamak, kavramları değerlendirmek; anlamak, düşünmek, karşılaşılan engellere çözüm bulmak; geleceğe ilişkin tasarılar yapmak, gibi görevleri yerine getirmektedir (Aslan & Yılmaz , 2001, s. 8). Benlik; öz varlık, birini kendisi yapan şey, onu diğerlerinden ayıran temel şey, kendilik olarak farklı biçimlerde tanımlanabilen bir kavramdır (TDK).

Bir kişinin kendi hakkındaki temsillerin bütünü olarak değerlendirebileceğimiz benlik, bir kişiyi diğerlerinden benzer ve farklı kılan bireysel özelliklerden oluşmaktadır. Bireyin kim olduğunu tanımlama biçimi olarak da ifade edilebilmektedir (Bilgin, 2013, s. 159). James'a göre benlik, kendimizle ilgili düşünce ve inançlardan oluşmaktadır. Benlik aynı zamanda kim olduğumuza dair bildiklerimizin bütünüdür. Ayrıca kendimiz hakkında düşünme eylemi olarak karşımıza öz farkındalık kavramı çıkmaktadır. Kültürel farklılıklara göre de şekillenen benlik kavramı, kültürden kültüre değişiklik göstermektedir. Batı toplumlarında bağımsız benlik kavramından söz ederken Asya

toplumlarında daha çok bağımlı benlik yaklaşımı sergilenmektedir. Ancak bu durum tüm bireylerde aynılık göstermemektedir (Aronson, Wilson , & Akert, 2012, s. 245-246). Bu tanımlar benlik kavramına psikolojik ve sosyal psikoloji açısından yaklaşmaktadır. Benlik kavramının modernleşme sürecindeki dönüşümünü daha iyi kavrayabilmek adına sosyolojik açıdan da benlik kavramını tanımlamak gerekmektedir. Sosyoloji açısından benlik kavramının, hem bir sosyal ürün hem de sosyal bir güç olduğunu iddia etmek mümkündür (Özen & Gülaçtı, 2010, s. 22).

Benlik, insanın kim ve nasıl olduğu hakkındaki algılamalarının bir bütünü olarak ifade edilmekle birlikte; yaşantılar sonunda kazanılan bir oluşumdur. Büyüme sürecinde çocuk kendini diğer insanlardan ve nesnelere ayırmayı öğrenir. Böylelikle ‘benlik’ (öz) kavramı oluşur, bu idrak onun öz benliğini oluşturur. Mead’e göre benlik ya da kendilik bir toplumsal yapıdır ve toplumsal tecrübeleri sonucunda ortaya çıkar. Benlik doğuştan gelmez, zamanla toplumsal deneyim ile gelişir ve bu deneyim, sembollerin değişimi ile gerçekleşir. Semboller aracılığıyla, kendimizi başkalarının yerine koyar, o kişinin bizi gördüğü gibi kendimizi görebiliriz. Diğer insanlar, bu anlamda, kendimizi görebileceğimiz bir aynadır. Bu konu, Charles Horton Cooley tarafından da vurgulanan bir husustur. O, bu durumu, ayna benlik kavramıyla açıklamaktadır. Ona göre ‘ayna benlik’, insanların bizi nasıl gördüğünü düşünmemize dayanmaktadır. Çocukluktan itibaren birey, başkalarının rolünü alarak kendisinin farkına varmaktadır. Diğer insanların rolünü üstlenerek birey kendi benliğini geliştirmektedir. Taklit etme yolu ile başlayan bu süreç toplumsallaşma ile devam etmektedir (Bulut, 2013, s. 86).

Modernizm “ben”in oluşumuyla yakından ilgilidir. Çünkü “ben” dünya görüşlerini dönüştürmeye yarayan uygulamaların bütününe kapsamaktadır. “Modernitenin fark, dışlama ve marjinalleştirme ürettiği unutulmamalıdır. Özgürleşme imkânına dayalı modern kurumlar, aynı zamanda kendilerini gerçekleştirme mekanizmalarından ziyade benliğin bastırılmasıyla ilgili mekanizmalar yaratırlar” (Giddens, 2010, s. 17). Modernizmde birlik ve bütünlüğün sağlanabilmesi için toplum menfaati için benlik bastırılmış, toplumsal bütünlüğü sağlamak adına yeniliğe karşı

durular ötekileşmiş ve dışlanmışdır. “Sanat hep değişimin yollarını keşfetmiş olan benliğe bakmanın başka yolunu öğretebilir” (Melucci, 2013, s. 69). Benlik karmaşasından kurtulmayı sağlayacak olan sanatın yaratıcı gücüdür.

- **Özne:** Modernizm ile birlikte özne kavramı da büyük bir değişime uğramıştır. Cevizci’ye göre; “özne artık algı, tasarım, izlenim, düşünce ve duygulara dayanak olan, düşünen, hissedilen, bir şeylerin bilincinde olan şey olarak ben ya da zihin anlamına gelir” (Cevizci, 2010, s. 1236). Modernizmde özne bilinçli ve düşünebilen bireyin bireyselliğinin bir ifadesidir, modern özne modernizmi inşa eden ve kuran durumundadır. Modern özne, modernizmin bütün ilkelerine sahip çıkmakta ve bu ilkeleri benimsemektedir ve bunu yaparken de bilimi ön planda tutmaktadır. Modern dönem öznesi başkalarına saygılı, disiplinli, çalışkandır, irade ve bilinç sahibidir. Bu dönemde özne toplum yararına kendi çıkarlarından vazgeçebilecek kadar da özverilidir (Koşay, 2015, s. 23-24).

Modern dönemde bu kadar ön plana çıkan öznellik aynı zamanda Sanayi Devrimi’nin bir sonucu olan sanayi toplumunda öznenin önemini yitirmesi de söz konusu olmuştur. Modernizmin tarif ettiği bilinçli, bilgili birey, iş gücü olarak ele alındığında öznellikten uzaklaşmakta ve özne insan yerini nesne bireylere bırakmaktadır. Sanayi toplumunda birey basit işleri yapan, makinenin bir parçası olan kişi haline gelmektedir. Bireyin sosyal hayatı da kitle toplumu tarafından belirlenmekte, böylece öznellik yitirilmektedir (Koşay, 2015, s. 23-24). Bu nedendir ki modernizm sürecinde oluşan kültürel değişiklikler bireyin kendini algılayış biçimini dolayısıyla da toplumdaki yerini önemli ölçüde etkilemiştir. Bireyin kendini hayatın merkezinde görmesiyle başlayan modernizmin kültürel etkileri, yoğun sanayileşme ile birlikte kültürel yapıdaki değişimle birlikte olumsuz etkilere sebep olmuştur. Bu etkiler sonucu özne olan birey önemini yitirerek makinenin bir parçası olarak görülmekte ve toplumdaki yeri de kitle endüstrisinin bir sonucu olarak nesneleştirilmiştir.

- **Kişilik:** Kişilik, bireylerin çeşitli durumlarındaki özel davranışlarında ifadesini bulan yapısal ve dinamik özelliklerinin tümüdür. Doğrudan doğruya gözlemlenemeyen kişilik, emsalsiz olma ve bireye özgü olma olarak özellikler göstermektedir. Bireye özgü olması onun emsalsizliğine vurgu yaparken, bireyi diğerlerinden ayırt etmeye yaramaktadır. Birey bu özellikleri geçirdiği farklı gelişim ve öğrenme yaşantıları sonucu elde etmektedir (Özkalp, 2008 , s. 242).

Literatürde bir çok tanımı yer alan kişilik, Allport'a göre, kökeni Latince'deki "persona" terimine dayanmaktadır. Persona, Roma tiyatrosunda, her biri başka bir kişiliği yansıtan maskelere verilen bir isimdir. Kişilik kavramı da bu isimden türemiş olup geçici bir özellik olmamakla birlikte, bir durum karşısında bireyin göstermiş olduğu, devamlılık gösteren davranışlardır. Kişiliğin psikolojik ve fizyolojik boyutları mevcuttur. Bireyin yaşam biçimi olarak da tanımlanabilen kişilik, insanın kalımsal, biyolojik ve bedensel ve zihinsel yönünü kapsayan farklılıkları da içine almaktadır (Allport'tan akt. Oktay, 1996, s. 283-284).

Kişiliğin gelişmesinde iki önemli etken vardır. Bunlardan biri biyolojik etkenler diğeri ise çevresel etkenlerdir. Kalımsal ve fiziksel etkenler, biyolojik olarak bireyde etkin olan kişilik özelliklerini temsil ederken, çevresel faktörler, kültürel yapı, aile yapısı gibi etkenler de çevresel etkenler arasında yer almaktadır. Ayrıca aile dışında kalan diğer sosyal grup ve kurumlar, kitle iletişim araçları gibi dış etkenlerde kişiliğin oluşmasında önemli rol oynamaktadır (Özkalp, 2008 , s. 243-245). Özetle kişilik yalnızca doğuştan gelen bir özellik olmayıp bireyin kültürel çevresinin, içine doğduğu ortamın da kişilik oluşumunda yadsınamaz bir etkisi olduğunu söylemek yanlış bir kanı olmamaktadır. Bu nedenle kişilik yalnızca bireye özgü özellikleri kapsamamakta, aynı zamanda çevresel faktörleri de içine almaktadır. İçerisinde yaşanan insan topluluğunda yaşanan her bir değişim bireyin kişilik yapısını etkisinin altına almaktadır.

- **Kimlik:** Kimlik (identity) terimi, Latince 'idem' kökünden türeyip, aynılığı ve sürekliliği içermektedir. Türkçe karşılığı, 'kim' soru kökünden gelmektedir ve bir aidiyeti, aynı olmayı, tek olmayı, hangi kişi olmayı ifade etmektedir. Türk Dil Kurumu'nun tanımına göre kimlik, "Toplumsal bir varlık olarak insanın nasıl bir kimse olduğunu gösteren belirti, nitelik ve özelliklerin bütünüdür" (Aydoğdu, 2010, s. 117). Literatürde birçok tanımı yer alan ve karmaşık bir yapıya sahip olan kimlik kavramı bir sonraki bölümde ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

Fırat ve Venkatesh'e göre modernizm dünyayı anlamlandırırken bilimsel söyleme odaklanarak kültürel varlıkların (estetik, dil, söylem, uygulama) anlamlandırma sürecine etkisini görmezden gelmektedir. Onlara göre modernizmin bu yaklaşımı onu dar bakış açılı, dogmatik ve tek boyutlu bir hale getirmektedir. Postmodernist eleştirmenler modernizmin bu özelliği yüzünden tüketimi ve üretimi doğru olarak anlamlandıramadığını iddia etmektedir. Onlara göre tüketim, üretim, tüketici ve üretici kavramlarının oluşmasında ekonomik öğeler yanında kültürel süreçlerinde belirleyici rolü vardır (Fırat & Alladi Venkatesh , 1995, s. 240).

Tüm kültür sistemleri dünyayı anlamlandırmaya çalışırken ikilikleri kullanmaktadır. Fırat ve Venkatesh'in eleştirilerinin bir başka yönü de modernitenin dünyayı basit ikiliklere indirgemesidir. Bu eleştiri en yoğun halini ise Bauman'ın çalışmalarında bulur. Bauman'a (Bauman, 1991, s. 20) göre; modernite ikilikler yoluyla düzen yaratmaya çalışırken baskıcı bir hal almıştır. Bu baskı iklimi, ikilikler dışında kalan fikirleri insanları veya toplulukları bütünlüğün tehdidi olarak görmüş ve bastırmaya çalışmıştır. Frankfurt Okulu düşünürleri bu sebepten dolayı faşizmi materyalist düşüncenin uç noktası olarak görürler. Modernizmin karakteri kendi içerisinde çelişkiler barındırır. Modernizm idealinde biricikliği savunurken gerçekte yaşamı tekdüzeleştirir. "İdeal vücut" söyleminde reklamlarda yer alan karakterler eşsiz ve tek olarak stilize edilirken bu mesaj ulaşabildiği herkesi öneriye uymaya çağırır. Hitler'in Nazi toplumundaki erkek ve kadın imgeleri ideal ve gerçek arasındaki çelişkinin açık örneklerinden biridir. Modernizmin tüketiciye olan yaklaşımı da çelişkilidir. Modernizm tüketimi üretimin değerlerini yok eden bir eylem olarak görürken "müşteri her zaman haklıdır" gibi söylemlerle tüketiciye değer yükler. Postmodernizm ise üretim ve tüketim arasında fark gözetmez ve

tüketimi değer üretici bir aktivite olarak tanımlamaktadır (Fırat & Alladi Venkatesh , 1995, s. 247).

1.2.2 Postmodernitede Kültür ve Popüler Kültür

İlk kez 1939 yılında Arnold Toynbee tarafından kullanıldığı düşünülen postmodernizm terimi, gerek karmaşık yapısı gerekse felsefi bir anlam taşıması nedeniyle farklı ve basite indirgenmiş bir çok tanımı yer almaktadır. Bir çok alanda etkisi olduğu varsayımından yola çıkarak; sanattan edebiyata, toplum düzeninden yaşam tarzlarına kadar birçok alanda karşımıza çıkan postmodernizmin tanımlanması da oldukça güç olmaktadır. Farklı ideolojileri barındırması onu siyasi bir ideolojiden bağımsız kılmaktadır. Ancak tüm siyasi oluşumlara uyarlanabilecek bir yapısı olduğundan ve soyut ve bulanık bir durumda olması tek bir ideoloji ile anılmasını engellemektedir (Aslan & Yılmaz , 2001, s. 98). Daha sonraki dönemde Postmodernizm kavramına yönelik bir genişlemeyi 1980'lerin başında Hassan'ın postmodernizm kavramını sanatın tüm alanlarını kapsayacak şekilde genişletmesi ile birlikte kavram daha geniş bir alanda yer almıştır. Postmodernizm Hassan için sanat ile toplum arasındaki uzlaşmayı ifade etmektedir (Hassan'dan akt.Smith, 2005, s. 287).

Postmodernizmin, modernizmden bir kopma olduğunu savunanlar olduğu gibi modernizmin kendi içindeki bir eleştiri olduğunu savunanlar da bulunmaktadır. Habermas, postmodernist savunucularının karşıtı bir görüşle, modernizmin tamamlanmamış bir proje olduğunu, postmodernizmin içinde yer alan unsurların modernizmin içinde olduğunu vurgulamaktadır (Aslan & Yılmaz , 2001, s. 98-99). Habermas'ın çalışmalarının temelinde modernite projesinin hala gerçekleştirilmeyi beklemekte olduğu düşüncesi vardır. Habermas'a göre bilim, ahlak ve sanat alanlarının dinden kopartılarak bağımsızlaştırılması ve bu alanların toplumsal hayatın içine girerek etkileşimler yoluyla onu zenginleştirilmesi modernitenin aydınlanma projesinin bozulmamış tasarısıdır (Panayırıcı, 2009, s. 14).

Postmodernizm geleneksel modern kabulün aksine, bilgilerimizin gerçeğe birebir karşılık gelmediğini, gerçeğin hep yeniden üretildiğini iddia eder ve bunun için de hep yeni modeller geliştirilmesi gerektiğinin altını çizer.

Postmodernizmi açıklamaya çalışan her yazar kavramı, kendi bakış açısı ile ele almaktadır. Postmodernizmi, modernizmden bir kopma olarak gören yaklaşımlara karşın modernizmin devamı hatta ileri bir hali olarak ifade edenler de bulunmaktadır. Postmodernizmi bir süreç olarak ele alan yaklaşım içinde aklın iflas ettiği, ideolojilerin tükendiği, mekan ve zaman anlayışlarımızın sarsıldığı ileri sürülmektedir. Postmodernizmi Lyotard “ üst anlatıların sonu” diye tanımlamaktadır (Yıldız , 2005, s. 1).

Bir başka yaklaşım ise postmodern dönemin 1950’lerden sonra Amerika Birleşik Devletleri’nde, ortaya çıktığı ve kapitalizm ile bağlantılı bir kavram olduğunu ifade edilmektedir. Kapitalizmin yaşadığı değişimlere bakıldığında ise postmodernizmin etkisinin olduğunu özellikle yirminci yüzyılın son elli yılındaki değişikliklerden anlamak mümkün olmaktadır. Bocock bu değişimi Jameson’un aşağıdaki ifadeleri ile açıklamaktadır.

“O, ... en azından benim kullandığım şekliyle, bir dönemselleştirme kavramıdır. Çok kere nazikçe, modernizasyon, post-endüstriyel toplum, tüketim toplumu, medya toplumu; görüntü toplumu veya çok uluslu kapitalizm olarak adlandırılan toplumlarda görevi, yeni resmi kültür özelliklerinin ortaya çıkışını, yeni bir sosyal yaşam tarzı ve yeni bir ekonomik düzenin ortaya çıkışı ile ilişkilendirmektedir. Bu yeni bir ekonomik düzenin ortaya çıkışını, yeni bir sosyal yaşam tarzı ve yeni bir ekonomik düzenin ortaya çıkışı ile ilişkilendirmektedir. Bu yeni kapitalizm döneminin Amerika Birleşik Devletleri’nde 1940’ların sonu ile 1950’lerin başında yaşanan, savaş sonrası patlama ile başladığı söylenebilir” (Bocock, 2009, s. 83-84).

Bu açıklama ile postmodernlik kavramının kapitalizmi de dönemselleştirdiğini ve yeni bir evreye geçtiğini vurgulamaktadır. Bu yeni evrede, soysal, ekonomik ve kültürel süreç olarak tüketime doğru bir hareketlenme görülmektedir.

Kültürel yapıya etkisi bakımından postmodernizmi ele aldığımızda Ritzer’in değerlendirmesi önem arz etmektedir. Ritzer Toplumun McDonaldslaştırılması adlı kitabında postmodernizmi bu değişim açısından ele alarak bir çok farklı bakış açısıyla konuyu aydınlatmaktadır. Postmodernizmi bir genel bir perspektif olarak ele alın Ritzer, kavramı, modern toplumdaki bir kopuş olarak tanımlamakla birlikte, bu görüşü yaygın bir görüş olarak ifade etmektedir. Postmodernite modernitenin

ardından gelen ve onun yerini alan ancak modernitenin akılcı, esnek olmayan yapısına karşın postmodernitenin akılcılıktan daha uzak ve esnek olan bir yapıda olduğunu ifade etmektedir (Ritzer, 2014, s. 239). Postmodernizmi kendi savı olan McDonaldslaştırma üzerinden anlatan Ritzer, Lyotard'ın bakış açısıyla, McDonalds olgusunu postmodern bir olgu olarak ifade ederken, Allen Shelton ise, McDonalds'ı postmodernizmin amblemi, çağımızın tabelası işlevi gören manevi bir simge olarak görmekte olduğunu ifade etmektedir. Postmodernizmi modernizmin devamı olarak gören görüşe göre ise bu teze karşıt durumda olduklarını belirtmektedir. Aşırı uç postmodernist görüşçüler olarak nitelendirdiği bir başka görüşe göre ise McDonalds ne modernizmin ne de postmodernizmin bir simgesi olamayacağını savunmaktadır (Ritzer, 2014, s. 240-241). Ayrıca Ritzer'ın, McDonalds'ın popüler kültürün merkezinde olduğunu ifade etmesi bize popüler kültür'ün de postmodernizm süreci içerisinde var olduğu kanısına götürmektedir.

Postmodernizm sürecinde varlık göstermeye başlayan popüler kültür kavramını daha iyi anlayabilmek için öncelikle kitle kültürü kavramını ele almak gerekmektedir.

Postmodernizmin bir başka özelliğini de Aslan ve Yılmaz şöyle ifade eder, "Marx'ın büyük özgürleşme anlatısı, Freud'un psikanalitik terapi ve Darwin'in evrim teorisi gibi total anlatılara ve yasalara karşı çıkmasıdır" (Aslan & Yılmaz , 2001, s. 100).

Erdoğan'a göre 19. yüzyılın kapitalizmi, yeni ve eşsiz bir egemen kültürü olan kitle kültürünü ortaya çıkarmıştır. Bu kültür'ün ortaya çıkışını üç aşamada ele alan Erdoğan, kitle kültürünü; öncelikle ihtisaslaşmış özel bir sektör olarak, ikinci aşamada durmadan artan endüstri üretimi olarak, ve son olarak da ilk defa işçi sınıfına yöneltilen ve özellikle onların tüketimi için üretilen bir kültür olarak ortaya çıktığını ifade etmektedir. Kitle kültürü kitle üretimi yapan bir endüstriyel yapının yarattığı materyal yaşamı gerçekleştirme ve bu gerçekleştirimin materyal ve bilişsel/düşünsel biçimi olarak ifade eden Erdoğan, standartlaşmış kitle üretim biçimi ve tekniklerini, örgütlerini ve kitle tüketicisini gerektirdiğini ifade etmektedir. Ayrıca kitle kültürünün seri üretimin sonuçlarından biri olduğunu ve kitle toplumundan önce var olmadığını ifade etmektedir. Günümüzde kitle kültürü kitle iletişimi araçlarıyla ifade edildiği gibi, kitle kültürüyle biçimlendirilen dünyanın

kapitalist üretim tarzının egemenliğindeki bir uygarlığı temsil ettiğini savunmaktadır (Erdoğan, 2004 , s. 320).

Rosenau açısından ise, “postmodernizm ister siyasi, ister dinsel, ister toplumsal nitelikli olsun bütün küresel, her şeyi kapsayıcı dünya görüşlerine meydan okur” diye ifade ederler. Postmodernizmin, marksizmi, hıristiyanlığı, faşizmi, stalinizmi, liberal demokrasiyi, laik hümanizmi, feminizmi, islamı ve modern bilimi aynı çerçevede ele aldığını belirtmektedirler. Bütün soruları önceden tahmin edip belirlenmiş cevaplar veren söz merkezci, özgürlük, eşitlik, adalet, evrim, rasyonalizm gibi aydınlanma veya aydınlanma öncesi ideallerin hepsinin meta anlatı olduğu ve tümünün geçerliliğini kaybettiğini ileri süren bir yaklaşım olduğu belirtilmektedir. Bu anlamda Lyotard, “gelin bütünlüğe karşı bir savaş başlatalım, gelin sunulamayana tanıklık edelim, farklılıkları etkin kılalım demektedir” (Lyotard, 1997, s.159).

Postmodern olgu, mimariden zoolojiye kadar her kültürel disiplinle ilgilenmektedir; biyoloji, ormancılık, coğrafya, tarih, hukuk, edebiyat ve tüm sanat dalları, tıp, siyaset, felsefe, cinsellik vb. konular postmodernizmin alanında yer almaktadır. Buna rağmen postmodernizm bir kalıba sokulamamış şekilsiz bir yapıdadır. Bunun nedeni Postmodernizmin, epistemolojik varsayımları reddetmesi, metodolojik uzlaşımları çürütmesi, bilgi iddialarına direnmesi, hakikatın her türlü versiyonunu bulanıklaştırması ve politika önerilerini bir kenara atması olarak gösterilebilir. Postmodernizm, toplumsal, kültürel, ekonomik ve ideolojik tarih içinde modernizmin ilkelerinin ve uğraş alanlarının artık işleyemediği, ama yerlerine tam anlamıyla yeni bir değerler sisteminin de konmadığı bir geçiş dönemine denk düşmektedir (Aslan & Yılmaz , 2001, s. 100).

1.3 . Gelenekselden Dijitale Dönüşüm

Geleneksel yaşam sürecinden dijital yaşam sürecine doğru geçiş ile birlikte bireylerin yaşamında büyük başkalaşımalar gözlenmektedir. Bu değişim ve dönüşümleri ele alabilmek adına, tüketim üretim dönüşümünü, bu dönüşümde toplumsal yapılardaki değişimlerin gelişimini ve sanayi devrimi ve bu devrim sonrasında toplumların yapısının ne gibi değişimler gösterdiğini anlatmak gerekmektedir.

Gelişen teknolojik yapı ile birlikte küreselleşme kavramının karışımıza çıkması ve hem üretim hem de tüketim yapısındaki gelişmeler bu süreci takip etmektedir. Kültür endüstri ve tüketim kültürü kavramları yine bu gelişmeler sonucu ortaya çıkan ve çalışmamızda ele alınması gereken bir diğer başlıktır.

Gelenekselden dijitale dönüşüm sürecinde etkin bir rolü olan bir diğer konu ise kültürün aktarımı sürecinde iletişim sürecinin geçirmiş olduğu başkalaşımıdır. Gerçekleşen tüm teknolojik gelişmeler kültür sürecinde etkin bir rol oynayarak kullanılan iletişim teknolojilerinde de büyük rol oynamaktadır.

1.3.1 Tüketim Üretim Dönüşümü

Tüketim üretim dönüşüm sürecini ele alırken öncelikle tüketim kavramını ayrıntılı olarak ele almak gerekmektedir. Tüketim olgusunun önem kazandığı günümüz piyasa koşullarında, tüketime yönelik bir çok bakış açısı yer almaktadır. Özellikle tüketim olgusuna eleştirel bir bakış sergileyen yaklaşımlar dikkat çekmektedir. Buna karşın kapitalist düzenin devam etmesi açısından önemli bir kavram olarak da tüketim karşımıza çıkmaktadır.

Tüketim, modern kapitalizmin şimdiye kadar olduğu şekilde devam edebilmesinde önemli bir bütünleyici unsur oluşturmuştur. Bunun en belirgin nedeni, üretilen mallar ve para karşılığında satılmadıkça kar elde edemeyeceği gerçeğidir. Bir mal tüketilip onun üzerinden kar elde edilmediği sürece, o malın üretimine devam edilmesinin anlamı olmayacaktır. Marx'a göre tüketim malları, doğrudan kullanım ve tüketim amacı ile değil, pazarda satış amacı ile üretilen ürünlerdir. Bu durum malların tipik olarak pazarda satılıp kar elde edilmesi için para karşılığında ve global bir pazarda satılmasını sağlar (Bocock, 2009, s. 44).

Adam Smith'in ifadesiyle, "bütün üretimin tek amacı ve gayesi" olarak kabul edilen tüketim, özellikle 18. yüzyılın sonlarına doğru, ekonomik söylemlerde üretimin mantıksal son durağı ya da amacı anlamına gelmektedir. Tüketim, üretimin bir yan ürünü olarak kabul edilmekte, ama ihtiyaç temelde sosyal bir kavram olarak görülmektedir. 20. yüzyılın başlarından itibaren belirginleşmeye başlayan ve

günümüze kadar uzanan bir dönem içerisinde bazı kınayıcı temalardan arınan tüketim, bir kavram olarak pek çok kuramsal yaklaşımda, herhangi bir ürün ya da hizmetin seçilmesi, satın alınması, kullanılması, onarılması ve atılması olarak tanımlanmaktadır (Yanıklar, 2006, s. 23).

Tüketim konusu açıklanırken, “Fordizm” ve “Post- Fordizm” karşılaştırması yapılarak, konuya açıklık getirilmelidir. F.Taylor’un bilimsel işletmeciliğin temellerini attığı ve endüstriyel gelişmenin yoğunlaşmasıyla seri üretim yöntemleri sonucu kitlesel üretime ulaşıldığı dönem “Fordizm” dönemi olarak adlandırılmaktadır. Bu dönem, 1930’lardan itibaren etkisini göstermekle birlikte; tüketim kalıplarının oluşmasını ve istikrarlı büyük pazarların varlığını beraberinde getirmiştir. Montaja yönelik kitlesel üretimi dengeleyebilmek için kitlesel tüketimin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Yine bu dönemde ürünler arasında çok büyük farklar bulunmamasından dolayı tüketici tercihi ve beklentileri göz önünde bulundurulmamakta; üretici tercihleri egemendir. Fordizm, rakip ürünler arasında az da olsa gerçek ve algılanan kalite ve özellikler farklılıkları yaratırken, bireysel tüketicileri kitle içinde toplamaya ve fazla farklılaştırılmamış pazarlara yönlendirmekteydi; burada sosyal farklılıklar, standart demografik bilgiler, farklı meslekler, cinsiyetler ve farklı coğrafik bölümlenmeler önem kazanmaktaydı. Post-Fordizm ise pazarları ve tüketimi “yaşam biçim”lerine, “niş pazarlara”, “pazar bölümlenmelerine”, “hedef tüketici” gruplarına ayırmaktadır. Post- Fordizm’de yaşam biçimine yönelik pazarlamanın sadece var olan yaşam biçimlerinin tanınması ve hedeflenmesi değil, tüketiciler için anlamlı yapılara göre yeni yaşam biçimlerinin oluşturması da söz konusudur (Odabaşı, 1999, s. 12).

Tüketim olgusunun toplumsal analizi, Marksist kuramla başlamaktadır. Bu nedenle yapılan klasik Marksist yorumları anlayabilmek için öncelikle Marksizm’in kapitalist ve kapitalist öncesi toplumlar arasındaki farkı nasıl algıladığı bilmek gerekmektedir. Kapitalizm öncesi toplumlarda mallar, genellikle hemen tüketilmek, kullanılmak ya da mübadele amacıyla üretilmekteydi. Ancak kapitalist ilişkilerin egemenlik kazanmasıyla birlikte tüketim, basit bir ihtiyaç giderme konumundan çıkartılarak, insan faaliyetlerinin önemli bir parçası haline getirilmiştir. Bu bakımdan kapitalizmin egemenliği bir bakıma, ihtiyacın yönlendirdiği üretim biçiminden kârın yönlendirdiği üretime geçişi ifade etmektedir. Kapitalist toplumlarda işçiler, karşılığında ücret almak için mal üretip; ürettikleri malın sahibi değildirler ve mallar

kar karşılığı çeşitli pazarlarda satılırlar. Dolayısıyla işçiler mal elde edebilmek için onları parayla satın almak durumunda kalırlar ve böylece tüketici olurlar. Tüketim toplumunun ortaya çıkışı bu süreçleri takip etmiştir. Aynı şekilde kar etmeyi güvenceye almak için insanlar tüketmelidir. Bunu sağlayabilmek için de reklam ve çeşitli promosyonlarla tüketimi yapay olarak özendirmek gerekmektedir. İnsanlar, kapitalist toplumlarda yalnızca yaşamlarını sürdürmek için değil, aynı zamanda tüketim mallarını almaya güçleri yetsin diye de çalışmaktadırlar (Şan & Hira , 2004, s. 9).

Geç dönem kapitalizmin tüketim toplumunda, herkes bir tüketicidir. Tüketim, ister maddi-işlevsel (giyecek, yiyecek, ulaşım) isterse de göstergibilimsel-kültürel (medya, eğitim, dil) olsun, yaşam kaynaklarını ele geçirmenin tek yoludur. Aslında bu iki tüketim şekli iç içedir. Örneğin araba yalnızca ulaşım aracı değil; aynı zamanda bir konuşma eylemidir, yemek pişirmek yalnızca bir yiyecek hazırlama eylemi değil, aynı zamanda iletişim kurma yoludur (Fiske, 1999, s. 49).

Tüketim uygarlığına geçişle birlikte, çalışma etkinliği kitle üretiminin sürdürülebilmesi ve tüketicinin satın aldığı ödeyebilmesi için yapılan bir etkinlik haline gelmiştir. Tüketim kültürü, üretim sürecinde olduğu gibi tüketim alanının da meta mantığı ve araçsal rasyonelliğin etkisi altına girdiği toplumun kültürüdür. “Tüketim toplumu, tüketimi öğrenme, tüketime toplumsal hazırlık toplumdur” ve tüketim toplumuna geçişle birlikte, yalnızca üretim değil tüketim de denetlenmeyi gerektirmiştir (Aydoğan, 2000, s. 55).

Frankfurt Okulu üyesi eleştirel kuramcılarının çalışma alanlarını, tüketim kültürünün, bireyselliği, demokrasiyi ve toplumu tehdit etmesi konular olarak ifade edebiliriz. Özellikle toplumu tehdit etme hususunda, Adorno ve Horkheimer’ın, reklam ve propaganda tekniklerinin tüketim toplumunda siyasal alanda yeni bir faşizmin doğmasına yol açabileceğini vurgulamaları örnek gösterilebilir. Bu düşünceleri destekleyen Marcuse, tüketim kültürünün bireyleri, tüketime dayalı yaşam biçimlerini satın almaya zorlayan yanlış ihtiyaçlar ürettiğini ileri sürmektedir. Marcuse, tüketim kültürünün yarattığı bireyselliğin, sömürü ve toplumsal kontrolü sağlamak amacıyla geliştirilen yarı-bireysellik olduğunu savunur. Ona göre bireyselliğin ve özgürlüğün gerçekleştirilebilmesi için, insanların çeşitli iktidar yapıları tarafından yönlendirilen hazlardan, kurtulması gerekmektedir (Yılmaz, 2006, s. 289). Tüm bu eleştiriler tüketim kültürünün siyasal bir gücün etkisiyle

biçimlendirildiği konusuna açıklık getirmektedir. Böylelikle üretim tüketim dönüşümü siyasi otoriteler ile şekillendirilmektedir sonucuna varılmaktadır.

Tüketim kültürü, postmodern bir kültürün bir parçası olarak ifade edilebilmektedir. Bu kültürde, geleneksel ayrılıklar çökmekte, çok kültürlülük onaylanmakta ve popülerite ve farklılık göklere çıkarılmaktadır. Postmodern tüketim kuramında tüketicilikle arzu duyulan şey, tüketilen gerçek nesnelere değildir. Gerçek nesnelere, arzuların yerine konan şeylerden ibarettir. Doyurulması gereken arzular biyolojik olmaktan çok sembolik arzulardır. Tüketim pazarını geliştirmek için reklamcılık, kitle iletişim araçları ve genel olarak eğlence sanayi kullanılmaktadır. Reklamcılık sektörü insan içgüdülerine ve düşlerine seslenerek satın alma güdüsünü kışkırtmak ile görevlidir. Yalnız reklamlar değil, malların sergilendiği dükkânlar ve vitrinler de, tüketicilerin arzularını kışkırtmak işlevi görmektedir (Şan & Hira , 2004, s. 17). Baudrillard, tüketim toplumunu aşağıdaki gibi ifade etmektedir:

“Tüketim toplumu tüketimin öğrenilmesi toplumu, tüketime toplumsal bir biçimde alıştırılma toplumdur; yeni üretim güçlerinin ortaya çıkmasıyla ve yüksek verimlilik taşıyan ekonomik bir sistemin tekeli yeniden yapılanmasıyla orantılı ve özgül bir toplumsallaşma tarzı” (Baudrillard, 2012, s. 87).

Baudrillard, “Tüketim Toplumu” çalışmasında “göstergelerin sadece bir kod içinde anlamlandırıcı farklılıklar olarak değil ama aynı zamanda bir hiyerarşi içinde statüsel değerler olarak düzenlendiği toplumsal sınıflandırma ve farklılaşma süreci” olduğunu vurgulamaktadır (Baudrillard, 2012, s. 62). Bu açıklamaya göre, mal ve hizmetlerin değişim değerlerinin, bir göstergeler hiyerarşisi, tarafından belirlendiğini söylemek mümkündür. Baudrillarda göre, mal ve hizmetlerin tüketilebilmesi için, gösterge haline gelmesi gerekir. Bu yaklaşıma göre tüketim toplumunda ihtiyaç bir nesneye değil, nesnelere arasındaki simgesel farklılıklara duyulur. Baudrillard metaya, toplumsal değerlerin bir aracı ve kamusal söylemin bir modeli olarak yaklaşır. Buna göre nesnenin metaya dönüşümü; onun bir değişim değeri olarak ölçülebilen ve diğer değişim değerleri ile mübadele edilebilen bir nitelik göstermesinden çok, onun bir gösterge oluşundan kaynaklanmaktadır. Ona göre nesne, kendi varlığından dolayı değil, bir gösterge olduğu için meta özelliği göstermektedir. Bir gösterge olarak meta, sürekli olarak toplumsal alanı tüketmektedir. Baudrillard, boş zamanın tüketim eylemi ve medya yoluyla manipüle

edilmesi konusu üzerinde durur. Burada metaların klasik ekonomik değişim değerinin ötesinde, göstergesel değişim değeri ile dayattıkları ya da ikna yoluyla dolaylı toplumsal koşullanma yarattıkları, yeni bir düzen söz konusudur. Kitle iletişim araçlarının dünya hakkında düşüneceğimiz “kavramları” belirlediğini ileri süren Marcuse; siyasal egemenliğin yeni biçimlerinin iç yüzünü açığa çıkarmak istediğini ve dünyanın giderek teknoloji ve bilim tarafından biçimlendirildiğini belirtmektedir.

Marcuse’ye göre reklamlarla uyum içinde dinlenme, eğlenme, davranma ve tüketme, başkalarının sevdiklerini sevmeye ve nefret ettiklerinden nefret etme gibi yürürlükteki gereksinimlerin çoğu “yanlış gereksinimlerdir”. Geniş bir mallar ve hizmetler arasında seçme imkanı olsa da bu tüketicinin özgür olduğu anlamına gelmemektedir. Bu mal ve hizmetler, yabancılaşmayı destekliyorsa, yukarıdan dayatılan gereksinimlerdir ve bireyler bu yanlış gereksinimlere koşullandırılmışlardır (Marcuse’den akt. Yüksel, 2006, s. 148).

Tüketim üretim dönüşümünü derinlemesine ele almak açısından, geçmişten günümüze kadar üretim anlayışlarındaki değişimlere değinmek gerekmektedir. Özellikle teknolojik gelişmeler ile birlikte üretim anlayışı aşamalarında yaşanan değişikliklere değinmek konuyu daha iyi ifade etmek açısından önem taşımaktadır.

Toplum yapısı ile doğrudan ilişkili olan üretim yaklaşımı, toplumların gelişmişlik seviyesine göre de değişkenlik göstermektedir. Toplumların sahip oldukları bir takım imkanları üretim biçimlerini etkilerken aynı zamanda toplum yapılarına da yansımaktadır. Daha iyi ifade edebilmek adına toplumdaki dönüşümü üretim tüketim dönüşümüyle birlikte ele almak gerekmektedir.

İlkel Toplumlar ve Üretim Tüketim Dönüşümü

Avcı ve toplayıcı toplumlar, ilkel toplumlar olarak nitelendirilen bu toplum türünde, insanlar yaşamlarını avcılık, balıkçılık ve doğada bulunan yenilebilir bitkilerin toplanmasıyla ikame ettirirler. Bu toplumların büyük bir kısmında neredeyse eşitsizlik kavramına rastlanılmamaktadır. Avcı ve toplayıcılar temel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla olmakla birlikte, servet biriktirmekle ilgilenmemektedirler. İhtiyaç duydukları servetler ise yaşamlarını sürdürmek

amacıyla ellerinde olması gereken bir takım alet edevattan ibarettir. Örnek olarak, av silahları, kazma, tuzaklar, pişirme aletleri verilebilir. Bunların dışında bir servetten söz edilemez. Bu nedenle toplum üyeleri arasında maddi varlık açısından bir eşitsizlik söz konusu olmamakla birlikte, yaş veya cinsiyete göre farklılıklar söz konusudur. Kadın ve erkek arasında iş bölümü vardır, erkekler her zaman avcı iken kadınlar, yabani bitki toplayıp, çocuklarını yetiştirirler (Giddens, 2008, s.68-70). Göçebe ve Çobanlık Toplamları olarak adlandırdığımız, yaşamlarını büyükbaş hayvan yetiştirerek, çobanlık yaparak geçiren bu toplum türü, daha önceden avladıkları hayvanları yetiştirme ve onları çoğaltmaya başlamalarıyla birlikte toplumsal yaşamda yeni bir boyut ortaya çıkmaktadır. İnsanlar yetiştirdikleri hayvanların etinden ve sütünden yararlanarak, yaşamlarını sürdürmeye devam etmektedirler. Böylelikle yeni bir geçim kaynağı elde edilmektedir. Hayvanlarına yeni otlaklar bulmak için göç eden bu toplumların, en büyük maddi servetleri ise sahip oldukları çadırlar, halılar gibi taşınabilir bir takım mallardır. Sık sık göç eden bu toplumların mal mülk sahipliği de kısıtlıdır. Göçebe olmalarından dolayı diğer gruplar ile karşılaşma imkanı bulduklarından, ticaretin ilk adımları da bu toplum türünde görülmektedir (Özkalp, 2008 , s. 50). Bir diğer toplum türü olarak bahsedebileceğimiz tarım toplamları ticaretin en belirgin olarak başladığı, miras ve mal mülkiyetinin söz konusu olduğu bir dönemdir.

Tarım toplumu, temelinde ziraatın olduğu, tarım tekniklerinin teknolojik olarak değiştiği, saban kullanımının başladığı dönemdir. Bu dönemde özellikle hayvan gücünün de tarım için kullanılmasıyla birlikte ürün yetiştirmek daha kolay hale gelmektedir. Böylelikle üretim fazlalığı oluşmakta ve çeşitli meslek dalları ortaya çıkmaktadır. Tarıma bağlılık ile şehirleşme ortaya çıkmakta ve bazı meslek gruplarında uzmanlaşma söz konusu olmaktadır. Bu dönemin bir diğer özelliği ise sınıf kavramının ilk defa belirgin hale gelmesidir. Artan ürün miktarı ile köylüler tarlalarda çalışıp tahıl üretimi yaparken, ürettikleri ürünler toprak sahiplerinin eline geçmektedir. Böylelikle toprak sahibi olan asiller ve toprağa bağlı olan köleler olmak üzere iki sınıf görülmektedir (Özkalp, 2008 , s. 51).

Tarım toplamlarında yaşanan gelişmeler ve mülkiyet kavramı, feodal yapının doğmasında etkin olmaktadır. Feodalizm diye adlandırılan bu süreçle birlikte toplum

yapılarında büyük değişimler yaşanmakta ve tüketim üretim döngüsü de belirgin biçimde değişkenlik göstermektedir.

Feodal Düzen ve Üretim Tüketim Dönüşümü

Feodal yapı beraberinde bir çok yeni kavramın ortaya çıkmasına da ön ayak olmuştur. Özellikle burjuvazi, self ve köylülerin yer aldığı bu yapıda, büyük toprak sahibi kişilerin hakimiyet kurdukları ve sermaye birikimini tek elde toplandığı, büyük devlet anlayışının olmadığı derebeylik sisteminin varlığı söz konusu olmaktadır. Ticaretin henüz yoğunlaşmadığı dönemde köylüler (köleler), ekip biçme görevini yerine getirerek, soyluların büyük gelirler elde etmesinin sağlamaktadır.

Tarım toplumunun sonucu doğan feodalizm, ilk defa sınıf farklılıklarının yoğun biçimde görüldüğü, din adamları ve kilisenin gücünün arttığı, ticaretin geliştiğı, paranın alış veriş aracı olarak kullanılmaya başlandığı, ürün miktarlarının kayıt altına alındığı, vergi sisteminin ortaya çıktığı (bu nedenle matematik ve yazının kullanıldığı) toplumsal yapı olarak tanımlanmaktadır (Özkalp, 2008 , s. 51).

Feodalizm Latince’de bulunan ‘feodum’dan dönüştürülmüş bir sözcüktür, bir yönetim biçimi olarak adlandırılması ise 18. yüzyıla denk gelmektedir. Feodum sözcüğü ile ilgili teorilere göre ise kelime bir başka Latince sözcük olan beneficium’un yerine kullanılması ile başlamıştır. Bahsi geçen beneficium ise hak, imtiyaz, yarar gibi anlamlara gelmektedir, tıpkı İngilizce’de bulunan benefit sözcüğü gibi. Öte yandan feodum sözcüğünün kökeni olarak Eski Cermen Dili’nde var olan fehu-ôd sözcüğü gösterilir, fehu büyükbaş hayvan demekken ôd değer taşıyan ve hareket edebilen obje demektir. Zamanla toprakların ve dolayısıyla tarımın değer kazanması ve ön plana çıkması ile birlikte beneficium yerine feodum sözcüğü kullanılmaya başlanmıştır. Sözcüğün etimolojisi ile ilgili bir diğer yaklaşıma göre kelimenin kökeni ‘fief’ sözcüğüdür, kelime ‘dirlik’ anlamına gelir ancak aynı zamanda ‘senyör ile ona bağlı kişi arasındaki anlaşma’ ve kişinin toprağı devredebilme, ondan yarar sağlayabilme gibi anlamları da ifade etmektedir (<https://aetiusflavius.wordpress.com>, 2014).

Avrupa'da feodal yapının oluşmasında Frank Krallığı ve Roma İmparatorluğu dönemindeki siyasal gelişmelerin etkileri görülmektedir. Roma döneminde var olan eyalet sisteminin bazı bölgelerde hakimiyet sistemi oluşmasına etken olmaktadır. Bu bölgelerde yer alan yöneticiler, ilerleyen dönemlerde ortaya çıkan toprak sahibi derebeyler ile birlikte Ortaçağ döneminin soylu tabakasını oluşturmuşlardır (Küçükcalay, 2014, s.15). Ortaçağ'ın temellerinin feodal yapıya dayandığını söylemek mümkündür. Feodal yapıda varlık sahibi derebeyler ve diğer soylular bu hakimiyetini ortaçağda da göstermekte ve var olan zenginlikleri ile ortaçağın soyluları arasında yer almaktadırlar.

Ortaçağ Avrupası'nda tüketim yapısına değindiğimizde, bu dönemin ekonomi yapısının paraya dayanmadığını söylemek mümkündür. Bu dönemde para her ne kadar kullanılmakta ise de para önemli bir olgu olarak görülmemektedir. Bu dönemde para ticarete bir değişim aracı olarak kullanılmaktadır. Ticaret büyük bir öneme sahip olmadığından ve ticari eşyaların hareketi kısıtlı olduğundan paranın da öneminin daha az olduğunu ifade edebiliriz. Feodal sistemde, büyük oranda para dışı bir doğal ekonomik yapının mevcudiyetinden söz edilebilmektedir. Serfler ve çiftlik sahipleri belirli dönemlerde çalışıp, elde ettikleri bir takım gıda ürünlerini (yumurta, tavuk, mısır vb), kumaş ürünlerini ve diğer emekle elde ettikleri ürünlerin bir kısmını lorda vermek durumunda kalmaktadırlar. Kimi zaman para ödemesi de söz konusu olmaktadır, ancak o kadar küçük bir orandır ki, pazardan yoksun, dış dünya ile ilişki kurmadan, gelenekselci bir yaklaşımla sadece kendi tüketimi için üretimin varlığından söz etmek mümkün olmaktadır (Pirenne, 2013, s. 121). Bu dönemde günümüz ticaret anlayışının henüz uygulanmadığını, tüketimin yine üretim odaklı olduğunu ve ticaret henüz büyük bir önem oluşturmadığını ve üretim-tüketim arasında bir dengenin olduğunu söylemek mümkündür. Feodal dönemde izlenen yöntemlerin geliştirilerek bu döneme taşındığı görülmektedir.

Feodal sistemde, üretim ancak ihtiyaçları karşılayacak boyutta yapılmaktadır. Bundan dolayıdır ki, ticaretin gelişmesinden ve tüketim aşırılığından bahsetmek mümkün olmamaktadır. Teknolojik yapının üretim fazlasına imkan vermemesinden dolayı ticaretin gelişmemekte ve ticaret canlılığı da söz konusu olmamaktadır.

Bir başka yaklaşıma göre, geleneksel tarım sisteminde efendi köylü ilişkisi büyük önem arz etmektedir. Efendisi için üretim yapan köylü, efendisi tarafından korunmakta ve güvenliğini sağlamaktadır. Yaşanmakta olan güvenlik problemleri nedeniyle büyük çiftlikler kurulmakta ve olası tehlikeleri bertaraf edilmektedir. Güvenlik sorunlarının giderilmesi ile büyük çiftliklerde bağımsız tarım için zemin oluşturmaktadır. Bağımsız tarım, tarımın ticarileşmesini sağlamaktadır. Ticaretin ortaya çıktığı dönem, Roma İmparatorluğu dönemine kadar indirgenebilmektedir. Kentler, kırsal kesim için gerekli üretim araçlarını, kırsal kesim ise kentlerin gıda ihtiyacını sağlıyordu. İşte ticari tarım olarak da tanımlayabileceğimiz tarım çiftliklerinin kurulmasıyla önem kazanmaktadır. İş gücünün temelini oluşturan ticari çiftlikler, insanların elde ettikleri ürünleri ellerinde olmayan ürünlerle değiştirerek temellendirilmektedir. Modern sanayi toplumu oluşuncaya dek süren geleneksel sistem içerisinde, nüfusun büyük bir kısmı tarım ile uğraşmakta ve ancak, planlı bir üretim yapısından söz etmek mümkün olmamaktadır. İnsan gücü gerektiren ve sermaye gerektirmeyen basit alet kullanımı ile üretim yapılmaktadır. Lord ile köylü ilişkisi ise ekonomik bir ilişkiye dayanmak ile birlikte, ilk küçük ticaret, köylü ve satıcı arasında gerçekleştirilmekte ve köylüler gelir elde etmektedir. Lordlar ise ürünleri satmaları konusunda köylüleri cesaretlendirmekteydi. Ancak bu üretim sürecinde toprak çok önemli bir faktördü. Yani köylü, hizmetinin bir parçası olan aidatı ödemezse, lordun arazisinde işçi olarak çalışamazdı. Köylü-efendi sistemi köylüyü pazar için üretmeye teşvik ederken, tarım üzerinde doğrudan bir avantaj yaratmaktaydı. Mevcut pazarlık içinde ticaretten en fazla kazanç sağlayan da lordlardı. Lordlar güçlü konumda olduğu için baskı uygulayarak gelirini arttırma yoluna gitmişlerdi (Arslan & Ergün , 2012, s. 117-126).

Ticaret varlıklı ve soylu ailelerin elinde olsa da, bu dönemde ticaret için gerekli üretimin sağlanmasında yine köylü halk kullanılmaktadır. Hem üretim hem de satış faaliyetleri köylü halk tarafından yapılmakta ancak sermaye soyluların elinde bulunmaktadır. Bu durum modern toplum yapısına geçene kadar devam etmektedir. Böylelikle ticaretin gelişmesi süreci endüstri devriminden önce feodal yapıda da mevcut olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Bu yaklaşıma göre ticaretin gelişmesinin ilk aşamalarını feodal yapıda da gözlemlendiğini dile getirmek mümkün olmaktadır.

Sanayi Devrimi ve Üretim Tüketim Dönüşümü

Teknolojik gelişmeler ile birlikte ticari yapının değişmesiyle birlikte tüketim kavramı da farklı bir anlama bürünmektedir. Üretim koşullarının değişmesi, iş gücü, emek ve sermaye kavramlarının ortaya çıkması, üretilen ürünlerin satılmasının gerekliliği, alım gücünün artırılmasında etken olmaktadır. Tüm bu gelişmelerin ortaya çıkmasında ise sanayi devriminin sebep olmaktadır.

Sanayi devrimi ile birlikte, işçi-işveren, maaş, mesai ve seri üretim gibi kavramların doğmasını sağlamaktadır. Böylelikle çalışan kazanan ve tüketen bir kitlenin varlığından söz etmek mümkün olmaktadır.

19. yüzyıl döneminde özellikle Avrupa ülkelerinin dünya siyaset ve ekonomisinde etkin rol oynadığını belirterek, bilimdeki gelişmeler, gerçekleştirilen icatlar, ve bunların üretime yansması sonucu artan üretim Avrupa ülkelerinin ekonomik yapısının gelişmesinde büyük rol oynamaktadır. Ekonomik olarak refah olan Avrupa ülkeleri başka alanlarda da gelişme sağlamaktadırlar. Örneğin silah sanayinin gelişmesiyle birlikte diğer ülkeler üzerinde etkin olma imkanı sağlamaktadır. Sanayi devrimi öncesi ekonominin tarıma, el sanatlarına ve ticarete dayanması sonucu, toprak sahibi olan asiller ve kilise, siyasal otokrasiyi de elinde tutmaktadır. Bu durumun değişmesinde ise etkin rol, yeni buluşların üretim alanında kullanılması, özellikle buharlı makinenin icadı ve bunun makine sanayinde kullanılması sonucu Avrupa'da sermaye birikimini sağlayan bir dönem olarak adlandırılan Endüstri Devrimi'dir (Sander, 2003, s. 208).

Endüstri Devrimi ile birlikte yaşam alanlarının tümü değişim içerisine girmektedir. Sanayi alanında yaşanan tüm gelişmeler, bireylerin gündelik hayatlarını da etkisi altına almaktadır. Bu dönemde üretim sisteminde gerçekleşen gelişmeler ile birlikte makineleşme her alanda etkisini göstermektedir ve makineleşmenin etkisiyle ziraatten sanata tüm alanlarda gelişmeler yaşanmıştır. Bu gelişmeler doğrultusunda, ticaret hareketlenmiştir. Özellikle silah sanayisinde gelişmeler yaşanması ile birlikte üretim yapan ülkeler, diğer ülkelere üstünlük sağlama imkanı da bulmuştur. Sanayi devrimi diye de adlandırdığımız Endüstri devrimi, beraberinde birçok gelişmeleri de getirir. Özellikle ulaşım alanında yaşanan gelişmeler ile birlikte sınır ötesi ticaret

başlar ve bir bölgeden diğer bölgelere taşımacılık demir yollarının gelişmesi ile sağlanma imkanı bulur.

Endüstri Devrimi'ni iki aşamada ele almak mümkündür. Birinci aşama, 19. yüzyıl ortalarına doğru olan süreç 'makine devrimi' olarak nitelendirebildiğimiz, sanayinin geliştiği süreçtir. İkinci aşama ise 19. yüzyıl'ın ikinci yarısı olan, teknoloji ağırlıklı olarak ele alınan 'teknolojik devrim' olarak ifade edilebilmektedir. İlk aşamada önem taşıyan demir ve kömür, ikinci aşamada ise çelik ön plana çıkmaktadır. Demir ve kömürün ön plana çıktığı bu dönem makine çağı olarak ifade edilmekle birlikte, makine kullanımının yaygınlaşması ve fabrikaların yaygınlaşması sonucu tarım ile uğraşan işçilerin, fabrikada eşya üreten nüfusa dönüşmesi söz konusu olmaktadır. Önceki dönemlerin avcı toplayıcı kabileleri yerini fabrikalara bırakmaktadır. Bu dönemde ortaya çıkan bir diğer kavram ise demir yolları olmaktadır. Kömür, buhar ve demirin birleşimi ile ortaya çıkan demir yolları, uzak yollara ulaşımı sağlayarak, ticaretin canlanmasında önemli rol üstlenmektedir. Sadece ticareti değil aynı zamanda savaşların yeni bir boyut kazanmasında da etkin olmaktadır. İkinci aşamaya baktığımızda karşımıza, bilimsel buluşlar ve bunların üretime yansması sonucu, doğal kaynakların farklı bir boyuta dönüştürüldüğü dönem çıkmaktadır. Bu dönemde çelik, petrol, elektrik ve kimyasal maddeleri üretim sürecinde görmek mümkün olmaktadır. Bu dönemde gerçekleştirilen bir takım yenilikler yaşam biçimlerini etkilemek açısından büyük rol üstlenmektedir. Günümüzde olağan olarak baktığımız bir takım yenilikler, telefon, gramofon, içten yanmalı motor, mikروفon, telsiz, lamba, araba lastiği gibi bir takım yenilikler bu dönemin başlıca göstergeleridir. Ancak endüstri devriminin en önemli gelişmesinin ulaşım olduğunu, toplumsal değişimlerde önemli bir güce sahip olduğunu vurgulamak gerekmektedir (Sander, 2003, s. 208).

Endüstri Devrimi ile beraber ortaya çıkan gelişmeler yalnızca teknolojik yapıyı etkisi altına almamakta, aynı zamanda bu değişiklikler sosyal yaşam açısından da önemli gelişmelere etken olmaktadır. Özellikle seri üretime geçiş ile beraber hem çalışan hem tüketen birey olarak bu gelişmelerden etkilenen büyük bir kitle ortaya çıkmaktadır. Bu etki alanını daha iyi anlayabilmek açısından toplumsal açıdan ortaya çıkan değişikliklere de değinmek gerekmektedir.

Bu dönemdeki değişiklikleri Hamitoğlu şöyle ifade etmektedir.

“Taşınır kıymetlere, dayanan ekonomik faaliyetler, bu dönemde oldukça güçlü idi. Bu alandaki gelişmeler çok geniş olarak spekülasyona olanak veriyordu. Fakat bu noktadaki ilginç gelişmeyi, herhangi bir yasanın mevcut olması değil, tersine olarak hiçbir yasanın bulunmaması özendirici idi. İşte bu alandaki sessizliğin kurduğu kesin bir özgürlükte, çok zengin bir taşınır kıymetler kesim oluşabildi. Daha sonraları ise, örneğin Fransa'da 1810'larda, madenlerin işletilmesini özel sektöre ayrılan bir yasa ile 1867 yılında, Anonim Şirket için, çok önemli bir yasa oluşturacaktır” (Hamitoğulları, 1986. s.170).

Özellikle demir yollarının kullanıma başlaması kıymetli, madenciliğin başlaması gibi etkenler bu dönemde ticari yaşama yön verici gelişmeler arasında gösterilmektedir. Yeni yeni gerçekleştirilen gelişmeler henüz yasalar ile kontrol altına alınmadığından bu tür gelişmeler toplumda güç kavramının belirli bir kesimin elinde olmasına da olanak sağlamaktadır. Özellikle şirketleşme kavramının henüz gerçekleştirilmemesi, ekonomik açıdan devlet denetiminin henüz gerçekleştirilmediğinin de bir göstergesi olmaktadır. Tüm bu gelişmeler ticaretin her alanına hızla sıçramaktadır.

Sağlıktan, beslenmeye, tüketimden nüfus yapısına kadar bir çok açıdan değişime sebebiyet veren Endüstri Devrimi, sayesinde tıp biliminden gıdaya kadar bir çok alanda büyük yollar kat edilmektedir. Her biri birbiriyle bağlantılı olan bu gelişmeler sayesinde hızla artan nüfusun ihtiyaçlarına yanıt verebilecek, ortaya çıkan problemler ile başa çıkabilecek gelişmeler yaşanmaktadır. Örneğin kimya biliminde yaşanan değişimler sayesinde artan nüfus için gerekli gıda sağlanabilmektedir. Geliştirilen “pastörizasyon” sayesinde gıdaların saklanabilmesi olanaklı hale gelmektedir. Demiryollarının gelişmesi, büyük yük gemilerinin yapılması, elektrik kullanımı ve yeni soğutma tekniklerinin kullanımı, büyük tüneller sayesinde özellikle Avrupa'da mesafeler kısaltmakta, Süveyş Kanalı'nın açılımı ile 19. yüzyılın ikinci yarısında gerçekleştirilen bu gelişmeler sayesinde, Avrupa'ya gıdanın ucuz, çok miktarda ve çabuk gelmesi sağlanarak, Endüstrileşmenin sağladığı bu imkanlar ile beraber Avrupa'nın ihtiyaç duyduğu, gıda ihtiyacı çözülmektedir. Böylelikle artan nüfusun talepleri de karşılanmaktadır. Avrupa kıtasının ihtiyaçları dünyanın dört bir yanından karşılanmaktadır. Örneğin, Arjantin'den et, Avustralya'dan buğday, Brezilya'dan kahve başta olmak üzere birçok gıda Avrupa pazarında yerini

almaktadır. 1900'lü yıllara gelindiğinde globalleşmenin ilk adımları atılmaktadır (Sander, 2003).

Teknolojik gelişmeler ile beraber, okyanus ötesi ticaret imkanı bulan Kıta Avrupa'sı, dünyanın dört bir yanından ham madde sağlama imkanı bularak büyük ticari atak imkanı da sağlamaktadır. Bu imkanı sağlarken teknoloji de hızla gelişmekte yalnızca ulaşım ve üretim değil iletişim alanında da büyük gelişmeler yaşanmaktadır. Yaşanan teknolojik gelişmeler özellikle iletişim açısından önemli bir adımı oluşturmaktadır. Telefonun, telsizin, daktilonun, gazete kağıdının icadı gibi gelişmeler iletişim teknolojileri açısından büyük bir kapıyı aralamaktadır. Bu gelişmeler doğrultusunda günümüz iletişim teknolojileri için büyük bir adım atılmaktadır.

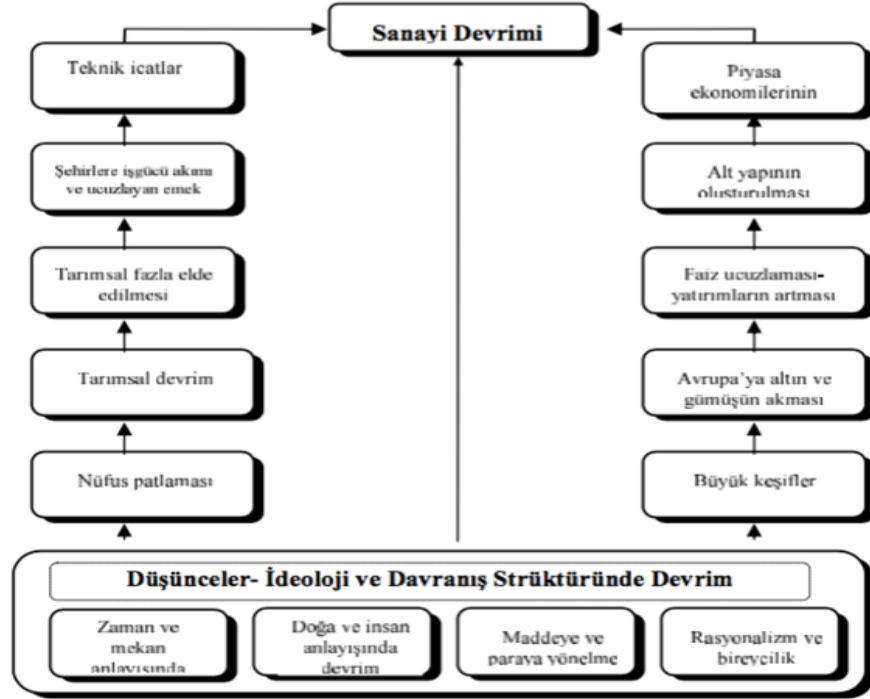
Sanayi Devrimi'nin etki ettiği bir diğer alan olarak ticareti vurgulamak mümkündür. Gelişen ulaşım teknolojileri sayesinde ticari yapılanmada da büyük değişimler yaşanmaktadır. Bu değişimin sonucu olarak da sömürgecilik anlayışı ele alınmalıdır. Sanayi teknolojilerindeki büyük gelişmeler her zaman olumlu sonuçlar doğurmayarak, kimi zaman savaşların ortaya çıkmasında etkin rol oynamaktadır.

Endüstri Devrimi'nin bir diğer sonucu olarak kitle toplumunu göstermek mümkündür. Fabrikaların yaygınlaşması ve işçilerin bu fabrikalarda toplanması ve fabrikaların kentlere kurulması ile kırsal alanlar yerine kentler önem kazanmaktadır. Bilimdeki gelişmelerin de etkisiyle nüfus artışı, artan nüfusun doğan ihtiyaçları, bu ihtiyaçları karşılamak için ortaya konulan çabalar ile 20. yüzyılda önemi artan kitle toplumunun özellikleri arasında yer almaktadır (Sander, 2003, s. 208).

Sanayi devriminin insanlık tarihi açısından iki büyük etkisinden söz eden başka bir kaynağa göre, ilk etkisi sürekli artan bir nüfus yapısının var olmasıdır. Ancak bu nüfus yapısı ekonomik etkenler ile birlikte artmaktadır. Böylelikle nüfusun artması ekonomik gelişime olumsuz etki etmemekte tam tersi olumlu bir gelişme sağlanmaktadır. Bir diğer etki ise ekonomik yapıya paralel olarak üretim çapında görülen büyüme gösterilmektedir. Daha fazla ekonomik güç, daha fazla ham madde ve üretim, daha yoğun bir ulaşım ağı, gelişen sanayi ve ticaret, daha fazla çalışan,

üretileen malı satmaya yarayan satıcılar ve malları tüketmesi istenen kitlelere ihtiyaç artmaktadır (Küçükkalay, 1997).

Şekil 1.1 Sanayi Devrimi ve Yaşanan Değişimler



Kaynak: Beşir Hamitoğulları, (1986)Çağdaş İktisadi Sistemler . Ankara : Savaş Yayınları, s.163

Tüm gelişmelerin birbirini tetiklediği bu dönemde yukarıdaki tabloda da gördüğümüz üzere sanayi alanında var olan değişimler sosyal hayatı da önemli düzeyde şekillendirmektedir. Sanayi devrimi ile birlikte gelirdeki artış bireyin günlük hayatını da etkilemekte, üretim ve tüketim döngüsünü biçimlendirmektedir. Ürettikçe tüketen bir toplum yapısının oluşması, ekonomik yapının canlı tutulması açısından önem arz etmektedir. Bireylerin daha ben merkezli ve ekonomik bazlı düşünmeye başlaması, paranın gündelik hayattaki öneminin artması gibi değişimler sanayi devriminde önem kazanan kitle toplumunun birer sonucu haline gelmektedir. Kitle toplumu kavramının temellerini gördüğümüz bu dönem bizi kitle kültürü ve kültür endüstrisi kavramlarına yöneltmektedir.

Tüm bu değişimler bizi günümüzde sıkça duyduğumuz bir diğer kavram olan küreselleşme kavramına götürmektedir. Bir zincirin halkası gibi bir birini tetikleyen gelişmeler sonucu ortaya çıkan küreselleşme, tüketim üretim dönüşümünü irdelemek için ele alınması gereken kavramlardan bir diğeridir.

Özellikle iş dünyası, siyaset ve medyada sıklıkla duyduğumuz küreselleşme, günümüzün en popüler terimi haline gelmektedir. Hemen her türlü alanda sıklıkla duyulan küreselleşme kavramı, bir çok düşünür tarafından farklı yönleriyle ele alınmaktadır.

Giddens, küreselleşmenin bireylerin her geçen gün artarak tek bir dünya içinde yaşadığını, hatta bireylerin, grupların ve ulusların birbirine bağımlı hale geldiği olgusuna değinmektedir. Küreselleşmeyi genellikle ekonomik temelli bir kavram olarak ele alındığını vurgulamakla birlikte, bunun da farklı açılardan ele alındığını ifade etmektedir. Örneğin, küresel üretim süreçleri, uluslar arası iş bölümü, ulus ötesi işletmeler açısından ele alındığı gibi, küresel finansal piyasaların elektronik olarak bütünleşmesi ve küresel sermaye fonlarının oluşturulması dahası dünya ticaretinin daha önce görülmedik biçimde türlü mal ve hizmeti içeren geniş bir kapsamda da incelendiği ifade edilmektedir (Giddens, 2012, s. 75-80).

Küreselleşmenin ortaya çıkmasındaki etkenlerinin temelinde sanayi devriminin olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Ancak daha derinlemesine bir açıklama getirmek adına ayrıntılı bir inceleme ile bu nedenleri ortaya koymak gerekmektedir.

Küreselleşmenin ortaya çıkma nedenlerinin arasında büyük bir etki ile iletişim ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler gelmektedir. Küresel iletişimdeki büyük gelişmeler telekomünikasyon yapısındaki değişimler ile beraber ile ticarete uluslar arası gelişmeler yaşanması mümkün kılınmaktadır (Giddens, 2012, s. 75-80). Tüm bu gelişmeler ileriki bölümlerde ayrıntılı olarak verileceğinden bu bölümde ele alınmamaktadır.

Küreselleşme konusunu derinleştirmek adına küreselleşmenin ekonomik boyutunun yanında kültürel boyutuna da değinmek gerekmektedir. Ekonomik boyutunun sosyal yaşam boyutunu da etki ettiği varsayımından yola çıkarak kültürel bağlamda yaşam alanlarına etkisini ifade etmek gerekmektedir.

Küreselleşme ve kültürü birlikte ele aldığımızda karşımıza değişim olgusu gelmektedir. Küreselleşme süreciyle birlikte, yerel kültürler ve geleneksel sosyal bağların zayıfladığını söylemek mümkün olmaktadır. Bu bağların zayıflamasıyla birlikte devlet yapılarında bir değişim söz konusu olmaktadır. Devletlerin içinde yer alan gruplar ve bireyler arasındaki ilişkinin yaygınlaşıp kolaylaştığı gözlemlenmektedir. Bir diğer etki de sınırların (fiziki ve sosyal), önemi azalmakta, bireysel talepler daha fazla ön plana çıkmakta ve toplumsal dayanışma zayıflamaktadır (Özkul, 2013, s. 135). Devlet yapılarında bu denli değişimin yaşandığı küreselleşme sürecinde, değişimin doğal sonucu olarak bireylerin yaşam biçimlerinin de etkilendiğini söylemek mümkün olmaktadır. Özellikle sınırların etkinliğinin azalması ile birlikte malların serbest dolaşımı sayesinde bireyler aynı ürünleri farklı ülkelerde tüketebilmektedirler. Aynı markaları satın alan, aynı tarz yaşayan çoğunluklar küreselleşmenin kültürel yapı üzerindeki etkisinin göstergeleri olmaktadır.

Küreselleşme ve kültürün birbirini tamamlayan iki olgu olduğu yaklaşımında yola çıkarak, modern dönem kültürünün sona erdiği ve onun yerine yeni bir kültürel ideolojinin inşa edildiğini ifade eden yaklaşıma karşın, bu iki olgunun birbirini dengelediğini savunan yaklaşımda mevcuttur. İlk yaklaşıma göre, modern dönemin bir özelliği olarak tekdüze tüketim kültürünün tüm dünyada hakim olmasını vurgularken, diğer yaklaşım ise, postmodern dönemin kültürel bir yansıması olarak, yerellik, mikro dincilik veya mikro milliyetçilik öne çıktığını öne sürmektedir (Özkul, 2013, s. 135).

Özellikle sanayi devrimi sonrası teknolojik gelişmeler sayesinde deniz aşırı ülkeler ile ticaretin yoğunlaşması, ham madde sağlamadaki sıkıntıların giderilmesi, küresel iş gücünün kullanımı gibi etkiler sayesinde tüm dünyanın ortak hareket edebilmesi söz konusu olmaktadır. Özellikle büyük sermayelerin tüm dünya üzerinde hakim olabilecek bir ekonomik güce sahip olması, dünyaca ünlü markaların ortaya

çıkmasında etkin olmaktadır. Mc Donalds, Nike, Adidas, Iphone, Samsung gibi dünya devi markalar küreselleşme sürecinde kültürel yayılmanın en önemli göstergelerini oluşturmaktadır. Bu markalar, ürettikleri mal ve hizmetler aracılığıyla hemen hemen tüm dünyaya üretim yapmakta ve dünyanın her yerinden insanların bu ürünleri ortak bir biçimde tüketmesini olanaklı kılmaktadır.

Aynı ayakkabının giyinilmesi, aynı hamburgerin yenilmesi aynı teknolojilerin kullanılması sayesinde kültürel benzeşmeler ve yeni yaşam tarzları ortaya çıkmaktadır. Küresel kültürün bir parçası olarak da haberleşme imkanlarını göstermek mümkündür. Günümüzde tüm dünyanın aynı anda bilgilenmesini, aynı anda olaylardan haberdar olmasını sağlayan iletişim teknolojilerinden söz etmek mümkündür. Böylelikle kültürel etkileşim yoğun olarak yaşanmaktadır. Tüm bunlar küreselleşmenin sonucunda ortaya çıkan sonuçlardır.

En önemli sonuç olarak da tüketim olgusunu göstermek mümkün olmaktadır. Küresel dünyada Mc Luhan'ın deyimiyle bir 'global köy'den söz etmek mümkündür. Bir sonraki konumuz olan tüketim kültürü ve kültür endüstrisi de küreselleşmenin kültür üzerindeki etkisi açısından önem arz etmektedirler.

1.3.2 Kültür Endüstrisi ve Tüketim Kültürü

Tüketim üretim dönüşümü başlığı altında tanımlamaya çalıştığım tüketim ve tüketim kültürü konularına biraz daha ayrıntılı olarak değinmek gerekmektedir. Özellikle kültür endüstrisi ve Frankfurt Okulu kavramlarını da tüketim kültürü ile açıklamak gerekmektedir.

Frankfurt Okulu 1920'li yıllarda Almanya'da genel eğilime karşı bir akademi olarak Marksist araştırma yöntemlerini benimseyerek, Alman iş adamı Felix Weil tarafından desteklenerek kuruldu. Farklı alanlardan birçok araştırmacıyı bünyesinde bulunduran Enstitü üyeleri arasında, Max Horkheimer, Theodor Adorno, Leo Lowenthal, Herbert Marcuse ve Walter Benjamin yer almaktadır. Almanya'da çalışmalarını sürdüren bu bilim insanları, Hitler'in iktidara gelmesinden sonra, özellikle Yahudi üyeleri ve Marksist yapıya eğilimi olan araştırmacılar hedef olarak görülmektedir. Bu nedenden dolayı araştırmacılar Amerika Birleşik Devletleri'ne

göç etmek durumunda kalmaktadır. 1934 yılında Colombuia Üniversitesi yakınında yeni yerini kurup, 1949 yılında ise Batı Almanya'ya geri dönerler (Mutlu, 2010, s. 221) .

Marksist düşünce ile hareket eden bu enstitü üyeleri, Marx'ın 'kültürel üstyapı' olarak ifade edilen, üretim ilişkileri ve ekonomik temel üzerine kurulu olan kültürel yaşamı konu almaktadırlar. İnceleme konuları ruhsal yaşam değil tam tersi gerçek yaşam maddi dünya olarak ifade etmek mümkündür. Kültürel üretimi ele alış biçimleri ise kitleleri yatıştırmak adına kapitalizmden fayda sağlayan eril burjuvazinin karlarını arttırmak adına kitleleri sessiz kılabilmek için kullanılan bir endüstri olarak kullanılmaktadır (Mutlu , 2010, s. 221).

Bir önceki bölümde sanayi devriminin sonucu olarak ortaya çıktığı ifade edilen kitle toplumu, kitle kültürü yada bir diğer adıyla kültür endüstrisi açısından ele alınması gereken önemli bir kavramdır. Kitle toplumunun bir sonucu olarak ortaya çıkan kitle kültürü, kültür endüstrisi adı ile anılmaktadır.

1.3.3 Kültür Aktarımı Sürecinde İletişim

İletişim kavramının kapsamı oldukça geniş olduğunu söylemek mümkündür. Birçok disiplinin kesişim noktasında yer alan iletişim, özellikle felsefe, tarih, coğrafya, psikoloji, toplumbilim, ekonomi, siyaset gibi değişik bilimlerin tartışma noktası olmaktadır (Mattelart & Mattelart , 2013, s. 7).

Farklı alanlarda kullanıldığını ifade ettiğimiz iletişim kavramı kullanıldığı alanlara göre farklı anlamlar da taşımaktadır. Bu nedenle iletişim kavramının öznel bir tanımının yapılması mümkün olmamaktadır. Genel bir perspektiften baktığımızda iletişim denildiğinde aklımıza, bireyler arası iletişim ve bu amaçla kullanılan araçlar gelmektedir. Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre iletişim, duygu ve düşüncelerin, akla uygun şekilde başkalarına aktarılması, bildirim ve haberleşme olarak tanımlanmaktadır.

Toplumsallaşmanın en temel unsuru olan iletişim, toplumsallaşma aracı olarak işlevsellik gösteren kurumlar tarafından da kullanılmaktadır. Özellikle kitle iletişim araçları ile gerçekleştirilen kitle iletişimi, çok geniş kitlelere kısa sürede ulaşma imkanı sunmaktadır. Latince Communis kelimesinden türeyen Communication kavramının karşılığı olarak kullanılan İletişim, kişiler arasında gerçekleştirilen bir anlam yüklü simgeler gönderimi, alımı, işlenimi gibi süreçleri ifade etmektedir. Bizdeki anlamı bireyselliğe vurgu yaparken Latince anlamında communa de communis ile bir ortaklıktan toplumsallaşmış olmayı, birlikteliği ifade etmektedir. Özetle iletişim bireyin toplumsallaşmasının bir sonucu olarak ortaya çıkmakla birlikte, bir kişiden diğer kişi ya da kişilere bilgi iletilmesi, bir düşüncenin paylaşılması veya bir davranışın aktarılması olarak tanımlanmaktadır (Bektaş, 2000, s. 99).

Başka bir yaklaşıma göre iletişim, insanın biyolojik, psikolojik ve toplumsal varlığını sürdürebilmesi ve geliştirebilmesi için gerekli olan düşünsel ve ilişkisel faaliyetlerin bir bütünüdür. Yaşam belirtilerinin var olduğu her yerde bu belirtilerin bir gereği olarak iletişimde var olmak durumundadır. Çünkü iletişim canlıların yaşamları ve ilişkilerini sürdürülebilmesi için bir gerekliliktir. İletişimi açıklayabilmek adına iletişimsel eylem kavramından söz etmek gereklidir. İletişimsel eylem, iletişime ait olduğu görülen bir faaliyettir ve bir mesaj çeken yazı yazan veya konuşan insanın yazma ve konuşma faaliyeti gibi eylemler iletişimsel eylemdir. İletişimsel eylem iletişim değildir, iletişimi gerçekleştirmek için sağlanan bir faaliyettir. İletişim yeteneğine sahip olarak doğan insan tüm ömrü boyunca iletişim ile donanarak yaşamını sürdürür (Erdoğan, 2011a).

İletişimsel eylemler gereksinim gidermeyle ilgili olduğu için ve gereksinimler de sosyal hayat içinde, giderildiğinden ve karar vermeler ve uygulamalarla yapıldığı için daima siyasal eylemdir. İletişim, sadece insanın fiziksel varoluşunun değil, aynı zamanda toplumsal varoluşunun da zorunlu koşuludur. Toplumda, hiçbir insan faaliyetinin gerçekleşmesi ve bu faaliyetin içeriğinin doldurulması iletişim olmaksızın sağlanamaz. Toplumsal varoluş, insanların yaşamların birlikte üretimini anlatır. Dolayısıyla, toplumsal varoluşta, tüm doğal gereksinimler, insanın toplum içinde sosyalleşerek gerçekleştirdiği faaliyetlerden geçerek karşılanır. Bu bağlamda iletişim, sosyalleşen insanın toplum içinde kendisini yeniden üretmesinin

ifadelerinden biridir ve tüm diğer ifadelerde de vardır. Bu durumda iletişim, toplumun yeniden üretimini sağlayan gerekli her şeyi kurma, sürdürme, geliştirme, dönüştürme ve içeriğini doldurma olasılığı veren fiziksel ve düşünsel faaliyetleri anlatır. Yani, iletişim, insan faaliyetinin bütünleşik bir parçası olarak, üretilir, yayılır ve tüketilir; her iletişim faaliyetiyle elde edilen fayda, sonuç çeşitli şekillerde bölüşülür ve paylaşılır. Elbette ki iletişim kavramı içinde yaşanan çağ ile doğrudan ilişkili bir kavramdır. Her dönem tarafından yeniden şekillenen araçlar ile iletişim de farklı bir boyut kazanmaktadır. İletişim kurabilmek için işaretler, semboller ve sözcükler kullanılmakla birlikte, vücut dili (el, kol ve mimikler) de birer iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. İlkel ve çağdaş toplum yapılarında da iletişim biçimleri farklılık göstermektedir. Semboller ve işaretlerin kullanımının daha yaygın ilkel toplumlardan, sözcüklerin daha yaygın kullanıldığı çağdaş toplumlara geçilirken gereksinimlere göre iletişim biçimlerinin değiştiği de gözlemlenmektedir (Bülbül, 2000, s. 2).

Geçmişten günümüze iletişimi tanımlamak için birçok tanım kullanılmaktadır. Oskay'ın tanımı ile iletişim, insanın varlık sürdürme biçiminin bir ürünü ve insanın varlık sürdürme biçimindeki gelişmelere göre değişimlere uğrayan insana özgü bir olgudur (Oskay, 1997). İnsanlar da bütün canlılar gibi doğa ile etkileşim kurarak varlıklarını sürdürürler ancak insan tüm varlıklardan farklı olarak bu etkileşime kültürünü ekler. Araç ve gereçlerden, faydalanma biçimine, bunlara verdiği değerden, iş görme biçimine kadar geniş bir alanı kapsayan kültür ile insanın doğa ile olan etkileşimini güçlendirmektedir. İletişim denilince ilk olarak bireylerin bir birleriyle arasındaki sözel iletişim aklımıza gelmektedir. Ancak iletişim yalnızca sözel bir olgu değil, insanlar arasındaki sözel iletişim dışında var olan kodlanmış bir iletişim biçiminden de söz etmek mümkündür.

Ancak bu tanımların ötesinde iletişim kavramının değişmesinde önemli katkısı olan iletişim araçlarındaki gelişmelerin ele alınması, iletişimin tarihsel serüvenini ortaya koymak açısından önem arz etmektedir. İletişim araçlarındaki değişimler özellikle teknolojik gelişmeler ile doğrudan bağlantılı olmak ile birlikte sanayi devriminin önemli sonuçlarından birini teşkil etmektedir. Bu değişimlere değinmeden önce ilkel dönemden başlayarak iletişimde araç olarak kullanılan yöntemlerin kısaca ele alınması gerekmektedir.

Sözlü, Yazılı ve Görsel Kültürün Dönüşümü

Bilgi ve haberlerin karşılıklı olarak değiştirilmesi ile ortaya çıkan iletişim, bir edininim olarak tanımlanmaktadır. Atalarımızın sözsüz jestler ve evirilen bir konuşma dili sistemi ile iletişim kurduğu dönemden, yaşamın karmaşık hale gelmesiyle ortak bellekten daha fazlasına ihtiyaç duyulmaktadır. İletişimdeki artış ile iletişim araçlarının ortaya çıkmasını sağlayarak, hacmi artan verilerin depolanması ve gerektiğinde yeniden kullanılmasını sağlayacak araçların gelişimine yol açmaktadır. İnsanlık kendi iletişim alanını ihtiyaçları doğrultusunda iletişim araçları geliştirerek genişletmektedir. Tarih öncesi döneme ait iletişim aracı olarak nitelendirebileceğimiz bir çok bulguya rastlanılmaktadır. Buz çağı sonlarına ait olduğu düşünülen, kemikten yapılan araçlar, heykelcikler ve duvar resimleri gibi. Yazının icadından yaklaşık 25 bin yıl önce imgelerin kullanılarak kayıtlar tutulmaya başlanılmaktadır. Buz çağında imgelerin ve simgelerin ritüel kullanımına ait kanıtlar olmakla birlikte tarih öncesi dönemde sözsüz de olsa iletişimin var olduğunu kanıtlayan veriler bulunmaktadır (Crowley, 2010, s. 18-34).

Yazının icadından yıllar öncesine rastlanan imge ve simgeler bireylerin iletişim kurarken kullandıkları iletişimin sözlerden ibaret olmadığını göstermektedir. Bireyler iletişim kurarken yazınsal dönemden önce de çeşitli imgeler ile birbirleri ile iletişim gerçekleştirmektedir. Tarih öncesi dönemde var olan bu tür simgeler insanoğlunun ihtiyaçlarını gidermek için iletişimsel yöntemler geliştirdiğini göstermektedir.

Yazınsal döneme geçerken önem kazanan simgeler, düşünceleri kavramamızı, ifade etmemizi ve aktarmamızı sağlayan şeylerdir. Örneğin ölümün simgesinin siyah, yıldızlarla süslü bayrağın Amerika Birleşik Devletleri'nin simgesi olması gibi. İşaretler ise, daha dar bir anlam taşıyan, kesin ve açık anlamlıdır. Örneğin "Bir" sayısının temsil eden işaret olarak 'I' kullanılması gibi. İnsanoğlunun var olduğu günden beri simgeler kullanılmakta ve insanlar işaretler aracılığı ile bilgilerini, deneyimlerini ve inançlarını taşımaktadırlar. Bu sayede iletişim kurulmaktadır. Ayrıca kültürlerin aktarılma sürecinde de gerek simge gerekse işaretler önemli bir rol oynamaktadır (Crowley, 2010, s. 35-36).

İlk insanın kendi doğası ve çevresiyle işaretlerle, oklarla, ağaç mızraklarla, taşlarla ve basit seslerle gerçekleştirilen yer bakımından aynı yerdeliğe” ve zaman bakımından ise “aynı andalığa” bağımlıdır. İlk insanın iletişimde kullandığı araçlar, doğada buldukları taşlar, ağaç parçaları ve kemikler gibi doğa tarafından işlenmiş maddelerdir (Erdoğan, 2011a, s. 104). İnsanoğlunun iletişimsel ihtiyaçları onları yeni arayışlara yönlendirir. Böylece iletişim kurabilmek adına doğada var olan yada kendi imkanları doğrultusunda oluşturulabilecek yöntemler kullanılır. Doğada var olan maddeler aracılığı ile simgeler kullanılarak iletişim kurulur. Dönemin en etkin iletişim yöntemi ise yine sözlü iletişim olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yazının icadından önce bilgi ancak tek bir kanal ile aktarılmaktadır. Bu kanal: insan hafızasından destek alarak var olan ‘söz’dür. Sözlü dönemin önemini ifade etmek açısından Yunanlı maraton koşucusunun öyküsüdür: İsa’dan önce 490 yılında, Yunanlıların Perslere karşı kazandıkları zaferden sonra ulak, Atina’ya kadar 42 bin 195 kilometre koşar, orada ülkesinin zaferini bir nefeste anlattıktan sonra yaşamını yitirir. Bu olay önemli haberlerin daha çabuk ve daha tehlikesiz bir biçimde iletilebilmesinin farklı yollarının aranmasına neden olur. Çözüm olarak bulunan yöntemlerden biri, birbirini gören yerlere yerleştirilmiş ve önceden belirlenmiş kol işaretleri ile mesajı ileten postacılarıdır (Jeanneney, 2006, s. 22). Böylelikle yazılı kültüre geçmeden önce iletişim kolaylaştırmak adına çeşitli alternatiflerin kullanıldığını söylemek mümkün olmaktadır.

Sözlü kültürden yazılı kültüre geçmek açısından sözlü iletişimle ilgili daha ayrıntılı bir söyleme ihtiyaç bulunmaktadır. Sözlü iletişim ile sadece o an yaşanmamakta aynı zamanda sözlü iletişim ile insanların belleklerinde bir kayıt mekanizması işletilmektedir (Erdoğan, 2011a). Bu kayıt mekanizmasının yeterli olmadığı durumlarda yeni bir arayış olarak imgeler ve simgeler yoluyla kayıtlar tutulmaktadır. Bu ihtiyaçlar doğrultusunda yeni arayışlar yeni çözüm yolları denenmektedir.

İnkalar, yeni bir yere yerleştikleri dönemde öncelikle nüfus sayımı yaptırıp, sonuçlarını quipular aracılığıyla kaydetmektedirler. Bunun gibi üretim yaptıkları bir çok ürün ve vergi miktarları gibi önemli hususlarda yine bu quipular aracılığıyla kaydedilmektedir. Yönetimin el değiştirdiği dönemlerde yeni liderler, öncekilerin başarılı işlerini yeniden değerlendirmek amacıyla quipular üzerinde var olan bilgilere başvurmaktadır. Bu yöntem sayesinde başarılı bir devlet anlayışı sürülmektedir.

Quipalar, Güney Amerikanın And bölgesinde Antik İnka tarafından kullanılmış bir iletişim aracıdır. İpler kullanılarak geliştirilen bu yöntem, için renklerle farklılaştırma yoluna da gidilmiştir. Renk kodlaması sayesinde karışıklıklar önlenmektedir. Tıpkı trafik ışıkları gibi günümüzde de trafik ışıkları bir karmaşa yaratmaksızın herkes için aynı anlamı taşımaktadır. Evrensel bir anlam taşıyarak kırmızı dur yeşil geç olarak tüm ülkelerde trafik düzenlemesi yapmaktadır (Crowley, 2010, s. 61-63). Düzen sağlamak ve önemli bilgileri kayıt altına alma ihtiyacı insanları yeni arayışlara yönlendirmiştir. Bu arayışlar sonucu medeniyetler kendi yöntemlerini geliştirerek düzen sağlayıcı bir sistem kurmuşlardır. Bu durumda yalnızca İnkalar değil başka medeniyetlerde de bu tarz yöntemlere başvurulmaktadır.

M.Ö. 2700 ve 1700 yılları arasında varlığını sürdüren Sümerler de kendilerine özgü bir yöntem ile devlet işlerini kayıt altına almışlardır. Sümerli katipler, kullandıkları kil ile bir posta pulundan bir yastığa kadar çeşitli boyutlarda tabletler yapacak biçimde yoğurarak, kili içinden bir ip parçası geçirerek tablet üzerinde düzenleyici çizgiler çekerdi. Tablet daha sonra kayıt tutmak için hazırlanır ve çivi ile kazıma yöntemi ile kayıt tutulmaktadır. Eğer yapılan iş bitmeden tablet kurur ya da tablette yer kalmazsa başka bir tablet kullanılır ve işlem bittikten sonra tablet güneşte yada ateşte iyice kurutularak kalıcılık sağlanmaktadır. Mısır'da ise Papirüs adında farklı bir yöntem kullanılmaktadır. Bataklık çöküntülerinde yetişen bir sazın iç kısmından elde edilen papirüs, iyice çekiçle dövülerek bir yaprak elde edilmektedir. Bu yapraklar birleştirilerek yaklaşık büyük bir yaprak elde edilebilmektedir. Mısırlı katipler fırça ve mürekkep kullanarak sağdan sola yazarlardı (Crowley, 2010, s. 63). Tüm bu çabalar yönetimdeki karmaşık yapıyı çözümlmek için olsa da iletişim araçlarının geliştirilmesi açısından önem arz etmektedir. İhtiyaçlar sonucunda yeni yollar yeni yöntemler deneyen insanoğlu kendi döneminin imkanları doğrultusunda yeni iletişim araçları geliştirmeyi başarmaktadır.

İnsanlık tarihinin mihenk taşlarından biri olarak yazının bulunması gösterilebilir. İnsanlık tarihi açısından en önemli gelişmelerden biri olarak kabul edebileceğimiz yazının bulunması, mevcut bilgilerin kuşaktan kuşağa aktarımını sağlamak açısından da önemli bir gelişmedir. Bilgilerin korunması ve arşivlenmesinin yanı sıra bilgi, beceri ve tecrübelerin tekrar tekrar üretilmesinin önüne geçerek, eski bilgi, beceri ve tecrübelerin üzerine yenilerinin eklenmesine imkan sağlamıştır.

İnsanların, konuşma dışında duygu ve düşüncelerini anlatabilmek için kullandıkları, belli işaretler ve işaret sistemlerinden oluşan yazı, insanoğlunun en önemli icatları arasında sayılmaktadır. Özellikle bilim dünyasının gelişmesinde etkin rol oynayan iki icat olduğunu ifade eden düşünürler; bu icatları tekerlek ve yazı olarak ifade etmektedir. Yazının icadı tek bir şahıs olarak ifade edilememektedir. İnsanlığın ortak eseri olarak ortaya çıkan yazı; binlerce yıllık bir gelişme sonunda bugünkü haline dönüşmüştür. İhtiyaç olarak ortaya çıkan yazının tarihi, Yontma Taş Çağı'na dayanmaktadır. O dönemde insanlar ihtiyaçları doğrultusunda haberleşme sağlamak ve kültürel aktarım için çeşitli şekillere başvurmuştur. Bunun için ise öncelikle resim kullanılmıştır. İlk yazılar olarak ilkel resimleri sayabiliriz İlk yazıların bazı resimlerden meydana gelmiş olmasının yanı sıra, ilk sayılar da iplere yapılan düğümler, ağaç dallarına vurulan çentikler, taşlara kazılan oyuntularla belirtilmiştir. Bilgi ve ihtiyaç çoğaldıkça eşyayı ve kavramları ifade eden resimlerde de pratikleşme yoluna gidilmiş; bunun sonucu olarak yalnız somut şeyler değil, soyut şeylerin de ifade edilmesine çalışılmıştır (Özbay, 2005, s. 67).

1.4 İletişimin Tarihsel Serüveni

İletişim tarihsel serüveni açısından önemli bir gelişme olarak matbaanın icadı gösterilebilir. Özellikle bilginin kalıcılığının sağlanması açısından da önemli bir gelişme olarak gösterilmektedir. Hem yönetsel hem de entellektüel bilgi birikiminin sağlanması açısından matbaa bilimin ve sosyal hayatın gelişmesini sağlamaktadır.

Kağıt milattan sonra 1. yüzyılda Çin'de icat edilmiştir. Batı Avrupa'ya geçişi ise 12. yüzyılı bulmuş, imalatı ise 13. yüzyılı bulmaktadır. 12. yüzyılda Batı Avrupa'ya girmesine rağmen, kağıdın imkanlarından faydalanmak 400 yıl kadar zaman almıştır. Katipler ve el yazmaları geleneği sayıların biçiminin standartlaşmada ve kullanımını yaygınlaştırmayı sağlayıcı metinler oluşturmakta başarı elde edilememiştir. Matbaa bu noktada başarı sağlamaktadır. Bilim ve ticari yaşam bu açıdan matbaadan hemen faydalanır. Yalnızca kağıt icadı ile değil, değiştirilebilir oyma ahşap bloklarla baskı tekniği oluşturmak da yine Çin'de ortaya çıkan bir tekniktir. Bu açıdan insanlık tarihi Çin'e borçludur. Çin hem okur yazarlık hem de araştırma ve geliştirme açısından gelişmiş bir uygarlık olarak tarihte yerini

almaktadır. İpek ve bambu gibi temini kısıtlı maddeleri araç olarak kullandıklarından, alternatif bir arayış içine girerek kağıt icadı sağlanmıştır. Blok baskısı sekizinci yüzyılda başlar ve Avrupa karanlık çağ dönemini yaşarken, Çin basılı kitap üretimini gerçekleştirmektedir. Avrupa ise blok baskıyı Moğol fetihleri ile birlikte keşfetmiş ve kullanımı ise 14. yüzyıla denk gelmektedir (Crowley, 2010, s. 143).

Gtunberg ve Matbaanın İcadı,

Uzak Doğu'da yaşanan bu gelişmelerden sonra Batı'da da bu alanda farklı gelişmeler yaşanmaktadır. 1400 yılında Almanya'da varlıklı bir ailenin çocuğu olarak doğan Gtunberg babasının vefatından sonra Hollanda'nın Harlen kentinde yaşamaya başlar ve burada ustalarından kalıp basmacılığı tekniklerini öğrenir. Strasburg'da yaşadığı dönemde bu teknikleri geliştirerek, ilk, orta ve lise öğrencileri için Latince dilbilgisi kitabı basar. Ancak bu teknik hem zahmetli hem de masraflı olduğundan yeni bir teknik geliştirme gayreti içerisine girer. Kelime ve cümleleri tahtaya yazmak yerine her bir harfi bir tahta ya da maden parçasına kazıyıp, onları yan yana dizerek satır oluşturmanın aha kolay ve ekonomik olduğunu fark etmesi üzerine bugünkü matbaanın temelleri atılmıştır (Küçükcan, 2006, s. 158).

1438'de Strasbourg'da Gutenberg tarafından matbaanın bulunuşu, kâğıt, yağ temelli mürekkep ve basım teknolojisindeki birikmiş bilgileri bir araya getirerek basmanın ve kopyanın hızlanmasını sağladı. Basım teknolojisinin gelişmesi başlarda büyük bir dönüşüm getirmede. İlk basılan kitaplar İncil ve dini kitaplardı. Avrupa'da çoğu insan okumayı bilmiyordu, ancak pazar meydanlarında okuyucuların okumalarını dinleyerek kitaba ulaşabiliyorlardı. 1500 yılına gelindiğinde Avrupa'da 35,000 kitap ve 20 milyon kopya üretmiş olan 1000 basımevi bulunmaktaydı (Erdoğan, 2011b, s. 342).

Matbaanın icadı genel halk kitlesi üzerinde anında bir etki yaratmasa da uzun vadede insanlık tarihi açısından önemi azımsanamaz boyuta ulaşmaktadır. Özellikle siyasal, ekonomik, sosyolojik, felsefi ve edebi açıdan büyük etkiler yaratmaktadır. Bu etkiler bilimsel olarak ortaya konulmamakla birlikte farklı biçimlerde yorumlanmaktadır. Ancak burada matbaanın etkilerinden ziyade gelişmesinin iletişim bilimleri açısından ele alınması bizim çalışmamız açısından önem göstermektedir. Bu açıdan bakıldığında kuşaktan kuşağa bilgi ve deneyim

aktarılması kültürel mirasın paylaşımı noktasında önemli bir yere sahip olduğunu ifade etmek mümkündür.

Basımcılığın gelişmesiyle birlikte iletişim modelleri dönüşmekte ve bu sayede olayları bildiren, siyasi ve ticari özelliğe sahip olan bir sürü süreli yayın ortaya çıkmıştır. Böylelikle Avrupa’da birkaç düzenli iletişim ağı kurulmuştur. Bunlardan ilki Katolik Kilisesi tarafından kurulan ve denetlenen yayın ağı, ruhban sınıfı ve siyasi seçkinler ile iletişimi sağlayan bir iletişim ağıdır. Diğeri ise devletin yönetimi ve huzuru sağlamak için kullandıkları farklı devletler arasında kullanılan bir iletişim ağıdır. Üçüncü ağ ise, ticari etkinliğin merkezleri arasında kurulan iletişim ağıdır. Böylelikle iş dünyasında ve büyük ticaret merkezleri arasında etkin iletişim sağlanmaktadır. Müşterilerine ticari bilgiler sağlayacak bir iletişim ağı oluşturmuşlardır. Son olarak da kasabalara ve köylere giden tüccarlar, seyyar satıcılar, öykü anlatıcıları, halk şarkıcıları gibi gezginler aracılığıyla bilgi taşınmasıdır. Böylelikle uzak yerlere bilgi taşınma imkanı doğmaktadır. Onbeşinci, onaltıncı ve onyedinci yüzyıllarda iletişim ağlarında önemli değişiklikler yaşanmıştır. Örneğin düzenli posta yönteminin kurulması, 1464 yılında XI. Louis tarafından kraliyet postası kurulur ve özel kişiler bu hizmeti para karşılığında kullanma imkanı bulmaktadır. 18. yüzyıla gelindiğinde ise halka açık hizmete geçilmiştir. Bir diğer önemli gelişme ise matbaanın haber üretimi ve yayınlanması için kullanılmasıdır. Matbaanın buluşundan hemen sonra kitap, broşür, ilan kullanımı başlamıştır. Ancak bu kullanım düzensiz ve kısıtlı konular üzerine tek sayfadan oluşmaktadır. Düzenli bir haber kaynağı olarak kullanımı ise 16. yüzyılın ikinci yarısında gerçekleşmektedir. Böylelikle modern gazetenin temelleri 1600’lü yılların başlarında atılmaktadır (Crowley, 2010, s. 174–175). Tüm bu gelişmeler matbaanın iletişim aracı olarak kullanılmasını özetlemektedir.

Elektrik ve Kablolü Dünya’nın Oluşumu: Telgraf ve Telefon

Ulaşımaya dayalı iletişim modelinden iletimize dayalı iletişim modeline geçiş olarak sayabileceğimiz bir gelişme olan telgraf icadından önce farklı uygulamalara da başvurulmuştur. Konuşan davullar, duman işaretleri , gemiden gemiye ve gemiden kıyıya bayraklarla iletişim sağlamak telgrafın icadından önce haberci kullanmadan iletişim sağlayan araçlardır. Fransa’da Chappe telgrafı adlı sistem sayesinde birkaç cümlelik mesajları iletme imkanı bulunmaktadır. Bunun gibi bir çok çalışma başlatılmıştı (Crowley, 2010). Chappe’nin önerisiyle Paris ve Lille arasında

23 iletme istasyonundan oluşan bir hat kurulmuş ve istasyonların tepelerine hareketli ışıklı dikey direkler dikilmiştir. Böylelikle alfabeyi ve belli mesajları anlatan şekil kodlarıyla bir istasyondan diğerine haber aktarımı sağlanıyordu. 1838’de Samuel Morse, sonradan Morse alfabesi denilen şifrelerle mesaj gönderen teknolojisini geliştirdi (Erdoğan, 2011a, s. 350).

Resim ve Heykel Profesörü olan Samuel Morse, sanatın dışında bilime de ilgi duyan bir akademisyendir. Joseph Henry’nin 1.5 kilometrelik uzunluğunda bir tel boyunca güç geçirmeyi başaran buluşundan esinlendi. Aslında Joseph Henry ilk kez 1831 yılında telgraf çalışması yaptı ve bu çalışmaya patent almadı. Bunun üzerine 1836 yılında Morse, çalışan ilk telgraf örneğini bitirdi ve bu telgraf ortalama 13-14 metre gibi çok kısa bir uzaklıkta çalışmaktaydı. İlk denemesini de üniversitede gerçekleştirdi. İlk mesaj ise salondaki insanlara oldu “dünya dikkat” (Öztürk, 2014, s. 52). Morse telgraf icadına en büyük katkısı ise oluşturduğu özel kodlardır. Kendi adını taşıyan bu alfabetik sistem sayesinde mesajlar bir şifreleme yöntemiyle karşı tarafa iletilmektedir.

1840 yılında telgrafın icadıyla birlikte sözcükler, kıtanın etrafının kablolarla çevrilmesine yol açan bir ağ aracılığıyla iletilen elektriksel vuruşlara dönüştürüldü. Mors koduyla nokta ve çizgilerden oluşan bu vuruşlar ile birlikte demiryolunun ulaştığı her noktaya telgraf ile de ulaşılma imkanı sağlandı. Telgrafın icadı, ticaret hayatı açısından da öneme sahiptir. Ticari yaşamda yönetici durumunda olan telgraf emirlerin iletilmesi, lojistik işlerinin yürütülmesi, yapılan çalışmaların aktarılması gibi bir çok açıdan ticaret dünyasına yeni bir boyut kazandırmıştır (Crowley, 2010, s. 182). Ayrıca telgraf iletişim aracı olarak gazetecilik anlayışına da yeni bir boyut kazandırarak, haberin paylaşımı noktasında kullanımı yaygın hale gelmektedir. Böylelikle bugünün haber ajansı yaklaşımının da temelleri o dönemlerde atılmıştır.

Bir diğer önemli iletişim aracı olarak telefonu göstermek mümkündür. Telefon da telgraf gibi gelişen teknoloji ile birlikte ortaya çıkan yeni bir iletişim aracı olarak toplumsal yapı üzerinde önemli gelişmelerde etkin olur.

Birbirinden uzak yerlerde bulunan kişiler ve düzenekler arasında bilgi alışverişini sağlayan elektrikli ses alıp verme aygıtı olarak tanımlanan telefon, ağızdan çıkan ses dalgalarının önce elektrik sinyallerine çevrilmesi ve ardından bu sinyallerin çeşitli gönderme yöntemleriyle uzağa iletilmesi ile elektrik sinyallerinin

yeniden kulakla duyulabilecek ses dalgalarına çevrilmesi yöntemi ile çalışmaktadır. İlk zamanlar şehirlerde kurulan telefon şebekeleri daha sonra şehirlerarası ve sonrasında da uluslararası düzenekler durumuna dönüşmüş ve uydular aracılığıyla dünyanın her köşesinin birbiriyle iletişime imkan vermektedir.

Telefon teknolojisi ise ilk olarak telgraf sistemine benzer iki bağlantı üzerinden konuşulacak şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Zamanla geliştirilen yeni teknikler ile operatör kullanılmadan yapılan otomatik aramalara geçilmiştir

İlk kez söz iletimini sağlayan telefon, 1876 yılında Graham Bell tarafından gerçekleştirilmiş bir aygıttır. Bu aygıtta mikrofon, titreşen bir zarın taşıdığı ve pile seri ile bağlı asitli su içinde daldırılan çok hafif metal uçtan oluşmaktadır. Bell'in telefonu bulmasından bu yana geçen yıllar içinde bir çok gelişme de yaşanmıştır (Gönenç, 2007).

Telefon ve telgraf bazı benzerlikler farklılıklar taşımaktadır. Ancak bakıldığında her iki iletişim aracı da insanlık tarihi açısından önemli bir gelişme olarak kayıtlara geçmektedir.

Telgraftan sonra önemli bir adım olarak hayatlara giren telefon, 19. yüzyılın sonlarında hayatlara girmiştir. Ses sistemi sayesinde telgraf sahip olduğu bir takım olumsuzlukları aşma imkanına sahip olur. Okuma yazma ve mors kodunu bilme gibi bir takım gereksinimler isteyen telgrafın tersine telefon hızla evlere kadar yayılma imkanı bulur. Öncelikle telgrafın yaygın olduğu yerlerde kullanılmaya başlanan telefon, uzmanlık gerektiren telgrafçılara ihtiyaç olmadan anlaşmayı sağladığı için bir adım öne çıkma şansına sahip olur. Telgraf ve telefon hem bir birlerine rakip hem de tamamlayıcı olurlar. Telefon hızlı ve çift yönlü iletişim imkanı sunarken, telgraf ayrıntılı ve niceliksel bilginin iletilmesini kolaylaştırarak birbirlerini tamamlama özelliğini sahip olurlar (Crowley, 2010, s. 183). Ancak zamanla telefon daha da yaygınlaşarak önemini artırır.

Elektrik üzerine kurulu olarak iletişimi sağlayan telefon, yeni uzmanlık alanlarının doğmasına yol ağmıştır ve elektriğe dayalı okuryazarlığın kurulmasına olanak sağlamıştır. Bir diğer nokta ise popöler basın aracılığıyla oluşturulan bir kamuoyu oluşturma ve popöler költür ortamının sağlanmasını olanaklı hale getirir (Crowley, 2010, s. 184).

Radyo ve Televizyon Alanındaki Gelişmeler

Radyo yayını elektromanyetik dalgalar (Hertz dalgaları), enerjisi aracılığı ile bir olayın, bir iletinin (ses-müzik) topluma ses yolu ile aktarılmasıdır. Bir başka deyişle, kulakla duyulabilecek sinyallerin radyo frekansları aracılığı ile boşlukta yayılması ve bunun sonucunda bu sinyallerin, bu amaç için geliştirilmiş özel alıcılar aracılığı ile toplumu oluşturan bireylerce izlenmesidir.

Televizyon yayını ise elektromanyetik dalgalar (Hertz dalgaları), enerjisi aracılığı ile bir olayın, iletinin (söz-müzik) topluma hem ses, hem de görüntü (optik) olarak aktarılmasıdır. Bu aktarımda, boşlukta yayılan ses ve görüntü sinyalleri bu amaç için geliştirilmiş alıcılarla (televizyon alıcıları) yolu ile alınır.

Radyonun Bulunuşu ve Tarihsel Gelişimi:

Radyonun, elektromanyetik dalgalar aracılığı ile ses unsurunun bir program şeklinde insanlık yararına sunulunuşunun henüz 60 yıllık bir geçmişi vardır. Ancak, radyo telsizinin ilk yayına başlamasının 1920'lerde olmasına karşılık, bu konuda yapılan çalışmaların çok eskiden, 1860'lardan önce başladığını belirtmek gerekir. Günlük yaşantımızın bir parçası durumuna gelen radyonun iletişim aracı olarak ortaya çıkması tek değil, birçok usun çalışması sonucu olmuştur. Değişik tarihlerde, değişik ölkelerde, farklı ilim adamları radyonun bugünkü durumuna gelmesini sağlayıcı teknik buluşları yapmışlardır. Sayıları fazla olmakla birlikte radyo tekniğinin gelişmesine başlıca şu dört bilim adamının katkısını belirtmek gerekir: James Clerk Maxwell, Heinrich Hertz, Guglielmo Marcorü, Lee de Forest. Bu isimlere daha birçokları eklenebilir. Özellikle aynı buluşu bir başka ölkede, aynı tarihlerde birbirinden habersiz olarak gerçekteşiren bir çok bilim adamı vardır. Bu yüzden radyo tarihçesine değinen kitap ve yazılarda ilk buluşun kim tarafından yapıldığı konusunda zaman zaman birlik olmamaktadır (Aziz, 1981, s. 23-28).

Radyonun teknik yapısıyla ilgili ilk icat, 1860 yılında telsizin mucidi Maxwell tarafından yapılmıştır. Bu dalgaların ışık hızıyla yayılması gerektiğini vurgulamış ancak bunu kuramsal verilere oturtmamıştır. Bundan yirmi yıl sonra yaptığı deneylerle, bu icat Hertz tarafından geliştirilir. 1886 yılında radyo dalgalarının varlığını ve ses titreşimlerinin elektromanyetik alanda ışık hızıyla yayıldığı kanıtlanmıştır. Hertz Maxwell'in iddiasını kanıtladıktan sonra elektromanyetik dalgaların uygun metal yüzeylerde yönlendirilmiş radyo dalgalarına dönüşeceğini bulur. 1890 yılında ise Edouard Branly bir devreye galvanometre ve piller birlikte bağlanmış içi demir talaşıyla dolu bir tüpten oluşan ilk elektromanyetik dalga iletkenini geliştirir. Bu teknik buluşların ses aktarımında kullanımını ise Marconi 1895 yılında gerçekleştirir. 1896 yılında kısa aralıklarla ses iletimini dener ve başarılı olur. 1906 yılında Marconi müzik ve sözün aktarımını da gerçekleştirir. 1907 yılında Forest'in boşluk tüpünü bulması sonucu radyonun teknik buluşlarına yeni bir boyut kazandırır ve kendisine dalgalarla ulaşan insan sesini yeniden oluşturmayı sağlayan ve bunu telefona uyarlayan bir amplifikatördür. Bu buluş daha da geliştirilerek askerler deniz haberleşmesinde kullanılan önemli bir gelişme katedilir (Oğuz, 2012, s. 125-126).

Radyonun kitle iletişim aracı olarak kullanılması, kamuya seslenen söz ve müzik yayınlarını yapması ise 1920'lerden sonra gerçekleşmiştir. Bu tarihten önce de kısa bir çok yayın denenmiştir. Bunlardan en önemlisi bir opera oyununun tenor Caruso'nun Newyork Metropolitan Operasını naklen yayınlamasıdır. 1917 yılında Alman askerleri için cephede müzik yayınlarının yapılması da önemli bir gelişmedir. Şebekelerin hızla artması ses kalitesini ve program sayısını arttırmanın yanı sıra geniş bir alanda dinlenmeyi sağlamıştır. Tüm bu gelişmeler radyonun yaygınlaşmasını ve yayınların reklam almaya başlamasını sağlamıştır. Reklam gelirinin sağlanması ile programlarda çeşitlilik oluşmuş müzik, spor, sohbet, haber ve yarışma gibi dinleyicinin ilgisini çekmeye başlamıştır. Radyo bir kitle iletişim aracı olarak halkı etkileme gücüne sahip hale dönüşmüştür. Gündelik yaşamın önemli bir parçası haline gelen radyo dinleyici üzerinde etki sahibi olmuştur. Bunun en iyi örneği olarak Orson Welles'in Dünyalar Savaşı adlı romanın radyoda uyarlanırken yaşanmıştır. Welles, Marslıları dünyayı işgal edeceğini gerçek sansasyonel bir haber havasında sunar. Bunu yaparken bunun bir oyun olduğunu herkesin anlayacağını

düşünür, ancak durum farklı olur ve insanlar Newyork'u terk etmeye başlarlar. Bu olayda kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisini de görmek mümkün olmaktadır (Oğuz, 2012, s. 128).

Televizyonun Tarihsel Gelişimi

Televizyonla ilgili teknolojik gelişme 1923'de Westinghouse fizikçisi Vladimir Zworykin'in "iconoscope" denen görüntü aletini bulmasıyla başladı. 2000'lerde ise Amerika'da uyduya bağlı kablo sistemiyle telefon, internet ve bini geçen televizyon kanalı evlere hizmet vermektedir. Türkiye'de ise İstanbul Teknik Üniversitesi Televizyonu 1952'de deneme yayınına başladı. İlk düzenli Tv yayını Ankara'da 1968'de başladı. Bu tarihten itibaren TRT sistemi altında yayın düzenlenmeye başlandı. 1990'larda başlayan özelleştirme fırtınasıyla birlikte dünyada yaşanan değişimlere Türkiye de uyum sağladı . 2010 yılına gelindiğinde ise kablo ve uydu yayınlarına bağlanma hızla yayıldı (Erdoğan, 2011a, s. 357).

Televizyon genel halk kitlesi üzerindeki etkisi dolayısıyla önemli bir iletişim aracıdır. Bu sebepten dolayı da incelenmesi gereklidir. Başlangıçta radyoya göre daha zayıf bir etkiye sahip hatta onun uzantısı gibi yorumlanmasına karşın, hızla büyüyerek dengeleri alt üst edip kitlelere yönelik bilinç yönetimi yapan araçlar arasında en etkili ve eğlenceli araç haline dönüşmüştür. İnsanoğlu uzun süre bir resmi uzağa nasıl göndereceği üzerine düşünürken, televizyon, foto elektrik yani bazı cisimlerin bir elektron ışınmasını elektrik enerjisinden ışık enerjisine dönüştürme kapasitesi üzerine yapılan keşifler sonucunda doğarak sesi ve görüntüyü birleştirip büyük bir gelişme gösterildi (Jeanneney, 2006, s. 260). 1920'lerin başında geliştirilmeye başlanan televizyon daha sonraki yıllarda yaygınlaşmaya başladı. Uydu yayınlarının başlamasıyla televizyon popüler kitle iletişim aracı durumuna geldi. Televizyonun görüntüyle gerçeği gösteriyor izlenimi vermesi gücünü ve önemini daha da arttırdı (Erdoğan, 2011a, s. 357).

Televizyon istasyonlarının, gerek verici istasyon gücü, gerekse alıcı sayısının gelişimi radyoya göre daha yavaş olmuştur. Bunun en önemli nedeni bu aracın çok karmaşık bir tekniği ve dolayısıyla bu işe yapılacak yatırımın çok parayı gerektirmesidir. Bir radyo programına harcanan emek ve para ile bir televizyonun

gerektirdiği emek (buna bu konuda uzmanlaşmış kişilerin fazlalığı da eklemek gerek) ve paranın aynı olmadığı bir televizyon programında 3-4 kat fazla paraya, zamana ve kişiye gereksinim olduğu herkesçe bilinmektedir. Bu nedenlerden ötürü televizyonun yayılması geç olmuştur. TV'nin gelişimi şu şekilde ayrılmaktadır (Aziz, 1981, s. 11):

a) 1936-1945 deneme ya da başlangıç devresi; Bu devrede televizyon bir kaç ülkede yayma geçebilmiş, II Dünya Savaşı bu gelişmeyi önlemiştir.

b) 1945-1960 gelişme ya da olgunluk devresi, Bu devrede televizyon hemen hemen tüm dünyada yayılmaya, benimsenmeye başlamıştır.

c) 1960'dan bu yana altınçağ devresi. Bu devrede televizyonun teknik olarak gelişmesinde önemli adımlar atılmış; renkli televizyon yayınları başlamış, yayın türleri artmış, Radyo-Link ve uydularla naklen yayınlar gerçekleştirilmiştir.

Kullanımı en yaygın kitle iletişim aracı olarak kabul edilen televizyon, milyarlarca insan üzerinde önemli etkilere sahiptir. Düşünce biçimimizin şekillendirilmesinde, ürün ve hizmet satışının yaygınlaşmasında, toplumda geniş kabul gören davranış biçimlerinin kitleye öğretilmesinde, değerler sisteminin neler olduğunun gösterilmesinde, siyasetin etkisinin artırılmasında son derece önemli işlevler üstlenmiştir. Kamuoyu oluşturulmasında, kanaatlerin biçimlendirilmesinde, neyin nasıl düşünülmesi gerektiğine kadar bir çok konu da yön gösterici bir işleve sahip olan televizyon, büyük bir ekonomiye ve siyasi güce sahiptir. Tüm bu özellikler, üreticilerin ve siyasetçilerin hedeflerine ulaşmak için başvurdukları bir kitle iletişim aracı olarak televizyonu görmelerine neden olmaktadır. Ayrıca televizyon; denetlenmesi, üzerinde kontrol mekanizması oluşturulması gereken bir araç olarak görülmektedir (Oğuz, 2012, s. 128).

Bir sonraki aşama olarak sunabileceğimiz internet teknolojisinin geliştirilmesidir. İnternetin doğuşu ve gelişimi ise bir sonraki bölümde ayrıntılı olarak anlatılacaktır.

İnternet Doğuşu ve Gelişimi

1969 yılında ABD Hükümeti tarafından, Advanced Research Projects Agency (ARPA) bünyesindeki araştırma merkezlerini ülke çapında büyük bir bilgisayar ağı ile birleştirmek amacıyla başlatılan proje, günümüzde hem kişiler hem de organizasyonlar tarafından, araştırma, eğitim, tanıtım, iletişim, eğlence ve ticaret gibi çok çeşitli amaçlar doğrultusunda kullanılan internetin temelini oluşturmaktadır. İşletmelere yeni fırsatlar ve yeni pazarlar sunan internetin ticari alandaki kullanımı ise özellikle 1994 yılından itibaren bir gelişme göstermektedir. 1995 yılında ise servis sağlayıcı olarak çok sayıda ticari işletmenin internet dünyasına katılmasıyla birlikte hayatımızda internet çağı başlamış oldu (İnan, 2010, s. 124).

1990'ların başında geleceğin kişisel bilgisayarlarından değil birbirine bağlı bilgisayarlardan oluşan küresel sistemde, internette yattığı giderek daha da belirginleşmiştir. İnternet 1989'dan önce soğuk savaş döneminde ortaya çıkmıştır. "Ağ" ilk kez Amerikan askeri karargahı Pentagon'da 1969'da başlamıştır. Pentagon'un İleri Araştırma Proje Dairesi'nin baş harflerinden oluşan ARPA (Advanced Research Project Agency) başlarda ARPA net olarak adlandırılır. Amacı sınırlıdır. ARPA Amerika'nın farklı bölgelerinde çalışan askeri sözleşmeli bilginlerin kaynaklarını bir havuzda toplamak ve kullandıkları pahalı ekipmanı paylaşmalarını sağlamak çabasıydı. Akıllarına sonradan gelen bir düşünceyle mucitleri, mesaj göndermenin bir yolunu buldular ve böylece elektronik posta 'email' doğdu (Giddens, 2012, s. 640).

Pentagon internet, 1980'lerin başına kadar her biri askeri laboratuvarlar ve üniversitelerin bilgisayar bölümlerinde bulunan beş yüz bilgisayardan oluşuyordu. Üniversitelerdeki diğer kimseler, ondan sonra sistemi anlamaya ve kendi amaçları için kullanmaya başladılar. 1987'de internet çok farklı üniversite ve araştırma laboratuvarındaki 28 bin ana sistem bilgisayarını kapsayacak biçimde genişlemiştir. Modemler sayesinde çevirmeleri bağlantı olanağı sunan ticari internet hizmet sağlayıcılarının yaygınlaşması, online çalışma kapasitesine sahip hanelerin oranını arttırmıştır. Artık yalnızca Kuzey Amerika'da bulunanlar değil, dünyanın her tarafından şaşırtıcı çeşitlilikteki insanlar tarafından online hizmetler, elektronik ilan panoları, sohbet odaları ve yazılım kütüphaneleri ağa kondu. 1994'de şirketler daha önce ağın baskın kullanıcıları olan üniversitelerin önüne geçtiler (Giddens, 2012, s. 641).

İnternetin en iyi bilinen kullanımı World Wide Web'dir (www). Ağ küresel bir küresel bir multimedia kütüphanesi gibidir. 1992'de İsviçre'de bir fizik laboratuvarında bir yazılım mühendisi tarafından icat edilmiştir; tüm dünyada yaygın hale gelen yazılım ise Illinois Üniversitesi'nde okuyan bir lisans öğrencisi tarafından yazılmıştır. Kullanıcılar ağda, bireylerin bilgi aramalarını, belirli bir siteye girmelerini, daha sonra başvurmak üzere bu sayfaları işaretleyebilmelerini sağlayan yazılım programı olan internet tarayıcısı yardımıyla dolaşmaktadır. Bu ağ ayrıca hükümetin siyasi belgelerinden, virüsten korunma programlarına ve bilgisayar oyunlarına kadar değişen çeşitlilikte belge ve programın indirmesi mümkündür. Web siteleri karmaşık grafikler ve resimlerle donatılmış, görüntü ve ses dosyaları taşımaktadır. Ağ iş anlaşmalarının online yürütüldüğü e-ticaret siteleri için bir arayüz oluşturmaktadır (Giddens, 2012, s. 641). Gün geçtikçe önemi artan ve ağların oluşturduğu bir toplum yapısı oluşmuştur. Bu topluma ağ toplumu denilmektedir. Castels ise ağ toplumunu aşağıdaki gibi özetlemektedir (Castells, 2013 , s. 64):

“1990’ların sonunda internetin iletişim gücü telekomünikasyon ve bilgisayar alanındaki gelişmelerle birlikte, merkezlessiz, ayrık mikrobilgisayar ile (günümüzde kullandığımız masaüstü ve dizüstü bilgisayarlar) ana çevrelerden çok değişik formatlarda ortaya çıkan birbiriyle bağlantılı bilgiişlem aygıtları sayesinde bilgisayarlaşmanın yaygınlaşmasına doğru başka bir teknolojik değişikliğe yol açtı. Bu yeni teknolojik sistemde bilgisayarın gücü, ortak internet protokollerinin kullanan mega sunuculara erişim kapasitesine sahip ağ sunucuları tarafından örgütlenmiş iletişim içindeki bir ağa dağılmıştır. Kullanıcılar evde, işte, alışverişte, eğlence mekanlarında, ulaşım araçlarında her yerde hazır ve nazır, hayatın tüm alanlarına yayılmış, tek amaçlı, uzmanlaşmış aygıtlarla ağa bağlanabiliyorlar. Çoğu taşınabilir olan bu aygıtlar (örneğin yeni nesil cep telefonları) kendilerine ait bir iletişim sistemine gerek olmaksızın aralarında iletişim kurabiliyorlar (örneğin günümüzde kullanılan bluetooth teknolojisi)... Web siteleri birbirleriyle iletişim kurabiliyor. Evrensel bir bilgisayar ağına bağlanmak için gerekli yazılımı taşıyorlar.”

Türkiye’de fiziksel olarak ilk internet bağlantısı, TÜBİTAK-ODTÜ’nün ortak çalışmaları sonucunda 23 Ekim 1992’de Hollanda’nın NIKHEF Araştırma Merkezi

ile ODTÜ arasında X.25 kullanılarak yapılmıştır. 5 Nisan 1993'de 64 Kbit'lik ODTÜ-NSF hattının hazır olmasının hemen ardından; internet, 21 Nisan 1993'te Türkiye'nin genel kullanımına sunulmuştur (Kul, 2009, s. 96). Önceleri kurumsal olarak kullanıma başlayan internet, çok kısa bir sürede hanelerin kullanımına da açılarak, çok kısa bir sürede gerekli alt yapılar oluşturularak bireysel kullanım yaygınlaşmıştır. Teknolojik yapıların geliştirilmesi ile birlikte kablosuz kullanım imkanı da sağlanarak, önemli gelişmeler katedilmiştir.

Türkiye'deki internet gelişimini de kısaca özetleyerek bir sonraki bölümün ana başlığı olan dijitalleşme konusu altında internet ve ağ toplumu konusu daha ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

1.5 İletişimde Kültür Yaklaşımı

Öncelikle kültür kavramını eleştirel bir bakış açısıyla ele almak gerekmektedir. Bu nedenle Postman'ın kültür kavramını ele alış biçimine değinmekte fayda vardır.

Postman kültür kavramını ele alırken üç farklı açıdan değerlendirme yapmaktadır. Bunlar Postman tarafından kültürleri kullanım biçimlerine göre değerlendirilmektedir. Bu ayrımı ortaya koymak için ise, kültürleri alet kullanan kültürler, teknokrasiler, teknopoliler olarak üç grupta toplamaktadır ve dünyada bu kültürlere rastlayabileceğimiz yerler olduğunu da ifade etmektedir. Alet kullanan kültürleri, dünya üzerinden silindiğini veya silinmek üzere olduğunu da ifade etmektedir.

Teknokrasi kültürü ise fabrikaların faaliyete geçmiş hali fakat geleneklerin tamamen silinmemiş halidir. bu düşünceye göre fabrika üretiminin önemini kavramak için geleneğin gereksiz bir şey olduğunu düşünmek gerekmemektedir. Ancak teknopoli'ye geçiş sürecinde ise geleneklerin yok olması söz konusudur. Teknolojik ve geleneksel dünya görüşleri birbirine zıt kavramlar olarak görülmektedir. Teknolojik dünya görüşü daha güçlüdür fakat geleneksel olan da hayatına devam etmektedir. Bu durum teknopoli teokrasinin yerini alana kadar devam etmektedir.

İlk zamanlarda aletler belirli iki amaca hizmet etmektedir. Bunlardan ilki fiziksel hayatın belirli ve acil problemlerine çözüm bulmak ve sanatın, politikanın, ayinlerin ve dinin sembolik dünyasına hizmet etmektir. Bu amaçlarla geliştirilen aletlerin hiçbiri, kullanıldıkları kültürün itibarına ve bütünlüğüne karşı gelmemektedir. Birbirlerinin alanlarına girmeden varlık göstermektedirler. Böylelikle bireylerin inanışları, politik ve eğitim hakları gibi temel bir takım haklardan uzaklaştırmadan varlığını devam ettirmektedir.

Teknokrasi ve birey: Teknokrasi, 19. yüzyıl sonunda başlayan "bilimsel ve teknik devrim"in sonucunda ortaya çıkıyor. Bu devrimin 18. yüzyıl ortalarındaki endüstriyel devrimden farkı, bilimin üretim süreçlerinin örgütlenmesinde ve yönetiminde uygulanmaya başlamasıdır. Önceki dönemlerde üretim sürecini kendisi yöneten zanaatkârın sahip olduğu bilginin, zanaatkârlığın parçalanmasıyla birlikte onun denetiminden sökülerek, endüstriyel yönetimden/işletmeden sorumlu mühendislik disiplinleri tekelinde yoğunlaştırılmasıdır. Modern mühendisliğin ve teknokrasinin doğuşu, bilimsel-teknik devrimle ve bu devrimle birlikte gelişmeye başlayan "bilimsel yönetim"le iç içedir. "Bilimsel yönetim, hızla büyüyen kapitalist işletmelerde, emeğin denetimindeki gittikçe karmaşıklaşan sorunlara bilimin yöntemlerini uygulama çabasıdır." (Harry Braverman, 1976, akt. Altan, 2016)

19. yüzyılda girişimcilerinde artmasıyla fabrikaların sayıları hızla artmıştır. 1850'den itibaren makine endüstrisi gelişmiştir. Artık makineler makine üretmeye başlamıştır. Bu dönemde herkes buluş yapmaya çalışmaktadır veya buluşları geliştirmeye uğraşmaktadır. Bu dönemde makinelere inanmak fikri ortaya atılmıştır. Bir kesim bunun ruhsal ve dini açıdan çok tehlikeli olduğunu söylemekte ve halkı uyarmaktadır. Bu sırada insanların refahı için imkanlar her geçen gün daha da arttırılmıştır. Fakat teknolojinin zararlı yanları hiç düşünülmemiştir. Bu inanca sahip insanlar imkanlarını genişleten teknoloji tarafından zarara uğratılmışlardır.

“Bilimsel yönetimin âlimi, 1970'lerdeki ‘Dijital Devrim’e kadar süren dönemde hem Batı'da, hem Sovyetler'de çalışma hayatını yönlendirerek bu döneme adını veren Frederick Taylor'dur (1856-1915). 1911'de yayınladığı Bilimsel Yönetimin İlkeleri, emeğin hünere dayalı süreçlerini bilime dayalı süreçlere dönüştürmenin düsturu olmuştur. (1) Emek sürecinin, işçilerin hünelerinden, bilgi ve becerilerinden koparılması: emek süreci zanaatten, geleneklerden ve işçilerin bilgisinden bağımsız olarak tasarlanmalı, işçilerin becerilerine değil, tamamıyla yönetimin uygulamalarına bağımlı kılınmalıdır. (2) Kavramanın uygulamadan ayrılması: bütün zihinsel faaliyetler atölyenin dışına çıkartılarak, yönetim/işletme bölümünde merkezileştirilmelidir. (3) Merkezileştirilerek bilgi üzerinde kurulan tekelin, emek sürecinin her aşamasını ve bu aşamaların uygulanış tarzını denetlemek üzere kullanılması: böylece ilk ilkeye göre derlenip geliştirilen emek sürecine ait bilgi, ikincisine göre yönetimin tekelinde merkezileştiriliyor ve üçüncü ilke uyarınca da bu bilgi, emek sürecinin kesin denetimi için kullanılıyor.” (Artun, 1999, s. 91)

Teknokrasi de bireyler kendi tasarladığı makinenin kurbanı olur. Bu makine, başta kendini üretir. Öyle ki, özerk olarak geliştikleri varsayılan bilim ve teknoloji dahi bu makinenin araçları haline gelir. 1913'te icat edilen ve Ford arabaların seri üretiminde uygulanmaya başlayan hareketli montaj hattı teknolojisi, Taylor'un ilkelerinin bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu icatla birlikte işçiler makineler bağlı hale gelmiştir ve tüm yetkileri ellerinden alınmıştır. Teknokrasinin temelini bilim oluşturmaktadır. Bilimin toplumsal tarih nezdinde özerk olduğuna inanılır. Teknokrasi ile öznellik kaybolmaktadır. Çalışanlar zamanla makineleşir. Emekleri, üretim araçları ve ürünleri üzerinde hiçbir denetimleri kalmaz. (Artun, 2016)

Teknokrasi sosyal gelenekleri bütünüyle yok etmemiştir. Örneğin o dönemde ABD’de hala dindar insanlar ve günah kavramı vardır. Yaşlılara saygı duymak, onların bilgeliğine inanmak mümkündür bu dönemde endüstri insanları manevi anlamda etkisi altına almamıştır ve bireyler hale manevi dünyaya önem vermektedir. Teknokrasi insanlara değerleri önemsiz göstermiştir. Bunu gerçekleştirirken din, sanat, aile, politika, tarih, zeka kavramlarını değişikliğe uğratmıştır ve teknokrasi tamamen gerçekleştiğinde teknopoli artık doğmuştur. Kolaylık, konfor, hız, hijyen ve bolluk sağlayan modern teknoloji insanları sarhoş etmiştir, çok memnundular. Artık duanın alternatifi penisilin, aile köklerinin alternatifi yer değiştirme, okumanın alternatifi televizyon, sınırlamanın alternatifi hemen elde edilen haz, günahın

alternatifi psikoterapi, politik ideolojinin alternatifi bilimsel seçim vasıtasıyla elde edilen şöhrettir.

Teknopoli ve birey: teknopoli, bizleri neyin inanç ötesi olduğuna dair var olan sosyal, politik, tarihsel, metafizik veya dinsel temellerden yoksun bırakmıştır. Politik, sosyal ve özellikle kişisel çok az problem bilgi eksikliğinden kaynaklanmaktadır. Buna rağmen sorunlar çıkarken, ilerleme fikri solarken teknopolist inanmaktadır ki hala daha fazla bilgiye ihtiyaç duymaktadır. Fakat bilgiye ulaştıkça hep daha fazlasına ihtiyaç duyacaktır. Bilgi bir artık haline geldi, artık insanlığın en temel sorunlarını cevaplamaktan acizdi ve günlük sorunların çözümünde zar zor yararlı olmaktadır. Teknopoli'nin geliştiği ortamda bilgi ve insan arasındaki bağ koparıldı. Yani bilgi gelişi güzel bir şekilde, başka hiçbir bilgiye yöneltmeden, muazzam oranlarda, yüksek hızlarda ve de teoriyle, manayla ya da amaçla bağını koparmış bir biçimde ortaya çıkmaktadır. Olaylar bir dakikalığına görünürler ve daha sonra yok olurlar.

Postman'a göre iletişim, toplum ve kültür kavramları birbirlerinden ayrılamaz kavramlardır. Fakat her toplum diğerlerinden farklı zamanlarda yapısal olarak değişim göstereceğinden dolayı farklı iletişim biçimleri ve farklı kültürel yapılar sahip olacaktır. 21. yüzyıl toplumlarının genellikle tanımlandığı "iletişim toplumları" ifadesi yerine "iletişime doymuş toplumlar" olarak adlandırılması gerektiğini savunan Postman, günümüzde bilginin doygunluğuna ulaştığımızı savunur. Ona göre temel sorun, bilgiye ulaşabilmek değil doğru bilgiye ulaşabilmenin çaresini bulmaktır. Bilginin fazlalığı ile baş edemeyen bir kültür haline dönüşüm de söz konusudur.

İletişimi anlayabilmek ve günümüz teknolojisinin gelişmelerini dolayısıyla toplumsal değişimi yorumlayabilmek adına Postman, iletişimi 4 aşamaya ayırır. İlk aşama İ.Ö 4. yüzyılda yazının bulunmasıdır. İkinci aşama, 15 yüzyılda matbaanın kullanımının yaygınlaşması ve üçüncü aşama 19. yüzyılda televizyon, radyo gibi kitle iletişim araçlarının icadıdır. Postman son devrim olarak 20. yüzyıl bilgisayar teknolojisinin gelişimi ve internetin icadını da kavramın içine dahil eder. Tüm bu devrimler toplum yapısını beklenenin de üzerinde etkisi altına almaktadır. Ancak internetin icadı 20. yüzyıl için bir devrim niteliği taşımaktadır. kendi toplumunu beklendiğinden daha fazla etkilemiş ve değiştirmiştir.

Postman'a göre; insan, sözlü iletişimden yazıya basılı yayından televizyona doğru kaydıkça hakikatle ilgili fikirleri de değişim gösterir. İnsan, kendi icat ettiği iletişim araçları ve teknikleri ile kendini gerçekleştirir (Postman, 2006, s. 34). Üretilen bilgi ve kullanım biçimleri değişmektedir. Bilgiye ulaşmak çok basit ve kolayken, doğru bilgiyi elde etmek ve bunu kullanabilmek de bir o kadar zorlaşmaktadır. Günümüz bireyi bilgi yığını içerisinde kalmakta ve bu kişilere veri dumanı etkisi yaratmaktadır.

Günümüzün en yaygın kullanılan iletişim aracı olarak interneti ele aldığımızda, kullanılan sosyal medya araçları bireylerin hayatında önemli bir iletişim aracı haline gelmektedir. Milyonlarca kullanıcıya sahip, facebook, twitter, instagram vb iletişim araçları bireylerin kültürel yapısında önemli değişimler oluşturmaktadır. Günlük iletişim ihtiyaçlarını whatsapp gibi internet tabanlı iletişim aracı üzerinden sağlamak ve bu araçlar aracılığıyla toplumsallaşmaktadır. Bu nedenle Postman'ın ifade ettiği bireyin ürettiği araçların yine bireyi biçimlendirme durumu söz konusu olmaktadır.

Timisi, kültür kavramını değerlendirirken, kültürün bir iletişim sürecinde inşa edildiğini yaklaşımla hareket etmektedir. Bu yaklaşıma göre "gerçek" ve "sembolik temsil" arasındaki geçişkenliği görebiliriz. Bilgisayar dolayımı iletişimin yaygınlık kazanması ile birlikte yeni bir gerçeklik düzeyinden söz edilmektedir. Çoğu zaman bugüne kadar mevcut tanımıyla kabul edilen gerçeğe alternatif olarak sunulan bu düzey sanal ön ekiyle birleşerek yaratılmış, yapay ve benzeşim alanı olarak mevcut toplumsal pratiklerin ötesinde ya da üzerinde bir gerçekliği tanımlamaktadır. Bu her iki birbirine paralel dünyalar varsayılmaktadır. Sanal gerçekliği tasarlanan deneyimler olarak kabul ettiğimizde, gerçekle olan iççeliği de açık hale gelir. Gerçek de toplumsal içinde kendi başına verili değildir. Daima tasarlanan bir yan taşır, çünkü gerçeklik daima toplumsal pratiği çevreleyen semboller aracılığı ile algılanır. Bu anlamda bilgisayar dolayımı deneyime özgü olan şey, bütün iletişim tarzlarını elektronik ortamda yeniden kurarak, sanal gerçekliğin yaratıcısı olmaları değil kuruculuğunu yapmalarıdır (Timisi, 2005, s. 89).

Kültür ve iletişim kavramlarının dijitalleşme sürecindeki dönüşümü bir sonraki bölümde, dijital kültür başlığı altında ayrıntılı olarak ele alınmaktadır. Dijital kültürün dönüştürdüğü bireyler ve dijital kültürün iletişim üzerindeki etkileri ayrıntılı olarak anlatılmaktadır.



2. DİJİTALLEŞME SÜRECİ, KİMLİK VE DİJİTALLEŞMENİN ETKİSİNDE KUŞAKLAR

2.1. Yeni İletişim Teknolojilerinin Gelişimi ve Dijitalleşme

İletişimin tarihsel serüveni başlığı altında bir önceki bölümde iletişim teknolojilerindeki değişimler ele alınarak, ortaya çıkış süreçleri anlatılmıştır. Ancak tüm bu gelişmelere ek olarak dijitalleşmeye giden yolda değişen ve gelişen teknolojilerin derinlemesine incelenmesi gerekmektedir. Bu fikirden hareketle iletişim teknolojilerindeki en son gelişmeler ve dijitalleşmeye giden yol irdelenerek anlatılması önem arz etmektedir. Bir önceki bölümde yer vermediğimiz bir takım bilgiler bu bölümde ele alınarak anlatılacaktır. Öncelikle dijitalleşme açısından önemli bir teknoloji olarak gösterebileceğimiz bilgisayarların gelişimini anlatmak gerekmektedir.

1940'lı yıllarda üretilen bilgisayarlar, yazılım ve donanım alanındaki çalışmaların devam ettirilmesi ile birlikte günümüzdeki kapasitesine ulaşmıştır. Bilgisayarlar, ilk üretildiğinde bir oda büyüklüğünde ve 30 ton ağırlığındadır. Ancak günümüzde mobil kullanıma uygun taşınabilir modelleri üretilerek büyük bir aşama katedilmiştir. Uzmanlar bunun mikro elektronik teknolojisindeki gelişmelerin etkisi sonucu gerçekleştirildiğini vurgulamaktadır. Mikro elektronik teknolojisi ise 1960'lı yıllarda üzerinde çalışılmaya başlanmış ve silikon çipler, elektronik devre elemanlarının daha az yer kaplayacak şekilde küçültülmesi sonucu bulunan teknolojik yapılardır. Bu sayede küçük cihazlarda büyük veriler saklanabilmektedir. Bu sayede hafıza birimlerinin veri saklama kapasiteleri arttırılmıştır (Öztürk, 2013, s. 10). Bu sayede bilgisayarlar evlerde kullanıma uygun hale getirilmiştir. Günümüz insanın yaşantısında önemli bir yer tutan bilgisayarlar dijitalleşme süreci açısından da önemli bir araç haline gelmektedir. Bu sayede gerek iş yaşamı gerekse kişisel kullanım için uygun hale gelen bilgisayarlar yardımı ile bilginin işlenmesi ve kullanılması daha kolay hal almıştır. Özellikle internet kullanımının da yaygınlaşması ile birlikte bilgisayarların da işlevi artmıştır.

Hem bilgisayar hem de internet teknolojisinin gelişimi ile beraber yeni kavramlarda literatürde yerini almaya başlamıştır. Bunlardan bazılarını şöyle sıralayabiliriz, dijital dil, çoklu ortam, hipermedya, sanal gerçeklik ve yakınsama bunların başında gelmektedir.

Dijital Dil:

Dijital dil kavramını bilgisayar dili olarak tanımlamak mümkündür. Bu dilin gelişimi ise 19. yüzyıla dayanmaktadır. Matematikçi Gootfried Wilhelm'in 0 ve 1 değerlerinden oluşan aritmetik sistemi keşfetmesiyle dijital dilin temelleri atılmıştır. Dijital dilde her harfin, sembolün bir kodu vardır ve yapılan tüm işler bu dildeki kodlamalar ile gerçekleştirilmektedir. Günümüzde bilgisayarlar ve bunun dışındaki pek çok yeni teknoloji ürünüde dijital dil kullanılmaktadır (Öztürk, 2013, s. 12)

Günlük hayatımızda radyodan televizyona, buzdolabından fırına pek çok üründe dijital dilin yer aldığı bir uygulamayı kullanmaktayız. Radyomuzda çalan parçanın kime ait olduğunu üzerindeki ekranda okuyoruz. Bu ve bunun gibi uygulamalar ve beraberinde getirdiği kolaylıklar, dijital dilin gündelik yaşamımızda kolayca yerleşmesine yol açmıştır.

Sanal Gerçeklik:

Sanal gerçeklik, gerçek dünyaya ilişkin bir durumu veya hayali bir durumu, üç boyutlu bir simülasyon içerisinde, gözlemcinin de bu simülasyon ortamını özel araçlar yardımıyla kendi varlığını hissederek ve etkileşime girerek algıladığı ortamlardır. İngilizce, "being immersed" olarak ifade edilen, içine girme (içinde olma), genellikle duygusal ve zihinsel bir durumu tarif eder. Gerçek olandan zihinsel olarak sıyrılıp, sanal dünyaya (üç boyutlu grafik dünyaya) girmek işlevini yerine getirmektedir. Sanal gerçeklik ortamında etkileşim ise gerçek ortamda yapılan hareketlerin, bu ortama yansması ve bunun sonucu olarak gözlemcide algısal tepkilerin oluşması sonucu meydana gelmektedir. Bu süreç farklı biçimlerde olabilir; gözlemcinin gerçek ortamdaki hareketi ile (kafa veya vücut hareketi) sanal ortamdaki bakış açısı değişebilir, ortam gözlemcinin yazdığı bilgiye cevap verebilir, gözlemci ortamdaki nesnelere yerlerini, özelliklerini değiştirebilir veya aynı sanal gerçeklik ortamında birden fazla gözlemci iletişim içinde olabilir. Etkileşim şekli ve ortamı ise gerçekliğin oluşturulma amacına göre değişiklik göstermektedir. Sanal gerçeklik ortamının etkileşim sonucu birey kendini içine girdiği ortamın bir parçası olarak

kabul etmekte ve duygusal olarak kişi kendini bu ortamda hissederek sanal ortamın özelliklerinden etkilenmektedir (Kayapa & Tong , 2011, s. 350).

Diğer bir yaklaşım ise sanal kelimesini gerçekte var olmayan kavramları, olguları, mekanları tanımlamak için kullanılan, “sanmak” fiilinden türemiş bir kavram olarak ifade ederek, sanal kavramının gerçeği değil, gerçek sanılanı kapsadığını ifade etmektedir. Sanal gerçeklik uygulamaları kullanıcılarının beden hareketleri, bakışları ile içerisinde yer aldığı üç boyutlu sanal ortamı kendi duyuları, algıları, gereksinimleri, beklentileri doğrultusunda yönlendirmektedir.. Sanal gerçeklik ortamında yer alan kullanıcıya gönderilen görsel ve işitsel uyarılar yüksek görüntü ve ses kalitesine sahip olmakla birlikte, HD (yüksek çözünürlüklü) kalitesinde görüntü ve quadrofonik (4 kanallı ses kaydı ve çıkışı) ses uygulamalarını da içeren teknolojik yenilikler sanal gerçeklik ortamlarında kullanılmaktadır. Sanal gerçeklik ortamındaki ekranda yer alan görüntü ve ses, kullanıcının davranışları doğrultusunda değişiklik gösterebilmektedir. Kullanıcı yaptığı her hareket sonrasında ekranda bir dizi yeni görüntünü yer alacak ve bu görüntü zaman ve mekana çok yakın bir şekilde gösterilerek gerçek algısı oluşturulmaktadır (Öztürk, 2013, s. 14). Sanal gerçeklik uygulamaları ile birlikte birey ve teknoloji arasında etkileşim sağlanabilmekte ve iletişim imkanı sunan uygulamalara olanak sağlamaktadır.

Özellikle dijital pazarlama uygulamaları açısından sanal gerçeklik uygulamaları etkin bir rol oynamaktadır. Sanal gerçeklik gözlükleri sayesinde satın almak istediğiniz evin içini oturduğunuz yerden gezebilir böylelikle örnek dairelere gidip görmek ihtiyacı ortadan kalkmaktadır. Hem zamandan hem ekstra masraftan tasarruf sağlayan bu uygulamalar sayesinde direkt hedef kitleye ulaşma imkanı da vermektedir.

Çoklu Ortam:

İletişimin birden fazla araçla sağlandığı ortamlara çoklu ortam olarak ifade edilmekle birlikte, birçok iletişim aracı içeren sistemlerin bilgisayar ortamında bir araya getirilerek oluşturduğu ortamları çoklu ortam olarak tanımlamak mümkündür (Newby, 2000).

İngilizce “multimedia” olarak kullanılan kavram farklı türlerdeki içerik formlarının bir arada bulunduğu ortamlar olarak ifade edilmektedir. Çoklu ortamın oluşabilmesi için, metin, görüntü, ses ve animasyonlardan en az iki ögenin bir arada kullanılması gerekmektedir. Bu iki ögenin bir arada bir bilgisayar tarafından işlenmesini ve okunmasını içeren çoklu ortam uygulamaları ile gönderilecek ileti, farklı içerik aktarma yöntemlerini planlanmış bir program olarak kullanıcıya iletmektedir. Planlanmış program bir sistem olarak yer almaktadır. Bu sistemde yer alan tüm öğeler birbirini tamamlayacak şekilde bütünleştirilerek kullanılmaktadır. mühendislik, tıp, fen bilimleri, eğitim, güzel sanatlar gibi pek çok alanda kullanılan çoklu ortam uygulamaları yardımcı bir material niteliği de taşımaktadır.

Hipermedya:

Çoklu ortam uygulamalarının üst düzeydeki etkileşimli boyutunu ifade etmekle birlikte, bu kavram bilgisayar ve görüntü teknolojilerinin birleştirilmesiyle oluşturulan iletişim ortamları anlamına gelmektedir. Metin, durağan ve hareketli görüntü, ses, animasyon gibi uygulamaları barındıran hipermedya, “ortam ötesi bağlantılı ortam” kavramıyla dilimize yerleşmiştir.

Hipermedya, çevrimiçi bağlantılar, web uygulamaları, telekomünikasyon, HDTV, etkileşimli televizyon, bilgisayar oyunları ve çoklu ortamlardan oluşmuş daha geniş bir çerçevede yer alan uygulamaları kapsamaktadır. Hipermedyanın üç temel özelliği vardır (Öztürk, 2013, s. 13):

- *Etkileşimlidir.* Hipermedya uygulamaları çevrimiçi, web tabanlı uygulama kaynaklarını da içerisinde barındırmaktadır. Etkileşim sadece içerikten sunulanı seçmeyle sınırlı değildir. Kullanıcı yönlendirmesine, içerik değişimine de izin veren üst düzeyde etkileşim olanaklarına sahiptir.
- *Özel ortam kombinasyonlarını gerektirmektedir.* Hipermedya uygulamaları, kullanıcının seçeceği özel ortam kombinasyonlarının yanında multimedya kombinasyonunu gerektirir. Hipermedya uygulamaları pek çok ortamın bir arada kullanılması esasına dayanmaktadır. Temelinde çoklu ortam uygulamalarının var olduğu hipermedya, farklı iletişim ortamlarıyla

yakınsamayı gerektirmektedir.

- *Doğrusal değildir.* Hipermedya uygulamalarında doğrusallık yoktur. Başlangıcı, ortası, sonu yoktur. Kullanıcı “rastgele erişim sistemi” ile kendi amacı doğrultusunda içeriğe istediği şekilde erişebilmekte ve yönlendirebilmektedir. Bu uygulama ile kullanıcı özgürlüğü de sunan hipermedya uygulamaları kullanıcının belli bir sistem ve akış dahilinde amacına ulaşma zorunluluğunu ortadan kaldırmaktadır. Hipermedya’ya günlük yaşamımızda çevrimiçi aktivitelerimizin büyük bir kısmında kullanmaktayız. Web ortamındaki her hangi bir aktiviteyi gerçekleştirmek istediğimizde arayüz tasarımında gözüken linklere (bağlantı düğmelerine) tıklayarak (click) sayfalar arasında gezinimi gerçekleştirmekteyiz. Sayfalar arası gezinme sadece metin tabanlı içerik gezinim değil aynı zamanda görsel, işitsel veya görsel-ışitsel veri erişimini ve oynatımını da içermektedir. Web sayfaları arasındaki bağlantılar bir ürünü satın almak, bilgi aramak, görsel veya işitsel tabanlı bir metin oluşturmak ya da bir yemek siparişi vermek gibi uygulamaları içermektedir. Kaynaklar arası bağlantı linkleri Hipermedya uygulamalarının en temel özelliğidir. Bir hipermedya sistemi, iletim linkleri vasıtasıyla sunulan kaynak içeriğinde kullanıcıların farklı yönlendirmeleri gerçekleştirebilmesiyle karakterize edilmektedir. Hipermedya sistemini karakterize eden temel nokta kullanıcıya sağladığı etkileşim olanağı ve bunun sonucunda bireyin edindiği yönlendirme özgürlüğüdür. Örneğin; kullanıcı ve hizmet sağlayıcı etkileşimine sahip bir hipermedya uygulamasında başlangıçta kullanıcı sistemden küçük bir istekte bulunur. Hizmet sağlayıcı bu isteği alır ve linklerle kullanıcıya yönlendirme hizmeti sunar. Kullanıcı arayüz tasarımında yer alan linkler arasından uygun olanı seçer ve etkileşimin bir diğer aşamasını gerçekleştirir. Kullanıcı, hipermedya uygulamasını kullanma amacı doğrultusunda linkler aracılığıyla etkileşimli bir şekilde sürdürür. Hipermedya uygulamalarında verilen linkler, kullanıcılar tarafından kolaylıkla anlamlandırılacak sembollerle tanımlanmıştır.

Yakınsama:

Bir araya gelme anlamına gelen yakınsamanın iletişim teknolojilerindeki karşılığı ise farklı teknolojilerin bir araya gelerek karma bir teknoloji (hybrid teknoloji) oluşturmaktır. İletişim teknolojilerinde yakınsamayı, tüm teknolojilerde ortak olan dijital dilin ve ortak iletim ağlarının kullanılması ile sağlanabilmek olarak tanımlamak mümkündür. Yukarıda bahsettiğimiz üzere günümüz teknolojilerinde kullanılan dijital dil, yeni iletişim teknolojilerinin tümünde kullanıma uygun olmasından dolayı medya yakınsamasında kullanıma olanak sağlamaktadır. Yakınsama, 2000’li yılların başından itibaren kullanılmaya başlayan ve oldukça geniş bir çerçeveyi kapsayan bir kavramdır. Yakınsama kavramını dijitalleşmenin etkisiyle farklı iletişim ağları aracılığıyla iletilen farklı içeriklerin etkileşimli bir şekilde iletişim kopukluğu yaşanmadan, telekomünikasyon, yayıncılık ve bilişim sektörleri arasındaki sınırların kalkması ile beraber farklı cihazlar ile kullanılması olarak tanımlanabilmektedir.

Yakınsamayı iki açıdan açıklamakta olanaklıdır. Birincisi teknolojik yakınsama; birden fazla teknolojik cihazın, sahip oldukları tüm özellikleri içerisinde barındıran yeni bir cihaz olarak birleşmesini kapsayan süreçtir. İkinci olarak da medya (içerik) yakınsamasıdır. Bilişim, telekomünikasyon ve medya sektörünün ve alıcı cihazla arasındaki sınırların kalkarak tek bir elden kullanılmasının sağlanmasıdır.

2.2. Yeni Medyanın Doğuşu ve Gelişimi

Bir önceki bölümde giriş yaptığımız internet kavramının gelişim sürecini yeni medyanın doğuşu ve gelişimini daha iyi kavrayabilmemiz açısından ayrıntılı olarak ele almak gerekmektedir. Özellikle dünyada internetin tarihsel gelişimini anlatmamız yeni medya kavramının doğuşunu anlatmak açısından önem teşkil etmektedir. Bu nedenle aşağıda internetin kronolojik olarak gelişimi tekrardan ele alınacaktır.

İnternetin tarihçesini anlatırken birden fazla açıdan ele almak mümkündür. Yukarıdaki bölümde gelişim aşamaları ele alınırken bu bölümde ise gelişimine katkı sağlayan bireylerin çalışmalarına değinilmektedir.

İnternet'in köklerini 1962 yılında J.C.R. Licklider'in Amerika'da Massachusetts Institute of Technology'de (MIT) tartışmaya açtığı "Galaktik Ağ" kavramına dayandırılmaktadır. "Galaktik Ağ" kavramı ile Licklider, küresel olarak bağlanmış bir sistemde isteyen herkesin herhangi bir yerden veri ve programlara erişebilme imkanı elde edebileceğini vurgulamaktadır. Licklider 1962 Ekim ayında Amerikan Askeri araştırma projesi olan İleri Savunma Araştırma Projesi'nin (DARPA -Defense Advanced Research Project Agency) bilgisayar araştırma bölümünün başına geçti. MIT'de araştırmacı olarak çalışan Lawrence Roberts ile Thomas Merrill, bilgisayarların ilk kez birbirleri ile 'konuşmasını' ise 1965 yılında gerçekleştirdi. 1966 yılı sonunda Roberts DARPA' da çalışmaya başladı ve "ARPANET" isimli projesi önerisini yaptı. ARPANET çerçevesinde ilk bağlantı 1969 yılında dört merkezle yapıldı ve ana bilgisayarlar arası bağlantılar ile internetin ilk şekli ortaya çıktı. ARPANET'i oluşturan ilk dört merkez University of California at Los Angeles (UCLA), Stanford Research Institute (SRI), University of Utah ve son olarak University of California at Santa Barbara (UCSB) idi. Kısa süre içerisinde birçok merkezdeki bilgisayarlar ARPANET ağına bağlandı (İTÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığı , 2013).

1971 yılında Ağ Kontrol protokolü (NCP-Network Control Protokol)ismi verilen bir protokol ile çalışmaya başladı. 1972 yılı Ekim ayında gerçekleştirilen Uluslararası Bilgisayar İletişim Konferansı (ICCC- International Computer Communications Conference) isimli Konferansta, ARPANET'in NCP ile başarılı bir demonstrasyonu gerçekleştirildi. Yine bu yıl içinde elektronik posta (e-mail) ilk defa ARPANET içinde kullanılmaya başladı. NCP'DEN daha fazla yeni olanaklar getiren yeni bir protokol, 1 Ocak 1983 tarihinde İletişim Kontrol Protokolü adıyla ARPANET içinde kullanılmaya başladı. TCP/IP bugün var olan internet ağının ana halkası olarak yerini aldı.1980 yılların ortasında Savunma Bakanlığı'na bağlı Amerikan askeri bilgisayar ağı, ARPANET'ten ayrıldı ve MILITARY NET adı ile kendi ağını kurdu. 1986 yılında Amerikan bilimsel araştırma kurumu 'Ulusal Bilim Kuruluşu' (NSF), ARPANET için ülke çapında beş büyük süper bilgisayar merkezi kurulmasını içeren kapsamlı bir öneri paketi öne sürdü. ARPANET Amerikan hükümetinin sübvansiyonu ile NSFNET olarak düzenlendi. 1987 yılında yeniden düzenlediği internet yapılanması planı ile NSFNET yedi bölgesel nokta üzerinde 1.5 Mb/s (daha önce 56 Kb/s idi) güçlü bir omurgayı işleteceğini duyurdu (Castells, 2013 , s. 58-59).

NSFNET Merit olarak adlandırılan Michigan Eyaletindeki üniversitelerin organizasyonu ile NSF'in yaptığı bir anlaşma doğrultusunda işletilmeye başlandı. NSFNET'in işletilmesine bir süre sonra Merit'in yanında ABD'nin dev bilgisayar firması IBM ve haberleşme firması MCI dahil oldu. NSFNET'in işletilmesine yönelik 1990 yılında oluşturulan bu birlik 'İleri Ağ Hizmetleri' (ANS-Advance Network Services) olarak adlandırıldı. ANS'nin kuruluşu süreci ABD'de 1990'lara kadar devlet desteğinde gelişen internet omurgasının özelleştirilmesi sürecinin de başlangıcı olmuştur. 1990 yılında NSFnet ile özel şirketlerin ortak işletmesi ile başlayan özelleştirme süreci, 1995 yılı mayıs ayında NSF'nin internet omurga işletmeciliğinden tamamen çekilmesi ile tamamlandı. 1995 yılından itibaren ABD internet omurga işletimi tamamen özel işleticilerinin eline geçmiştir (Castells, 2013 , s. 59). İnternetin gelişim aşamasından sonra ise yeni medya olarak yaşamımızda yer alması sürecine değinmek ve internetin günümüzdeki kullanımı bakımından ayrıntılı olarak ele alınması gerekmektedir. Yeni medya kavramı, literatürde sosyal medya olarak anılmaktadır.

Günümüzde kullanılan yeni iletişim ortamlarının tümüne yeni medya denilmektedir. Açıklanması oldukça zor bir ortam olarak karşımıza çıkan yeni medya kavramı olarak karşımıza ilk kez 1970' lerde, bilgi ve iletişim tabanlı araştırmalarda, sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ortaya konulmuş bir kavramdır. Ancak o yıllardaki anlamı 90'lı yıllarda dönüşüme uğrayarak daha da önemli hale gelerek bilgisayar ve internet teknolojisi ile birlikte genişlemiş ve bugünkü haline ulaşmıştır. Sınırları tam olarak belirgin olmayan bir yapıda olan yeni medyaya rastgele erişim sağlamak mümkündür. Bu da bize istediğimiz veriye istediğimiz zaman ulaşma imkanı tanımaktadır. Kullanıcılarına çoklu ortam imkanı tayan yeni medya, metin, görüntü, hareketli görüntü ve ses gibi özellikleri de bir arada sunmaktadır (Dilmen, 2007, s. 113).

Yeni medyaya yönelik bir başka yaklaşım ise internetin yeni medya olarak karşılık bulmasıdır (Gans, 2005, s. 39). Yeni medya, gelişen bilgisayar ve internet teknolojilerinin etkisiyle birlikte geleneksel medyanın dijital ortama dönüştürülmesi olarak da ifade edilmektedir. Bu dijital ortam kullanıcılarına etkileşimli bir alternatif sunmaktadır (Misci, 2006, s. 128).

Literatürde birbirleriyle benzer tanımların yer aldığı görülmekle birlikte, birden fazla isime de rastlanmaktadır. Yeni Medya kavramının yerine kullanılan en yaygın kavram olarak karşımıza sosyal medya kavramı çıkmaktadır. Bu kavramı kullanan uzmanların tanımlarına baktığımızda yeni medya ve sosyal medya kavramlarının aynı kavramlar olarak ele alındığı anlaşılmaktadır. Konuya açıklık getirmek adına sosyal medya kavramını açıklayan bir kaç tanıma yer vermekte fayda vardır.

Safko'ya göre online gruplar arasında sözcüklerin, resimlerin, videoların ve sesin yaratılması ve paylaşılmasını sağlayan web tabanlı uygulamalar olarak tanımlanan etkileşime dayalı bilgi ve düşünceleri yayabilme imkanı sunan uygulamalar, faaliyetler ve davranışlar sosyal medyayı akla getirmektedir. Bize iletişim olanağı sunan sosyal medyayı on beş ayrı kategoride ele almak mümkündür. Bu kategorileri, facebook, myspace gibi sosyal ağlar, fotoğraf, ses ve video paylaşımları, mikrobloglar, ne tür içerikle olursa olsun hedef kitlelerle ilişki kurmak için yararlanılan wikipedia, slayt paylaşımları gibi web tabanlı uygulamalarla gerçekleştirilen yayıncılık, radio gibi eğitim ve eğlendirmeye yönelik yayıncılık uygulamaları, kullanıcıların kendilerini simulative ortamın parçası olarak hissettikleri sanal dünyalar, oyunlar, ağ günlükleri, forumlar gibi içerik üretme siteleri, yahoo, survey monkey gibi neredeyse bütün kategorileri buluşturan uygulamalar, RSS, google gibi arama motorları ile yapılan araştırmaları, mobil ortamlar, ve Ichat, skype gibi kişiler arası iletişim ortamları olarak sınıflandırmak mümkündür (Peltekoğlu, 2012, s. 4).

İnternet temelde medyanın yeni türlerinin ortaya çıktığı karmaşık bir iletişim platformudur. İnternet saklama, değiştirme, etkileşim, yeniden üretim ve iletişim kanallarının değiştirilmesi gibi iletişim süreçlerinin çok sayıda aşamasını bir araya getirerek birleştirmektedir. Yeni medya enformasyonun toplanmasının, işlenmesinin, üretilmesinin, iletilmesinin, saklanmasının, alınmasının ve görüntülenmesinin yollarını değiştirmiştir (Pavlik, 1998, s. 80).

Yeni medya kavramını bir devrim olarak ifade eden Dijk, iletişim teknolojilerinde iki büyük yeniliğin var olduğunu ifade etmektedir. Bunlardan ilki 19.yüzyıl sonu 20. yüzyıl başına denk gelmekte diğeri ise 20. yüzyıl sonu 21. yüzyıl

başına denk gelmektedir. Özellikle iletişim teknolojilerinde ortaya çıkan büyük yenilikler medya tarihinde devrim niteliği taşıyan iki büyük gelişmeye dikkat çekmektedir. Bunlar yapısal iletişim devrimleri ve teknik iletişim devrimleridir. Yapısal iletişim devrimleri: medya hem hareketli hem de sabitlenen iletişim biçiminde olabilir aynı zamanda farklı yerler arasında iletişimi mümkün hale getirmektedir. Yer ve zamanda iletişimin sabit hale getirilmesi iletişimin yer zaman köprüsü kurma biçimine dönüşmesiyle ilgili olarak ilk çağlarda, ilk iletişim devrimine ilişkin iki işaret bulunmaktadır. Birincisi duman göndermek, davul çalmak ve ateş yakmak ikincisi ise bağlantı kurmak için haberci göndermektir. Bu bağlamda çanakların üzerine ve mağaraların içine resimler çizilerek zamanın ötesine geçilmeye çalışılmış ve gelecek kuşaklara aktarılacak işaretler bırakılmıştır. Bundan sonraki gelişme ise yazının icadı olduğunu söylemek mümkündür. Bu gelişme ile birlikte insanoğlu yer ve zamanı yönetebilme imkanı bulmaktadır. Yapısal devrim yer ve zamanda sabitlenmiş bir medaya ile boyutlar arasında köprü kuran medya arasındaki farka dikkat çekmektedir. Yeni medya her iki amaç için de kullanılmaktadır (Dijk, 2016, s. 16-20). Burada yeni medyanın hem çevirim içi olarak hem de çevirim dışı olarak kullanımına değinmek gerekmektedir. Yeni medya bir köprü görevi görerek zaman ve mekan aracılığı da üstlenmektedir. Kişiler çevirim dışı olarak elektronik kitap okuyabilir yada DVD izleyebilir. Yeni medya, bilgisayar ağları ve kişisel bilgisayarlar gibi online ve offline medyanın kombinasyonudur. Bunlar iletişim linkleri ve yapay belleğin birleşimidir. Yeni medyanın online ve offline uygulamalarının kombinasyonu hem belirli bir yer ve zamanda sabitlenen geleneksel sosyal ortamlarda hem de yapısal olarak bu medyanın yeni özelliklerini ürettiği bu boyutları bağlayan online medya ortamlarında kullanılır.

Teknik iletişim devrimi ise temel değişim bağlantıların yapısında, yapay bellek ve bunların içeriklerinin yeniden üretilmesinde medyana gelir. Yazılı basının gelişmesi, yazının yeniden üretilmesinde meydana gelir. Yazılı basının gelişmesi, yazının yeniden üretilmesi de bir devrimdir. 19. yüzyıl ikinci yarısında ikinci bir devrim meydana gelir. Bu analog yapay belleklerin (fotoğraf, film, plak ve ses kayıt cihazları) ve yeniden üretim için yeni tekniklerin sunulduğu, kablo ve hava yoluyla uzun mesafeli bağlantıların inşası ve icadına dayalı teknik bir devrimdir. Telgrafın, telefonun, teleksin, radyo ve televizyonun icadı söz konusu olmuştur. En son teknik iletişim devrimi ise dijital yapay belleklerin ve dijital iletişim ve çoğaltımın sunumudur. Bu bağlamda uygun olan terim “dijital devrim”dir. Mevcut iletişim

devrimlerindeki gelişmeler de aynı şablonu izler. İcatlar geçmiş elli yıl boyunca meydana gelmiştir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ilk 10 yılda büyük bilgisayarlar karmaşık matematiksel işlemleri yapmayı sağlayan hesap makineleri yada veri tabanlı işlemciler, iletişim uyduları üretilmiştir. 1960'lardan sonra daha güçlü bilgisayarlar ortaya çıkmıştır. Bu süre içinde kişisel bilgisayarlarla, bilgisayar ağları, telekomünikasyon araçları, programları ve hizmetleriyle tanışılmıştır. Tüm dünyada iş yerlerinde, okullarda, evlerde ve kamu alanlarında bunlara rastlanmaktadır. Bu sürecin yaklaşık 2040 yılına kadar devam edeceği ifade edilebilir. Günümüzdeki devrimler, yeni medyanın özelliklerini tanımlayabilecek dijital kod, bütünleşme ve interaktif terimleriyle özetlenebilmektedir (Dijk, 2016, s. 18-19)

Yeni medyayı teknolojik tüm gelişmeler ile bağlantılı olmasından dolayı tanımlamanın zor olduğunu belirten Steel, kavramı açıklamak için 'dijitallik' terimini yeni medya ile ilişkilendirilebileceğini ifade etmektedir. Dijital dünyada yeni medya ile geleneksel medya karşılaştığında, değiştirme, bir araya getirme ve anlık olmak özellikleri karşımıza çıkmaktadır (Steel'den aktaran, Akar, 2010, s. 6).

Manovich yeni medya kavramını açıklarken beş temel özellikten bahseder. Bu özellikler yeni medyayı oluşturan özellikler olarak literatürde karşımıza çıkmaktadır. Bu özellikler :

1. Sayısal temsil
2. Modülerlik
3. Otomasyon
4. Değişkenlik
5. Kod çevirimi ((Manovich, 2001, s. 49-63).

Sayısal temsil (numerical representation), İçeriğin matematiksel bir fonksiyon olarak tanımlanabilmesi anlamına gelir ve yeni medyanın kodsız altyapısı tamamen matematik odaklıdır. Modülerlik (modularity), yeni medya dünyasındaki objeler modüler özelliğe sahiptir. Her öge hem kendi başına, hem de diğerleri ile birlikte anlamlı bir yapı oluşturur. World Wide Web modüler bir yapıdır. İnternet çeşitli web sayfalarından oluşmaktadır. Bu web sayfalarının her biri, bağımsız elementlerden oluşur ve web sitesine bir bütün olarak ulaşıldığı gibi, içindeki elementlerde ayrı ayrı ulaşılabilir. Otomasyon (automation), İçerik oluşturulırken çoğu zaman

şablonlardan ve algoritmalarından faydalanılmaktadır. Dolayısıyla insan emeğinin yaratıcılığı kısmen geri plana atılmıştır. Değişkenlik (variability), birinci ve ikinci özelliğin bir sonucu olarak ortaya çıkar. Nesnelere pek çok kopya çıkarılması ve farklı sürümlerin olması söz konusudur. Dolayısıyla içerik sürekli olarak değişime uğramaktadır. Kod çevrimi, metinlerin, görüntülerin ve seslerin bilgisayar ortamında kodlanmakta, dosya yapılarına, listelere, kayıtlara ve dizilere dönüşmektedir (Manovich, 2001, s. 49-63).

Yeni medyanın gelişimini açıklamak adına özellikle Web 1.0, Web2.0 ve Web 3.0 kavramlarının gelişimini ve yeni medya açısından ne gibi gelişmeler sağladığını açıklamak gerekmektedir.

İnternetin yaşantımıza girdiği ilk yıllarda kullanıcılar, web sitelerine giriş yapabilmekte ve sadece web sayfalarındaki bilgilere ulaşma imkanı bulmaktadır. Web 1.0 teknolojisiyle buradaki bilgilere müdahale etme ekleme çıkarmak gibi değişiklikleri yapmak mümkün olmamaktadır. İnternet kullanıcılarına sadece erişim imkanı sunan bu teknoloji ile, sadece site yöneticisine müdahale izni verilmektedir. Web 1.0 teknolojisinin geliştirilmesi ile internet daha geniş kullanım imkanı tanır hale gelmektedir.

Gelişen internet teknolojileri sayesinde kullanıcıların daha okuma ve alışveriş yapmakla sınırlı internet üzerinde ki etkinliği en üst düzeye çıkmaktadır. Bu sayede teknik bilgilere gerek duymaksızın içerik oluşturmak ve bunları paylaşmak mümkün olmaktadır. İnteraktifliğe ve iletişime dayalı, bilginin hızlı ve özgürce paylaşımını mümkün kılan yeni internet konseptine “Web 2.0” adı verilmektedir. Web 2.0 ilk zamanlar sosyal ağ siteleri, bloglar ve wikileri kapsarken, daha sonraki aşamada ise web hizmetini iyileştirmek amacıyla ziyaretçilerin siteye katılımını (participation) sağlamak ve yine aynı amaçla diğer sitelerle ve ziyaretçilerle işbirliği (collaboration) yapmasına olanak veren bir teknolojiyi kapsar hale gelmektedir. Özetle Web 2.0 zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın paylaşımın, etkileşimin ve tartışma imkanına sahip bir iletişim biçimidir. En çok kullanılan uygulamalardan bazıları olarak Facebook, YouTube, MySpace, LinkedIn, Twitter, Google uygulamaları, wikipedia, blog sayfalarını sayabiliriz. Bu uygulamalarda içeriği tamamen kullanıcı olan bireyler belirler ve bireyler birbirleri ile sürekli bu

uygulamalar üzerinden etkileşim kurabilmektedirler (Erkul, 2009, s. 2-3).

Bir başka yaklaşımla, Web 2.0 teknolojisi için yaratımlı içerik veya sosyal bilgisayar kullanımı olarak da tanımlanmaktadır. Kullanıcılara içerikleriyle ilgili kontrolü verme ve içeriği kolay biçimde paylaşmak gibi olanakları da sağlamaktadır. Web 2.0 karakterize eden bir takım özellikleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Akar, 2010, s. 11):

- Gerçek bağlı dünya: kullanıcı sayısının yüksek olmasını ifade etmektedir.
- Network etkisi: Kullanıcı sayısı arttıkça değerli hale gelmesini ifade etmektedir.
- Yardımcı yaratıcı olarak kullanıcılar: kullanıcıların içeriğe katkı sağlaması, yazılımları ya da hizmetleri değerli kılmaktadır.
- Yetki genişlemesi: internet kullanıcılarının toplu hareket edebilmelerinin gücü büyük bir etki oluşturmaktadır.
- Açıklık: veri ve yazılım gibi internetin çoğu parçası, onları kullanmak isteyen insanlar için çok az ücret ile yada ücretsiz olarak elde edilebilir hale gelmektedir.
- Karma hale getirebilme: kaynakları birleştirme imkanına sahip olmak olarak isimlendirilmektedir.
- Ortaya çıkma: geçmişte yazılımın tasarımcıları, onun nasıl kullanılacağına karar vermekteydi ancak bu yazılım ile kullanıcıların kararları önem arz etmektedir.
- Zengin deneyimler: web siteleri, video, resim ve canlı görsel ortamlarla doludur. Giderek gerçek yaşam deneyimlerine dönüşmektedir.
- Bir platform olarak web: daha önceki yıllarda bir web sitesi içerisinde çalışan yazılımı kullanma yavaş ve sıkıntılı bir deneyim iken masaüstünüzde çalışan yazılım daha güvenilir görülmektedir.

Yukarıda yer verdiğimiz karakteristik özellikler sayesinde internet kullanıcılarına daha geniş imkanlar sunar hale gelmektedir. Kullanıcılar birer uygulayıcı haline geldiğinden uzmanlık gerektirmeden kendi sayfalarını yönetme ve içeriklerini sunma imkanına sahip olmaktadır.

Bunların bir araya gelip oluşturduğu web sayfasında bir değişiklik yapılmak istendiğinde her eleman üzerinde bu değişiklik ayrı ayrı yapılmaktadır. Bu da modülerliği getirmektedir. Otomasyon, yeni medyanın, kullanıcı olmadan üretebildikleri etkinlikleri simgelemektedir. Örneğin Photoshop gibi bir sayısal görüntü düzenleme yazılımında hazır algoritmalar vasıtasıyla istenilen fotografik etkilerdir.

Semantik Web olarak da isimlendirilen web 3.0 kullanıcıyı tanıyan akıllı internet olarak tanımlanmaktadır. Bütün bilgilerin tutulduğu bir veri tabanı, arama yapan kişinin bilgilerini hafızasında tutarak, daha önce neleri araştırdığı gibi bilgileri elinde tutan bir sistem sayesinde kullanıcıya en doğru ve hızlı sonuca ulaşmasını sağlamaktadır. Bir alışveriş sitesinde yapmış olduğunuz ürün araması sonucu, ikinci kez aynı siteye girdiğinizde kaydedilen bilgiler sayesinde kullanıcının ilgi duyduğu ürünler otomatik olarak arayıcısına sunulmaktadır. Bu sayede kişilerin ilgi alanlarına uygun konuları takip etme fırsatı sunmakla beraber defalarca arama yapmak zorunda kalmadan hızlı ulaşım imkanı tanımaktadır.

2.3. Dijitalleşme Süreci ile Dönüşen Kültür: Dijital Kültür

İlk bölümde ayrıntılı olara ele aldığımız kültür kavramını dijitalleşme süreci ile birlikte bireylerin yaşam biçimlerini nasıl etkilediğini anlatabilmek adına dijital kültür kavramını ele almak gerekmektedir.

Bir grup insanın paylaştığı ortak değerler, beklentiler, ifadeler ve insan yapımı eserlerin bütünü olarak tanımladığımız kültür; hem sürekli yapım halinde olduğu için yaratıcı bir süreç hem de ürün veya eserler biçiminde ortaya çıkan bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital kültür ise hem yaratıcı hem de dijital medya aracılığıyla yaratılan bir dizi ürün olarak anlam bulmaktadır. Kavram karışmasına sebep olmaması bakımından kavramı daha ayrıntılı olara ele almak gerekmektedir. Özellikle teknoloji ve kültür kavramı bir biriyle karıştırılabilen kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Ağ toplumunda dijital kültürün sosyal bağlamı (süreç) ve dijital medyanın özelliklerinin imkan verdiği medya kullanımındaki değişiklikler (sonuç) vurgulanmaktadır. Charlie Gere, dijital kültürün görüldüğü kadar yeni bir kavram olmadığını ve gelişiminin teknolojik gelişmeler ile

belirlenmediğini ifade etmektedir. dijital kültürün teknolojinin şekillendirdiği düşünme ve iş yapma seçeneklerine gönderme yapmaktadır (Dijk, 2016, s. 293).

Dijk, dijital kültürü sadece dijitalleşmenin bir sonucu olarak görmemekte, yani bilgisayar, cep telefonu internet ve diğer dijital medya araçlarını kullanan kişilerin gerçekleştirdiği uygulamalar ifade edilmektedir. Buna siber kültür adı da verilmektedir. Dijital kültürü daha iyi anlatabilmek adına bir dizi özellikleri ele almaktadır. Dijital kültürün özellikleri: önceden programlama ve yaratıcılık, parçalanma, yeniden birleştirme:kolaj, kullanıcı üretme, hızlanma, görselleştirme ve nicelleşme olarak sıralamaktadır. Bu özellikleri şu şekilde açıklamaktadır (Dijk, 2016, s. 294):

- Önceden programlama ve yaratıcılık: insanlar multimedyanın sağladığı imkanlar sayesinde kendi kreatif sanatsal çalışmalarını ve farklı türden ürünlerini yaratabilmektedir. Başkalarının yarattığı şeyleri işlemeye, üzerlerinde yeniden çalışmaya ve uyarlamaya başlamaktadır. Bu sanatın evrimindeki bir sonraki aşamadır. Multi medya, kullanıcıları çok çeşitli video kolajı ve imaj yapmaları, CD'den bir müzik parçasının bir bölümünü kaydetmeleri, başka yerlerde kullanmaları ve bestelemeleri için olanaklar sunmaktadır. Dijital medyanın sunduğu üretim araçlarının kendileri programlanmıştır ve kısmen otomatikman çalışmaktadır.
- Parçalanma ve Kolaj: dijitalleşme analog kaynakların bitler ve baytlara teknik olarak bölünmesine olanak vermektedir. Dijitalleşme ve analog kaynakların multimedya ekipmanı tarafından işlenmesinin halihazırda kültürümüz üzerinde bölücü bir etkisi olmuştur. Metin keskin bir yapıda sunulur ve argümanlar önceden yapılandırılmış ve konulara, maddelere ve paragraflara bölünmüştür. Maddeler, argümanın gidişatında kaybolmaya neden olacak biçimde kolaylıkla eklenebilir veya çıkartılabilir. Bir diğer örnek ise internetin yapısıdır. Web sitelerinin içeriği her biri bir tıklama ile erişilebilecek çeşitli sayfalara ve imgelere yayılmıştır. İçeriğin geleneksel doğrusal işlenmesinin yeri yapılan bağlantılar, atlamalar ve ilişkilerle değiştirilmiştir. Ayrıca programlar kullanılarak işlenen müzik ve film parçalarından oluşan içerik de vardır. Etkileşimli müzik CD'leri kolaylıkla

birbirinden ayrılabilen, değiştirilebilen, modellenebilen ve yeniden birleştirilen ayrı birikmiş katmanlar ve parçalardan oluşmaktadır. Dinleyiciler kendi kolajlarını oluşturabilme imkanına sahip olabilmektedir.

- Kullanıcı Üretimi: dijitalleşme, dijital teknoloji kullanıcılarının yazı yazmak, resim çizmek, fotoğraf ve video çekmek gibi kültürün daha yüksek formlarına katkıda bulunabilmelerini ve sanat olarak nitelendirilebilecek eserler üretmelerini kolaylaştırmaktadır. İnternet kullanıcıları tarafından oluşturulmuş içerikler, her an her yerde ücretsiz kopyalanabilecekleri için internet içeriğinin kaliteli geleneksel medyayı yok edeceğini savunan yaklaşımlar da bulunmaktadır. Üretilen ister enformasyon olsun ister kültür olsun kalite düşük olmaktadır. Kullanıcıların ürettikleri içerikler profesyoneller ve amatörler arasındaki uçurumu da arttırmaktadır.
- Hızlanma: dijitalleşme, enformasyon ve iletişim sinyallerinin üretimini, yayılmasını ve tüketimini arttırmaktadır. Donanımda hızlı anahtar kelime haline gelmiştir, hızlı bilgisayarlar, hızlı modemler, hızlı hatlar ve hızlı programlar mevcuttur. Ancak bu hız yeterli gelmemekte ve her geçen gün daha fazla hız aranmaktadır. Zamandan tasarrufun bir sınırı kalmamakta her geçen gün zaman daha fazla önem kazanmaktadır. Bu hız ekonomide, haberleşmede, moda akımlarında ve tüketimde kendini göstermektedir. İnsanlar herşeyi hızla tüketir hale gelmekte, hızlı iletişim ağı ile anında smsler, epostalar ile mesajlaşmalar ile düşünmeden etkileşimler kurulmaktadır. Hızlı bir enformasyon süreci yaşanmaktadır.
- Görselleştirme: ağ toplumunda ekranlar her yerdedir. Ekranlar tüm iletişim için etkin hale gelmektedir. Fiziksel olarak bir arada olan insanlar bir diğerinin dikkatini çekmek için çaba sarfetmekte bunun nedeni ise ekranlar olarak gösterilebilir. Geleneksel mobil ve sabit telefonlara kıyasla akıllı telefonlar ve tablet sayesinde artık ekranlar insanların ilgi odağı haline gelmektedir. Pek çok pencerenin aynı anda aılabildiği bölünmüş ekranlar ve imajların değiştirilebildiği dokunmatik ekranlara dönüşmektedir. Ekranın bir iletişim aracı olarak yükselişi, kağıttaki metnin, sadece sesin ve yüz yüze

iletişimdeki işaretlerin fiziksel olarak iletilmesinin kısmen yerini almaktadır. Basılı metin okumak yerine, ekranda görüntü izleme, radyo ve müziğin temel faaliyet olarak dinlenmesinin yerine bunların arka plan olarak kullanılmaya başlanmaları, körleşmiş kültür olarak nitelendirilmekte ve yaratıcılık ve hayal gücünün kaybı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu duruma eleştirel bakışlar, imgeler kültürünün yaratıcılık ve hayal gücünü öldürdüğü görüşü, mesajların basit ve anlaşılır gibi görünmesine karşın tam tersi karmaşıklığa sebep olduğu yaklaşımı gibi yaklaşımlar karşımıza çıkmaktadır.

Tüm bu özellikler dijital kültürü açıklamak için ele alınmış süreçlerdir. Ancak dijital kültürün bireyin yaşantısını etkisi altına alması tüm bu süreçlerin yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır.

Küresel erişime sahip, bütün iletişim araçlarını birleştiren, karşılıklı etkileşim imkanı sağlayan yeni bir elektronik iletişim sisteminin ortaya çıkışı kültürümüzü de kökten bir değişime uğratmaktadır. Bu değişim durağan olmamakla birlikte devam eden devingen bir yapıdadır. Kültürlerimizin yeni elektronik iletişim sistemiyle nasıl bir dönüşümden geçtiği önem kazanmaktadır. Yeni iletişim sisteminin temeli televizyon ile atılmış ancak 1990'larda yeni bir gelişme olarak hayatımızda yer bulan multimedya sisteminin oluşturulması ile birlikte merkezsiz ve çok yönlü yeni medyanın ortaya çıkması ve internetin yaygınlaşması kültürel açıdan aşamalar katedilmesine neden olmaktadır. Yeni iletişim teknolojileri toplumsal çıkarlar, hükümet politikaları ve iş dünyası üzerinde de büyük etki yaratarak yeni bir kültürün ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Castells, 2013 , s. 441-442). Ortaya çıkan kültür interneti kullanan tüm bireylere eşit imkanları sunma eğilimi de göstermektedir. İnternet kullanıcıları ağı yapısından dolayı, tüm kullanıcılara açıktır ve bireyler dilediği orandan bu ağdan yararlanma imkanı bulmaktadır.

İnternetin, internet ile ilgili bilgisayarlı iletişim ağlarının oluşumu ve yayılması yeni iletişim aracının yapısını, ağın mimarisini, ağa bağlı olanların kültürünü ve iletişim biçimini tamamen değiştirmektedir. Ağın yapısı, açıktır; kamunun yaygın kullanımına olanak verir, bireyler eşit olmayan bir ortamda hareket etmesine karşın, hükümet kısıtlamaları ve ticari sınırlamaları minimize etme imkanı bulmaktadır (Castells, 2013 , s. 473). İnternet aracılığı ile interaktif bir toplum yapısı oluşmaktadır. İnternetin yaygın kullanımıyla birlikte; yeni cemaatler, sanal cemaatler

oluşmaktadır. Bu durumu Howard Rheingold Virtual Communities adlı çalışmasında, insanların ortak değerler ve çıkarlar etrafında online olarak bir araya getiren yeni bir tür cemaatin doğduğunu savunmaktadır. Bu online cemaatlerin, fiziksel biraradanlığa, arkadaş toplantılarına, sanal cemaatteki üyelerin maddi desteğine dönüşebileceğine de değinmektedir. Burada ortak bir çıkar yada amaç uğruna örgütlenen, kendi kendini tanımlayan interaktif, elektronik bir iletişim ağından söz edilmektedir. Bu resmi bir girişim olabileceği gibi bir ağa bağlanan bireylere mesajlar ile etkileşim sağlamak yolu ile de gerçekleştirilmektedir. William Mitchell, bu durumu akademik olarak ele alarak, yeni teknolojik ortama uyarlanmış yeni sosyalleşme biçimlerinin, kent hayatının yeni biçimlerinin online olarak oluşturulduğunu ileri sürmektedir (Castells, 2013 , s. 475-476). Günümüzde bu cemaatlere sosyal medya kullanıcılarının katılımı görülmektedir. Instagram kullanıcılarının bir tema odaklı ağ oluşturması, birbirleriyle belirli konularda (yeme-içme, bebek bakımı, moda, güzellik, alışveriş gb.) fikir alışverişi, hatta fenomenlik boyutunda tüketim liderliği yapıldığı görülmektedir. Yine kurumsal olarak oluşturulan uygulamalar iş yaşamı, ekonomi gibi alanlarda kullanılmaktadır (Linkedin gb). Kadınların bir araya gelip her türlü problemini paylaştığı, fikir alışverişi yaptığı, birbirlerine tavsiyeler bulunduğu ortam olarak kadınlar kulübü gibi forum sayfaları da bu fikre örnek olarak verilebilmektedir.

Dijital kültür, 20. yüzyılda modern yaşamın yarattığı ihtiyaçlara bir cevap olarak çeşitli alanlara yayılmış olan ve kendini yenileyen, karmaşık bir yapıdadır ve şu alanları içermektedir:

- Dijital kültüre erişim için gerekli olan bilgisayar, mobil telefonlar, dijital kameralar, modern televizyonlar gibi teknik ekipmanlar.
- Dijital platformlarda veya dijital olarak yaratılmış kültürel elementler.
- Dijitalleşme (Kültürel elementlerin dijital tasarımı, çevrimiçi içerikler ve kullanıcılar dijitalleşme sürecinde önemli bir rol oynamaktadır).
- Bilgiye ulaşılabilirlik. Dijital kültür oluşturduğu ulaşılabilirlik durumu sayesinde bir bilgi toplumuna dönüşmek için önemli ve yeterli bir değer yaratmaktadır (Güzel, 2016, s. 85).

Dijital kültür kavramını özellikleri bakımından ele alan Karakulakoğlu ise katılım, iyileştirme, mesafe ve bricolage başlıkları ile dijital kültür kavramını açıklamaktadır. Bu bağlamda dijital kültür bileşenleri:

- Dijital kültürün bileşeni olarak ‘iyileştirme’ kavramı yeni medyanın her yeni aracıyla eski medyayı yenilemesi hatta eskiyen medyayı yeniden üretmesi durumudur.
- İnsanları bir araya getirme bileşeni olarak Deuze ‘mesafe’ kavramına değinir: “İnsanlar dijital medya ile meşgul olmaya başladıklarında ne yaptıkları ya da birbirlerinden ne bekledikleri esas olarak özel ilgi alanlarıyla şekillenmektedir ve ender olarak alternatif, aktivist, radikal duyguların ifadesi olarak tezahür eder. Bu bağlamda ‘mesafe’ sosyal bir eğilim olarak bireyselleşmeye vurgu yapmaktadır. Toplum üyeleri giderek bireyselleşerek, ana akım medya ürünlerini bozarak ve yeniden yapılandırarak eski medyanın yeni medya biçimleriyle iyileştirilmesine hizmet ederler”(Deuze’den akt. Karakulakoğlu, 2012).
- Dijital kültürün bir özelliği olarak ortaya atılan “iyileştirme” kavramı yeni medyanın sunduğu iletişim araçlarıyla bir sosyal eyleme dönüşmüştür.
- Dijital kültürün bir diğer bileşeni olan ‘bricolage’ Türkçe’de kendi kendine yapılabilen kavramına denk gelmektedir. İnternet ortamında ‘bricolage’ i web 2.0 araçları üzerinden kullanıcıya yeniden ve tekrar içerik yaratma imkanı verilmesiyle ortaya çıkmaktadır. Parçalar istenildiği gibi seçilmekte ve yeniden düzenlenebilmektedir. Son metin kavramı ortadan kalkmakta ve var olanın üzerine her zaman birşeyler eklenebilmektedir. Baudrillard’ın ‘ikinci el gerçeklik’ tanımlamasına bu duruma karşılık gelmektedir (Karakulakoğlu, 2012).

Dijital kültürün bireylerin yaşantılarına interaktif iletişim imkanı da tanınmasıyla birlikte internet kullanıcıları, kendi özgün fikirlerini bu ortamda sunabilmekte, var olan metinler üzerine kendi eklentilerini yapabilmektedir. Bu durum yalnızca metinler ile sınırlı olmamakta, aynı zamanda görseller için de imkanlar bulunabilmektedir. Kendi videosunu çekip yayınlama, var olan videoları

kesip, üzerine eklentiler yapabilmekte, fotoğrafları kolajlayabilmek, üzerinde oynamak ve yeni görseller elde etmek de mümkün olmaktadır. Blog ve mikroblog aracılığıyla var olan haberleri paylaşabilmekte ve bunlara kendi düşüncelerini ekleme fırsatı da bulabilmektedir.

Dijital kültür, bireylerin yaşam alanlarını hem gönüllü olarak katıldıkları ağlar ile hem de yurttaş olarak kurumsal ihtiyaçların giderildiği alanlarda etkin olmaktadır. İnsanlar dijital kültür ile yaşam biçimlerini düzenlemek durumunda kalmaktadır. Özellikle gündelik iletişim biçimleri, bürokratik işleri yapma biçimleri, iş başvurusu ya da alışveriş ihtiyaçları gibi konularda dijital kültürün yansımalarına rastlanılmaktadır. Dijital kültürün yaşam biçimlerine hangi alanda etki ettiği üçüncü bölümde ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

2.3.1 Dijitalleşme Süreci ile Dönüşen Kimlik

Buckingham, kimliğin muğlak ve kaygan bir terim olduğunu ifade etmektedir. Özellikle son yıllarda kimlik kavramı çok farklı amaçlar ve içeriklerde kullanılmaktadır. Buckingham, kimlikle ilgili temel paradoksun bu kavramın doğasından kaynaklandığını ifade etmektedir (Karaduman, 2010, s. 2887).

Çok boyutlu ve çeşitli bir kavram olarak kimlik, insanlarda birden fazla özelliği temsilen karşımıza çıkmaktadır. Bireyler, içlerinde bağlılık için savaşan, potansiyel olarak çelişik bir dizi kimliği bünyelerinde taşımaktadır. Erkek-kadın, normal ya da eşcinsel, milliyetçi-çevreci gibi bir çok niteliği taşımaktadır. Özetle kimlik, bazı insanlarla nelerinizin ortak olduğuna ve sizi başkalarından neyin farklılaştırdığına ilişkin ait olma sorunu olarak ifade edilebilmektedir. Kimlik içinde çeşitli soruları barındıran bir sorunsaldır. Bu durumda soruların odak noktasında, “bireyin kendisini ne olarak tanımladığı ve konumlandığı ya da kendisini diğerlerinden ayırt eden özelliklerin neler olduğu” şeklinde yorumlanmaktadır. Bu soruların özünde ise ait olma ihtiyacının olmasıdır. Aitlik duygusu, kişinin özsaygısını yükseltebilmek adına önemli bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır. Kimlik, sosyal ilişkilerin devamlılığını sağlayan, insanların bir arada bulunmasına katkı sağlayan ve bireyleri bir arada tutan bir sosyal bağ özelliği taşımaktadır. Kimliğin kişiler arası düzeyi, sosyal kimlik, olarak tanımlanmaktadır. Sosyo-

demografik karakterlere (erkeklik gibi), grup yada kurumsal üyeliklere (futbol takımı tutmak, bir klübe üyelik gibi), sosyal rollere (babalık, annelik gibi), kişiliğin sosyal tiplerine (entelektüellik, liderlik gibi), olaylara bakış açısına göre (iyimser, dikkatli gibi) atıfta bulunan sosyal kimlikler, “ben kimim?” ya da “biz kimiz” sorularının cevabını vermektedir. Kişinin sosyal kimliği, kişiler arası iletişimde kişinin sosyal kategorisini öne çıkararak ve bir sosyal statüye bağlı davranışlar göstererek sunduğu yüzü olarak ifade edilmektedir (Karaduman, 2010, s. 2887). İnsanın kim olduğu, toplumdaki sorumlulukları, hayata bakışı, olayları yorumlayış biçimleri, yaşam içinde sahip olduğu görev ve sorumlulukla, sosyal yaşamda sahip olduğu birikimler gibi tüm özellikler kimlik hakkında bilgi veren bir takım özelliklerdir. Tüm bu özellikler kişilik yapısı hakkında bilgi sahibi olmaya imkan sunmaktadır.

Kimlik, kolektif bir yapıya sahip olmamakla birlikte, bireysel yaşantıda var olan tasavvurları, yaşama katılma biçimlerimizi ve son analizde toplumsal yaşantı içerisinde bireyin konumlanmasını kapsamaktadır. Ancak bireysel bir tasavvurun boyutu, toplumsal alan kapsamında farklı bir şekle dönüşebilmektedir. Bu noktada farklı bir kavrayış ön plana çıkmaktadır. Bu kavrayış ise toplumsal yaşantının içeriğinde var olan otorite boyutudur ki; bu boyutu yalnızca toplumsal aktörler onları içselleştirdiğinde, kendi anlamlarını bu içselleştirme etrafında örgütlediğinde kimlik haline gelmektedir. Bireyin otorite ile ilişkisi bakımından ele alındığında, onun sahip olduğu değerler toplamı, otoriteye yönelik tutumuyla anlamlı olacak ve bir kimlik edinimi süreci başlamaktadır. Toplumsal alandaki otoritenin şekillendirdiği anlam evreni, bireyi farklı kodlamaları ile olanaklı kılacak ve bu şekilde kimlik ontolojik olarak değil, ancak toplumsal ve tarihsel arka planı ile bir oluşum içerisinde bulunmaktadır. Castells kimliklerin inşası şu şekilde ifade etmektedir;

“Tarihten, coğrafyadan, biyolojiden, üretken ve üretmeye yönelik kurumlardan, kolektif hafızadan, kişisel fantezilerden, iktidar aygıtlarından ve dinsel vahiylerden malzemeler kullanılmaktadır. Ama bireyler, toplumsal gruplar, toplumlar bütün bu malzemeyi, içinde buldukları toplumsal yapıya uzam/zaman çerçevesinden kaynaklanan toplumsal koşullara ve kültürel projelere göre işler, bütün bu malzemenin anlamını yeniden düzenler” (Castells, 2006, s. 14).

Bu açıklamadan da anlayacağımız üzere kimlik inşa edilirken bireyi meydana getiren tüm yönler etkin rol oynamaktadır. Toplumun yapısını oluşturan temel etkenler arasında yer alan tarihsel süreç, coğrafi yapı, genetik miras, kişisel istek ve arzular, siyasi işlevler, dini inançlar bireyin kimlik yapısına katkı sağlarken, içinde bulunduğu toplum ve etkileşim içerisinde olduğu kişiler de kimlik inşası açısından önem arz etmektedir.

Kimlik psikoloji, felsefe ve sosyoloji açısından farklı biçimlerden ele alınmaktadır. Kimlik kavramı konu gereği sosyolojik olarak ele alınması daha faydalı olmakla beraber psikoloji açısından ne anlama geldiğine değinmek gerekmektedir.

Kimlik öznel bir bütünlük, tutarlılık ve süreklilik göstermektedir. Psikolojide; kimlik, benlik ve kişilik ile birlikte ele alınmakta ve irdelenmektedir. Psikologlar, benliği ve kişiliği, kimliğin merkezine koyarak bu bağlamda kimliği çözümlenmeye ve tanımlamaya çalışmaktadır. Bu noktadan hareketle kimliği, bireyi, diğer bireylerden ayırt eden tutarlı ve yapılandırılmış göstergeler olarak tanımlamak mümkündür. Sosyolojik açıdan kimlik, toplumsal cinsiyet ve sınıf belirlemelerinde kullanılan bir kavram olup, bireyin sosyal durumunu konu almaktadır. Felsefi açıdan kimlik ise, öznenin varoluşunun ontik, epistemik, etik ve estetik gibi belirlemeleri sonucu oluşmuş olan gerçeklikleri konu edinmektedir (Aşkın, 2007, s. 213).

Sosyal bilimlerde kimlik kelimesinin anlamı farklı biçimlerde karşımıza çıkmaktadır. Burada genellikle toplumsal ve bireysel yada kişisel kimlikler arasında bir ayrımın yapıldığı görülmektedir. Kültürel çalışmalar ve sosyoloji konulu ansiklopedilerde kimlik tanımının kısıtlı olduğu görülmektedir. Sözlüklerden birkaçına baktığımızda (Kara, 2014, s. 28-29):

Sage Dictionary of Cultural Studies: kimlik kavramı 1990'larda kültürel çalışmaların merkezi bir kategorisi haline gelmiştir. Duygusal olarak özleştığımız kişilerin kültürel tanımlamalarıyla alakalıdır ve aynılık ve farklılık, kişisel ve toplumsallık ile ilgilidir. Kültürel çalışmalarda kimlik kültürel bir inşadır çünkü kimlik oluşumunda kullanılan materyaller olan söylemsel kaynaklar kültürel mahiyettedir. Özel olarak yaygın biçimde kültürlenme olarak anlaşılan toplumsal süreçte bizler bireyler olarak kuruluruz ve bu olmadan bizler kişi olamayız. Gerçekte

kişi olmanın ne demek olduğu düşüncesinin kendisi kültürle bir sorudur ve dil olmadan kimlik kavramının kendisi bizim için anlaşılmaz olurdu.

The Cambridge Dictionary of Sociology: İnsanların bir kimliğe veya kimliklere sahip olduğu düşüncesi önceki karakter nosyonlarının yerini kimliğin toplumsal olarak inşa ve icat edildiği düşünülmektedir.

Encyclopedia of Social Theory: Kimlik insanların ötekilerle etkileşim kurarlarken ve çeşitli sosyal dünyalarda kendilerini yönlendirirken attıkları ve kabul ettikleri isimleri kapsayıcı bir terim olarak düşünülebilir. İnsanların dünyasını meydana getiren insanların insanlarla yada nesnelere ile kurdukları düzeyde ilgili nesnelere tanımlamalarına bağlı oluşudur. Diğer bir deyişle bir nesneye yönelerek eylemden veya onunla etkileşim kurmadan önce onların zaman ve mekanda konumlandırılmış olmalıdır. Böyle yapmak o nesneye onu belli bir kategorinin üyesi olarak (örneğin bir asker, kadın, erkek, şef, öğrenci vs) sınıflandıran bir isim vermektir.

Sage Dictionary of Sociology: bu terimin bir anlamı çocuğun ebeveynlerinden ve ailesinden ayrılıp, toplumda bir yer edinirken geliştirdiği benlik duygusuna gönderme yapmaktadır. Sosyolojinin kimlik görüşü toplumsallaşmaya ve toplumsal etkileşime verdiği büyük önem bakımından ayrılır. George Herbert Mead'in ve Charles Horton Cooley'in yapıtları toplumsal bir ürün olarak kimlik anlayışının gelişiminde önemli bir yere sahiptir.

Yukarıda yer alan kimlik kavramının açıklanmasına yönelik açıklamalarda, kimliğin bir çok açıdan ele alındığı görülmektedir. Özellikle kimlik ve benlik kavramının eş değer görüldüğü de dikkat çekmektedir. Kimliğin ele alınış biçiminde farklı bakış açıları da karşımıza çıkmaktadır.

Marcia, kimlik kavramını ele alırken kimlik statüleri kavramını ileri sürmektedir. Bu kavram ile adanmışlık-işsel yatırım ve keşif boyutlarının varlık ya da yokluğuna göre kimlik statüleri açıklamaktadır. Özetle, Marcia için kimlik keşfi

belli bir statü ile sonlanmakta ve statüler arasında da geçişler sağlanmaktadır. Marcia dağınık kimlik, ipotekli kimlik, başarılı kimlik ve moratoryum olmak üzere dört kimlik statüsü olduğunu ifade etmektedir. Dağınık kimlik, kargaşalı kimlik de denilmektedir. Burada düşük keşif, düşük bağlanma söz konusu olmakla birlikte kimlik konuları ile ilgilenmeme söz konusu olmaktadır. İpotekli kimlik, erken bağlanmış kimlik olarak da ifade edilmektedir. Düşük keşif, yüksek bağlanma durumu söz konusudur. Kimlik biçimlenmesinde katılığı ve mevcut yapıya uyma durumu söz konusudur. Moratoryum, kimlik bunalımının söz konusu olduğu türdür. Burada yüksek keşif, düşük bağlanma durumu vardır. Benlik için güçlü bir arayışın olduğunu söylemek mümkündür. Başarılı kimlikte yüksek keşif, yüksek bağlanma durumu mevcuttur. Burada farklı parçaları içeren tutarlı bir kimlik oluşturma durumundan bahsedilmektedir (Atak, 2011, s. 165).

Sosyolojik açıdan kimlik, öznelci ve nesnelci olmak üzere iki yaklaşım bulunmaktadır. Öznelci yaklaşıma göre, kimlik tutarlı ve yaşam boyunca az çok aynı kalan gerçek bir bendir (özdür). Bu yaklaşım özellikle organizmanın iç yapısına önem vererek, onun dış çevresini ve değişimini göz ardı etmesi, kimliğin oluşumunda doğru bir yaklaşım olmadığı için eleştirilmektedir. Nesnelci yaklaşıma göre kimlik; organizmanın iç dinamikleri yanında bütün bir dış çevresiyle birlikte karşılıklı etkileşimler ve iletişim sonucu oluşmuş olan bir bütünlük, bir tutarlılık ve süreklilik olarak ifade edilmektedir (Aşkın, 2007, s. 214).

Sembolik etkileşimci olarak anılan Cooley ve Mead, sosyoloji literatürünün bugün kullandığı anlama en yakın 'kimlik' tanımı geliştirilmiştir. Cooley ve Mead, 'kimlik' yerine 'benlik' kavramını kullanırken, Goffman ile birlikte sembolik etkileşimciler 'kimlik' terimini kullanmaktadır. Goffman kimlik kavramını sosyal kimlik ve kişisel kimlik olarak ele almaktadır. Goffman sosyal kimliği, kişinin açıkça ait olduğu, kuşak, cinsiyet, sınıf gibi büyük sosyal kategoriler olarak tanımlamaktadır. Kişisel kimlik ise, isim, dış görünüm gibi ayırt edici işaretler ve kişinin hayat öyküsünün ve özelliklerinin bilgisinden ibarettir (Zıllıoğlu, 2008, s. 24).

Kimlik kavramını kollektif kimlik ve kişisel kimlik olarak da ele almak mümkündür. Kollektif kimlik, belirli bir insan grubunun kendi hakkındaki bilinci ve duygusuyla ilişkilidir; topluluğun kendine özgü niteliklere sahip olduğu ve biricikliği yönündeki bilinci ve aidiyet duygusudur. Kollektif kimlik, bireyin ait olduğu grupta

sürekli ve kalıcı olmasını garanti eder. Kimlik, kendi doğal ve toplumsal çevresine göre zamanla grubun sınırlarını oluşturur. Bireylerin üyeliğini belirler, gruba katılma koşulları ile üyelerinin, kendilerini tanıma ve tanınma kriterlerini tanımlar. Böylelikle grubun üyesi olarak biz ve grubun üyesi olmayan onlar ortaya çıkar. Böylelikle öteki kavramı da ortaya çıkmaktadır. Kollektif kimlik, sosyal kimliğin topluluk bağlamında ortaya çıkmasıdır. Bu kimlik sınırları belli bir alanda belli bir kültürel topluluk tarafından taşınan kimlik olarak, etnik, dinsel ve ulusal kimlikler bu gruba dahil olmaktadır. Bireysel kimlik ise, farklı bir olay karşısında bireyin yeniden konumlandırılması olarak ifade edilmektedir. Yeniden konumlanmış birey, aynı olay karşısında bile farklı zamanlarda farklı tavırlar sergilenmesine sebep olmaktadır. Bireydeki aidiyet ve bireysellik ihtiyacını gidermesi bakımından önem arz etmektedir. Farklı bağlamlarda aidiyet ihtiyacı hissettiğinde kendine en yakın kollektif kimliğe yaklaşarak bu ihtiyacını gidermektedir. Kendini değerli gördüğünde ise kollektif kimliğinden uzaklaşmaktadır. Bu durum kimliğin kendi olma durumunu ortaya çıkarmaktadır (Pamuk, 2014, s. 89).

Bireyin yaşam alanında sahip olduğu tüm sorumluluklar ve roller onun kollektif kimliğini oluştururken, bireyin kendini güçlü olarak hissettiği kendini gerçekleştirme noktasına vardığı durumda ise bireysel kimliğin ön plana çıktığını görmekteyiz. Bireyin toplumsallaşma ile elde ettiği bir takım özellikler onun kollektif kimliğinin oluşmasında önemli bir role sahip olmaktadır. Özellikle inanç, etnik kültür, ulusal kimlik gibi sosyal yaşam içinde önemli bir yere sahip olan bu özellikler ile birey toplumsallaşmaktadır ve sosyal yaşam içinde kendine yer edinmektedir. Farklılaşmaktan ve öteki olmaktan kollektif kimlik özellikleri ile sıyrılabilmektedir. Buna karşın birey kendi benlik özelliklerini ise kendini ifade edebilmek amacıyla kullanmaktadır.

Kimlik kavramı toplumsal olaylar ile birlikte şekillenmekte olduğundan, toplumda yaşanan gelişmeler bireyin kimlik yapısını da etkilemektedir. Bu nedenden dolayı modernizm ve postmodernizm süreçleri toplumsal yapıyı düzenlerken bu yapı içindeki bireyin kimlik özelliklerini de etkisi altına almaktadır. Konuyu daha ayrıntılı olarak ele alabilmek adına başlıklar halinde modern dönemde kimlik, postmodern dönemde kimlik ve sanal kimlik konuları ele alınmaktadır.

2.3.1.1. Modern Dönemde Kimlik

Bir önceki bölümde modernizm üzerine incelemelerde bulunulmuştur. Modernizm süreci ve modernizmin kişilik, kimlik, benlik gibi başlıklar ile bireyi etkisi altına aldığından yola çıkarak daha geniş bir perspektiften modernizm ve kimlik konusuna değinmek gerekliliği doğmaktadır. Modernizm ile birlikte 'bireysellik' ön plana çıkmakta, özgürlük, bilim ve bilgi kavramları önem kazanmaktadır. Bireyselleşmenin önem kazandığı bu dönemde kimlik de önemli bir kavram haline gelmektedir.

Modernizmle birlikte kimlik birey tarafından oluşturulan, önemli kararları verme aşamasında bireyin ön planda olduğu bir döneme girilir. Birey kendi kararlarını veren konuma gelmektedir. Bu süreçte modern kapitalist toplumda değişen üretim biçimleri ve iş bölümü büyük bir etkiye sahiptir. Yaşanan ekonomik gelişmeler ve oluşturulan kentler ile birlikte ortaya çıkan kentsel yaşam, toplumsal roller ve sorumlulukların oluşmasında etken olmaktadır. Böylelikle ortaya kimlik problemleri çıkmaktadır. Farklı sosyal rollere sahip olan bireyler, kendilerini bu duruma adapte etmek zorunda kalmakta, toplumsal rolleri ve sorumlulukları arasında sıkıntılar yaşamaktadır. Bu durumda birey iç gerilimler ve çatışmalar yaşamaktadır. Modern yaşam, bireyleri tercihleri ve seçimleri konusunda zorlamaktadır (Karaduman, 2010, s. 2890).

Geleneksel toplum yapısından modern toplum yapısına geçerken kimlik kavramı, tartışma konusu haline gelmektedir. Modernizmle birlikte kimlik hareketli, çoklu, bireysel, öz-düşünsel, ve değişime ve yeniliğe açık hal almaktadır. Kellner, modernitede kimliğin oldukça devingen, çok katlı, öz düşünsel, değişme ve yeniliklere açık hale geldiğini ifade etmektedir. Modern dönemde kimlik özellikleri ise aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- Kimlik, aynı zamanda toplumsal ve öteki bağlantılıdır. Böylelikle, yeni kimliklerin, olası kimliklerin sınırları sürekli genişlemekle birlikte, kimlikler hala görece sınırlandırılmış, sınırlanmış ve sabittir.
- Moda ve yaşam olanakları değişip genişledikçe insan kimliğini seçebilir, imal edebilir ve sonra yeniden imal edebilir.
- Modernitede toplumsal olarak tanımlanmış mevcut roller, normlar, gelenekler ve beklentiler arasında bir etkileşim yapısı hala vardır.

İnsan bu süreç içinde kimlik edinmek amacıyla seçim yapmak, sahiplenmek ve yeniden üretmek zorundadır. Dolayısıyla “öteki” modernitede kimliğin kurucu unsurlarından biridir.

- Kimlik, her zaman istenildiğinde değişebileceğinin ve değişiklik yapabileceğinin farkındadır.
- Modernite geçmiş zaman biçimlerinin, değerlerinin ve kimliklerinin yıkılışının ve yenilerinin üretiminin bir aradalığını ifade eder.
- Modernitede kimlik sorunu, biz kendi benimizi nasıl kurar, kavrar, yorumlar, kendi kendimize ve başkalarına nasıl sunarız demektir (Karaduman, 2010, s. 2890).

Giddens modern dönemde uzaktaki oluşumların yakındaki olaylar ve benliğin mahrem yönleri üzerindeki etkileri giderek yaygınlaştığını ifade etmektedir. Bunda en etkin rolü yazılı ve elektronik medyanın oynadığını da ileri sürmektedir. İlk yazma döneminden itibaren hem birey kimliği hem de toplumsal ilişkilerin yapısı önemli derecede değişim göstermektedir. Bunda kitle iletişim araçlarının, özellikle elektronik iletişimin gelişmesiyle birlikte, benlik gelişimi ve sosyal sistemlerin birbirlerine etki etmesiyle daha da önemli hale gelmektedir (Giddens, 2014, s. 15-16).

Giddens modern yaşamda bireyi etkisi altına alan bir takım durumları da ele almaktadır. Bu durumlardan biri risklerdir. Modern zamanlar bireyleri bir takım riskler ile kuşatmaktadır. Bu riskleri modernitenin de karanlık yüzü olarak ifade etmektedir. Öyle ki bu riskleri modernitenin devam etmesiyle varlığını koruyacağını ileri sürmektedir. Bir diğer nokta ise uzmanlaşmanın artmasıdır. Modern zamanlarda kurumların gelişmesiyle birlikte uzmanlıklar da artar ve uzmanlık alanlarının sınırlarının daha fazla daralması teknik gelişmenin kaçınılmaz bir sonucu olarak görülmektedir. Kişi hayatın diğer alanlarında başka kişilerle aynı konumda olmaktadır. Modernitenin risk alanı herkes için rahatsız edici nitelik taşımaktadır. Modern toplumsal koşullarda, kişi bireysel kimliğini refleksif olarak biçimlendirmeye çalıştıkça mevcut pratiklerin gelecek sonuçları biçimlendirdiğini daha fazla fark etmektedir. Tüm bunlar bireyin kimliği inşasında etkin rol oynamaktadır (Giddens, 2014, s. 143-182). Modern dönemde kimlik inşası açısından önemli olan dört durumdan söz etmek mümkündür. Bu özellikler benliğin ikilemleri olarak isimlendirilmektedir. Bunlar; birleşme/parçalanma, güçsüzlük/elde etme,

otorite/belirsizlik, kişiselleşmiş deneyim/metalaşmış deneyim olmak üzere dört başlıkta ele alınmaktadır:

“Birleşme/parçalanma: refleksif benlik tasarımı-planlanması gereken-birçok bağlamsal oluşum ve dolaylı deneyim biçimini içerir.

Güçsüzlük/elde etme: modernitenin mümkün kıldığı hayat tarzı seçenekleri hem birçok elde etme fırsatı sunar, hem de güçsüzlük duyguları üretir.

Otorite/belirsizlik: Hiçbir nihai otoritenin bulunmadığı durumlarda, refleksif benlik tasarımının bağlılık ve belirsizlik arasında bir orta yol bulma durumudur.

Kişiselleşmiş deneyim/metalaşmış deneyim: benlik anlatısı kişisel elde etmenin tüketim üzerindeki standartlaştırıcı durumlarda etkilendiği koşullarda inşa edilmek zorundadır.” (Giddens, 2014, s. 251).

Birleşme problemi, benlik söz konusu olduğunda bireysel kimlik anlatısının modernitenin ortaya çıkardığı büyük çapta yoğun ve yaygın değişim karşısında korunması ve yeniden inşası ile ilişkilidir. Modern çağ öncesi çoğu toplumda yaşantının parçalanması temel kaygı kaynağı değildir. Güven ilişkileri yerleşir ve kişisel bağlara odaklanır. Bireysel kimlik hangi alana ait oluşuna karar veremez durumdadır. Bir taraftan kendi benliğini tasarlarırken diğer taraftan dışarıdan gelen anlamlar kendi tasarımına meydan okumaktadır. Güçsüzlük/elde etme ikileminde, birey kendi yaşamını biçimlendirirken farklı etmenlerin kontrolünü sağlayamamaktadır. Burada kontrol dışsal faktörlere bağlı olmaktadır. Otorite/belirsizlik ikilemi ise, modern öncesi dönemde gelenekler toplumsal yaşamın birçok alanında otorite olarak görülmektedir. Din ve gelenek yaşam standartlarını belirlemektedir. Neyin nasıl yapılacağı konusunda bireyi yönlendirmektedir. Modern dönemde ise geleneksel otorite biçimleri devam etmekle birlikte kurumsallaşmış boyutta bir otoritede mevcuttur (devlet ve hukuk). Kişiselleşmiş deneyim/metalaşmış deneyim ikilemi, burada kaynak kapitalist düzenin ‘bireyselciliği’ tüketim alanına dahil etmesiyle başlar. Bireysel ihtiyaçların karşılanması kapitalist sistemin devamlılığını sağlamaktadır (Pamuk, 2014, s. 53-55).

Modernitede toplumsal olarak tanımlanmış mevcut roller, normlar, görenekler ve beklentiler arasında bir etkileşim yapısı hala vardır; insan bunlar arasından karşılıklı tanımanın karmaşık süreci içinde kimlik edinmek amacıyla seçim yapmak, sahiplenmek, ve yeniden üretmek zorundadır. Bu şekilde, "öteki", modernitede

kimliğin kurucu unsurlarından biridir ve dolayısıyla ötekince yönlendirilen karakter tipi geç modernliğin bildik tipidir; bu tip tanınmak için ve de kişisel kimliğin kurulması için ötekilere bağımlıdır. Modernitede kimlik bu nedenle hem kişisel, hem de kuramsal bir sorun haline gelmektedir. Modern birey içinde olduğu gibi, kimlik kuramları içinde ve bunların arasında da belli gerginlikler ortaya çıkar. Bir yandan bazı kimlik kuramcıları kişisel kimliği; kişiyi oluşturan fitri ve kendiliğinden aynılık sahibi bir öz şeklindeki tözsel bir benlik aracılığıyla tanımlanmaktadır (Kellner, 2016).

Modernizmin birincil toplumsal ilişkileri çözücü ve insanları bireyselleştirici biçimde toplumsal yapıyı dönüştüren etkisi bulunmaktadır. İnsanlar çeşitli kimlikler arasında bir seçim yapma zorunluluğu ile karşı karşıya kalmaktadır. Burada insanların kim veya ne olmak istediğine karar verme özgürlüğü de bulunmaktadır. Bu dönemde bireyin sahip olduğu kimlik sayısı arttıkça, insan edinmek istediği kararlı bir kimliğin kabul edilmesini de sağlamak zorundadır. Var olan kimlik tipleri için seçilen kişisel kimlik, seçiminin yapıldığı andan itibaren fark edilen yeni kimlikler tarafından sürekli bir sorgulamaya tabi tutulmaktadır. İnsanlar kimlik seçimlerini doğru yaptıklarından ve bu kimliği gelecek yaşamlarında değiştirmeyeceklerinden emin olmakta zorlanmaktadır. Modernizm sürekli bir değişim, devingenlik ve yenilik süreci içermektedir. Bu nedenle bireyin sahip olduğu her hangi bir kimlik sabit kalamamaktadır. Bu dönemde değişen moda akımları da kimliğin değişmesinde ya da yeni kimlikler edinmede etkin rol oynamaktadır. Bir dönem cazip gelen bir kimlik eskiyebilmekte ve cazibesini kaybedebilmektedir. Bu Kellner'in ifadesiyle, "bunun sonucunda insan bir anomi durumu, dünyada kendini hiçbir yere ait hissedememe gibi çok büyük yabancılaşma durumu yaşayabilir" (Özyurt, 2012, s. 185-186). Buna göre insan; bir anne, bir oğul, bir Teksaslı, bir İskoç, bir profesör, bir sosyalist, bir katolik, bir lezbiyendir ya da daha çok bu toplumsal roller ve olanakların bir birleşimidir. Böylelikle, yeni kimliklerin, olası kimliklerin sınırları sürekli genişlemekle birlikte, kimlikler hala görece sınırlandırılmış, sınırlanmış ve sabittir (Kellner, 2016).

Bireyin modern zamanlarda yaşanan gelişmeler ile birlikte yaşadığı tüm değişken durumlar kimlik yapısına da yansımaktadır. Hızla gelişen iş yaşamı ve bunun sonucunda değişen yaşam tarzları bireylerin yaşam biçimlerinde büyük değişimlere yol açmaktadır. Bu değişimler bireyin sahip olduğu roller ve bunun

sonucunda da sahip olduğu sorumluluklara yön vermektedir. Bireyin her bir rolü ona yeni bir kimlik kazandırmaktadır. Burada birey kimi zaman kendi kimliğine ve içindeki topluma yabancı kalabilmektedir. Bu durum toplumsal ilişkiler, aile ve diğer iletişim biçimleri açısından olumsuzluklar yaşanmasına da etken olmaktadır.

Modern zamanlarda ortaya çıkan ekonomik, kültürel ve ideolojik farklılıklar da kimlikler üzerinde etkin rol oynamaktadır. Yaşanan kültürel farklılıklar, bireyin sahip olduğu kimliklerin farklılaşmasında etken rol oynamaktadır. Kişinin iş yaşamında sahip olduğu rol farklı bir kimlik oluşumuna sebep olurken, dahil olduğu kültür ve aile yaşamında var olan kimliği ile örtüşmeme durumu söz konusu olmakta ve farklı kimlikler edinmesine hatta kimlik çatışmalarına sebep olabilmektedir.

2.3.1.2. Postmodern Dönemde Kimlik

Bir önceki bölümde modernitenin kimlik üzerindeki etkileri el alınmaktadır. Modernitede kimlik hareketli ve değişken olarak karşımıza çıkmakta ve çeşitli koşullardan etkilenerak bireyler birden fazla kimliğe sahip olmaktadır. Öteki kavramıyla da ilişkili olan kimlik roller ve sorumluluklarla şekillenmektedir.

Modern toplumların hız, büyüme ve karmaşıklaşmasının artmasının bir sonucu olarak postmodern dönemde kimlik, çok daha değişken ve çok daha kırılğan bir hale gelmektedir. Bu duruma uygun olarak, son postmodernite söylemleri kimlik kavramını sorunsallaştırır ve onun bir söylence ve bir yanılsama olduğunu iddia etmektedir. Frankfurt Okulu, Baudrillard ve diğer postmodern kuramcılara göre özerk, kendini kuran özne; modern bireylerin, bir bireycilik kültürünün başarısı iken, toplumsal süreçler ve rasyonelleşen, bürokratikleşen, dolayımlanan ve tüketicileşen bir kitle toplumu yüzünden parçalanmakta ve gözden kaybolmaktadır. Postmodern kültürde özne aşırı mutluluk ve coşku yoğunluklarına adapte olarak çözülerek, parçalanır, bağlantısızlaşır ve merkezsizleşir postmodern benlik artık endişe yaşamıyor ve o en derinliği, tözselliği ve modern benliğin ara sıra ulaşabildiği, ideal tutarlılığını yitirmektedir (Kellner, 2016, s. 196).

Postmodern kuramcılara göre öznelerin kitlelerin içine patladığı, bu parçalanmış, kopuk ve süreksiz tecrübe biçimi postmodern kültürün, hem öznel

deneyimlerinin, hem de metinlerinin çok temel bir özelliği olmaktadır. Postmodern medyada ve enformasyon toplumunda insanın, en ziyade "bilgisayar sisteminde bir terim" ya da "fantastik kontrol sistemlerinin" sibernetikleşmiş bir efekti olduğu iddia edilmektedir. Deleuze ve Guattari modernitenin öznesinin parçalanmasını ve dağılıp gitmesini yüceltirken arzu ve öznelliğin, amaçsız oradan oraya savrulmalarına neredeyse alkış tutmaktadır. Bu kuramlara göre, kimlik çok değişken ve istikrarsızdır. Bazı postmodern kuramlara göre de kimlik "postmodern sahne"de bütün bütün gözden kaybolmaktadır. Postmodern kuramların pek çoğu kimliğin içe patlama ve öznenin parçalanma yeri olarak popüler kültürün neden olduğunu ileri sürmektedirler. Postmodern kültürün genellikle dikkat çekici özellikleri olarak kabul edilen, imajların hızlı, yoğun üretimi ve yayılması; gösterişli, yüksek-teknoloji ürünü aşırılıklar; özgün biçimlerin, üslupların taklit edilmesi (pastiş) ve içe patlamaları; eski imaj ve üslupların parça parça alıntılanması ve yinelenmesi gibi özelliklerin örneklerindedir (Kellner, 2016, s. 197).

Postmodern olarak adlandırılan olguları, modernliğin düşünürselliğinin sonucu olarak anlamak, bu değişimlerin ilerlemeyi işaret ettiği anlamına gelmektedir. Aksine postmodern olguları bir bütün olarak değerlendirmek ve insanlık adına bir kazanım olarak görmek mümkün değildir. Postmodern yenilikler arasında doğru ve ilerleme gibi kavramlara yönelik keskin bir şüphenin de bulunmasını, modernlik gibi temelci, kurucu, evrimci bir yaklaşımla bağdaştırmak mümkün değildir. Modern kurumların dünya ölçeğinde yayılması dikkate alındığında, Giddens'in modernliğin devam ettiği yönündeki ısrarının haklılık payı bulunmakla birlikte; postmodernite kavramı modernliğin düşünürselliği ya da modernliğin radikalleşmesi gibi yan kavramlarla açıklanması mümkün olmayan bir takım olgulara da gönderme yapmaktadır (Özyurt, 2012, s. 189). Bu nedenden dolayı modern ve postmodern dönemde kimlik kavramlarını karşılaştırarak ele almak gerekmektedir.

Hem modern hem post modern kimlikler seçilmekte ve inşaa edilmektedir. Seçme ve inşaa etme düşünürsellik ve farkındalık çerçevesinde yapılmaktadır. Seçme olanaklarının fazlalığı kimliği kullanıp atılan bir tüketim metası haline getirmektedir. Postmodernizmde toplumsal ilişkiler hangi kimliği gerektiriyorsa, o kimlik bedenimize yapışmayacak ve kalıcı olmayacak biçimde oluşturulmaktadır. Bu

nedenden dolayı postmodern süreçte inşa edilen kimlik hem imaj üzerine hem de rol yapma üzerine kuruludur demek mümkün olmaktadır (Özyurt, 2012, s. 191).

Postmodern kimlikleri modern kimliklerden ayırt etmemizi sağlayan nokta, kimliklerin bazı özelliklerindeki derece farklılığı ve modernitede zaten var olan bazı özelliklerin daha yoğun olması durumudur. Modern kimlikler gibi post modern kimlikler de çoklu ve istikrarsız bir yapıdadır. Ancak modern kimliklerde değişim, postmodern kimliklere oranla, daha yavaş olduğundan farkedilir bir istikrardan söz etmek mümkün olmaktadır. Modern kimlikler bireyin, kendi başına var olmasının kökenini ve eyleminin zeminini oluşturur; bireyin hayatı ile ilişkili kesinlikler içerir, bu nedenle de belli bir huzur verir. Burada güvence altına alınmış bir şeyler söz konusudur. Bireyi belli bir mekana yerleştirir. Benlik ve öteki, içerisi ve dışarı, birey ve toplum, özne ve nesne söylemimizdeki belirsizlikleri ortadan kaldırır. Postmodern kimlik, modern benliğin özgürce seçilmiş çoklu kimliklerinin bir açılımı halindedir. Çoklu kimlikler modern benliklerde kaygı ve kimlik krizleri yaratarak sorun oluştururken; postmodern benlik istikrarsızlığı ve hızlı değişimleri onaylar görünmektedir. Ancak kaygı ve kimlik krizleri tam olarak ortadan kalkmamaktadır. Günümüzde kimlikler parçalanmakta ve çoklu bir hal almaktadır öte yandan modernliğin özgün kimlik biçim olan ulusal kimlik ön plana çıkmaktadır. Postmodern kimlikler aslında modern toplumlara özgü hız, büyüme ve karmaşaların arttığı ortamda kırılmalı ve daha değişken bir hale gelen kimliklerdir (Özyurt, 2012, s. 192). Postmodernizm yapı gereği muhalif bir yaklaşımı ön görmektedir. Bu nedenden dolayı modernizmden de ayrılmaktadır.

Muhalif yaklaşımdan hareketle Connor'ın postmodern teorisinin işlevsel ayırt edici niteliği, farklılıkların “içerme ya da özdeşleşme” kanalıyla meşruluk elde etme arzusu değil, “muhalif olma ya da özdeşleşmeme” kanalından meşruluk elde etme arzusudur. Bu yaklaşımı ileri sürmesi postmodernizmin kimlik yapısı üzerine etkin olan muhaliflik özelliğine vurgu yapılmaktadır (Karaduman, 2010, s. 2894).

Bu dönemde kimlik kavramı, toplumsal yaşamın hızla farklılaşması ve karmaşıklaşması sonucu, çok daha kırılmalı, değişken ve çok katmanlı bir yapıdadır. İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte zaman ve mekan tanımlamalarının dönüşüme uğradığı postmodernitede, kimlik kavramı sorunsallaştırılmakta, öznenin

artık dayanaklarını (öznenin taşıdığı varsayılan değerler) yitirdiği iddia edilmektedir. Zaman ve mekan kimlik tanımlamalarında önemli yer tutmaktadır. Ancak bu kavramlarda gerçekleşen kaymalarla, kimliği yeniden kurma arayışı içine girilmiştir. Artık insanın kendini belirli bir yerde konumlandıramayacağı bir kültürel ortam doğmuştur (Karaduman, 2007, s. 50).

İnsanın sürekli bir oluşum halinde olduğunu ifade eden postmodernistler, insanın hem her an çevresinden etkilendiğini, duyularıyla çevresini algıladığını, duygulandığını, yorumlayı anladığını, hem de çevresini kendi eylem, tavır ve görüşleriyle etkilediğini ifade etmektedir. Böylece insandan özgün ve özgür kişiymiş gibi söz etmek, yaşam gerçeğini çarpıtmak olduğunu da söylemek mümkün olmaktadır. Postmodernistler bu nedenle “kişi” sözcüğü yerine “özne” sözcüğünü tercih etmektedirler. Dolayısıyla postmodern teoriler, çağdışı ve eksik olan liberal hümanist yaklaşımın sabit ve değişmeyen birey kurgusunu eleştirerek, kimliğin geleneksel kavramlarını tamamen değiştirmektedir. Laclau ve Mouffe’nun postyapısalcı ve postmarksist söylem teorisine göre, kimlikler belirsiz ve akışkandır. Kimlikler, söylem farklılıkları tarafından aşırı derecede belirlenmekte ve özne konumları, kimikleştirmenin çokluğuyla ilgili seçenekler sunmakta, böylece kişilik, temsiliyet ve insan öznelliğinin imkanı garanti altına alınmış olmaktadır (Karaduman, 2010, s. 2894).

2.3.2 Kimliğin Yeniden İnşası: Sanal Kimlik

Castelles, teknolojik devrim ile birlikte özellikle değişen iletişim biçimleri ve interaktif bir ağ içinde bütünleşmenin sağlandığını vurgulamaktadır. İnsanoğlu tarihte ilk defa iletişimin yazılı, sözlü, görsel-işitsel biçimlerini aynı sistem içinde bütünleştirerek bir hipertext ve meta dil oluşturmaktadır. Metin, görüntüler ve seslerin, seçilmiş bir zaman diliminde, açık erişimin mali bakımdan sorun olmadığı küresel bir ağ içinde farklı noktalardan etkileşim içinde olarak aynı sistem içinde bütünleşme potansiyeli iletişimin karakterini değiştirmektedir. İletişim kültürü şekillendiren bir etkiye sahiptir, Postman’ın da belirttiği gibi “gerçekliği ‘olduğu gibi’ değil, dillerimizin olduğu gibi görüyoruz. Dilimizde medyamızdır. Medyamız, metaforlarımızdır. Metaforlarımız da kültürümüzü içeriğini oluşturmaktadır.” Kültür iletişimi ile aktarıldığında iletişimi başlatıldığı için kültürlerin kendileri tarihsel

olarak üretilmiş inanç sistemlerimiz ve geleneklerimiz, yeni teknolojik sistemler temelden dönüşmüştür, zaman içinde daha da fazla dönüşme öngörülmektedir (Castells, 2013 , s. 440).

McLuhan, insan eliyle şekillenen teknolojinin zamanla insanları şekillendirdiğini ifade etmektedir. McLuhan'a göre her yeni teknoloji kendisinin içerisinde yozlaştırıcı ve küçük düşürücü olarak algılandığı bir ortam yaratır ve duygusal hayatı yeniden biçimlendirmektedir. Ortaya çıkan her teknolojinin bir insan organının uzantısı olarak varlık gösterdiğini söyleyen McLuhan, teknolojik gelişmeleri insani oluşumların ve toplumsal süreçlerin temelinde yerleştirmektedir McLuhan teknoloji karşısında her kesin robotlaştığını savunmaktadır. Yeni küresel köyde 'elektrik süreçler' in dünyayı merkezileştirdiğini, birleştirdiğini ve hızlandırdığını belirtmektedir (Baban, 2012, s. 57-62). Böylelikle insanın ürettiği tüm teknolojik ürünlerin yeniden insanı şekillendirdiği ve kültürel yapıyı biçimlendirerek insanların kimlikleri üzerinde etkin olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Teknolojiye maruz kalan birey teknoloji tarafından yeniden şekillendirilmektedir.

Sanal kimlik olarak ele aldığımız bu konu literatürde sanal benlik ya da dijital benlik olarak da ele alınmaktadır. Dijital benlik bireylerin çevrimiçi kimliklerine gönderme yapmaktadır. Benlik, bir kişinin kendine ilişkin olarak sahip olduğu tüm duygu ve düşüncelerin bir toplamı ise dijital benlik de kişinin kullanıcısı olduğu dijital platformlarda oluşturduğu ve şekillendirdiği bilgilere denk gelmektedir. Günümüzde sosyal paylaşım ağları, özellikle gençlikten yetişkinliğe geçiş sürecinde, psikolojik gelişmenin önemli alanlarından biri olarak görülmektedir. Bu nedenle dijital benliği çevirim dışı benliğin çevrimiçi yansıması olarak görmek mümkün olmaktadır (Morva, 2016, s. 41).

Bir sanal öznenin kimliği hakkında fikir veren temel bileşenlerin başında o öznenin sanal kimliği ile oluşturduğu dijital içerik gelmektedir. Epostalar, blog sayfaları, web siteleri gibi örnekler bize kişinin kimliği hakkında yol gösterici olmaktadır. Dijital kültürü oluşturan kişiler toplum içinde yaşayan bireyler ile aynı özellikleri göstermektedir. Ancak dijital ortam kişilere daha rahat hareket edebilme imkanı sunmaktadır. Örneğin kadın kılıfına girip sokakta gezmek meşakkatli ve oluru düşük bir fikirken dijital ortamda kişi rahatlıkla kendini gizleyerek, yeni bir

kimlik sahibi olabilmektedir. Kimlik değiştirme arzusu uygulama açısından dijital dünyada fırsatlar tanımakta sohbet odalarında kadınlar erkek, erkekler kadın kimliği ile kendilerini ifade etmektedir (Türkoğlu, 2010, s. 301-302).

Günümüzde bilgisayar dolayımıli iletişimin tekil evrimdişi kimlikler etrafından gerçekleşmesi ve metne dayalı iletişimin biçiminin yanında görüntülü ve sesli iletişim teknolojilerinin de kullanılması Goffman'ın benlik sunumunun internet bağlamında ele alınmasını sağlamaktadır. Goffman çalışmasında “yararları doğrultusunda başkalarına bir izlenim aktarmak” istedikleri varsayımından hareket etmektedir (Kara, 2014, s. 50).

Goffman benliği roller üzerinden değişken, dinamik ve yaratıcı bir süreç olarak ele alan dramaturjik yaklaşımı, sosyal etkileşim, durumun tanımını konusunda uzlaşmış iki taraf yani aktör ve izleyici arasında performatif ilişkiye dayanmaktadır. Kişi başkalarıyla etkileşime girdiğinde, kendisine dair belirli bir izlenim yaratmak, bir imge oluşturmaktadır. Etkileşimin tarafı olan aktörler, kendi sahnelerini seçip, belirli izleyiciler için belirli sahne ve kostümler kullanabilir; sahne arkasında izleyici için oynayacağı rollere hazırlanabilmektedir. Onun benliği doğuştan gelen bir stabil yapı olmak yerine belirli bir rolün sunumunu içeren dinamik bir süreci kapsamaktadır. Benlik, farklı izleyicilere çeşitli biçimlerde sunulan birbirinden farklı performanslara dayanan bir tür kimlik oyunu olarak kabul edilmektedir (Morva, 2016, s. 53-54).

2.4. Kültürel Değişimin Etkisinde Kuşaklar

Tarih boyunca yaşanan ve yaşanmakta olan tüm gelişmeler insanoğlunun değişip yenilenmesinde büyük rol oynamaktadır. Etrafında olup bitene seyirci kalmayıp tüm değişimlerden etkilenen birey toplumsallaşma süreciyle birlikte değişime uğramaktadır. Bebeklikten başlayıp ömür boyu süre gelen toplumsallaşma süreci bireyin içine doğduğu ortamdaki başlayarak, gelişip büyüdüğü tüm ortamlardan (aile, arkadaşlık, komşu, okul vb) etkilenererek kendini değiştirmektedir. Öğrenme süreci olarak da ifade edebileceğimiz toplumsallaşma süreci insanlığın varlığı kadar eski ve devam eden bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyin

doğup büyüdüğü çevre yalnızca sosyal ilişkileri kapsamamakta buna ek olarak teknolojik, politik ve tarihsel gelişmeler de bireyi etkileyen çevre koşulları arasında yer almaktadır. Bu nedendir ki birey yaşamını etkileyen tüm gelişmeler onun ve yaşatlarının yaşamını da aynı oranda etkilemektedir. Tüm bu kültürel değişimler sonucunda da karşımıza kuşaklar kavramı çıkmaktadır.

Yaşanan büyük buhranlar, savaşlar, yoksulluklar, politik değişimler, devrimler, darbeler ve ekonomik gelişmeler toplum yapısında büyük değişikliklere sebep olurken, toplum içinde varlık gösteren bireyler üzerinde de etkilere sebep olmaktadır.

Geçmişten günümüze bireyin yaşadığı değişimi özetlersek 1960'lı yıllarda modernizmin kitlelerce içselleştirildiği ve 'sokaklardaki modernizm' sloganı ile yuva, aile gibi kavramların önemsizleştirildiği bir döneme geçiş gözlenmektedir. Bunun yanı sıra 1960'lı yıllarda yaşanan refah ortamı 1970'li yıllara gelindiğinde yerini kısıtlı enerjilerin sebep olduğu ekonomik buhranlara bıraktığı, 1980'li yıllarda ise toplumun karşı karşıya olduğu politik kırımların yaşandığı görülmektedir. Aynı yıllarda politikada sosyal devlet anlayışının terk edildiği ve tüketime dayalı toplum bilincinin oluşturulduğu dikkatleri çekmektedir. 1990'lı yıllarda ise sosyalist ülkeleri de içine alan piyasa ekonomisi anlayışına geçiş söz konusu olmaktadır. Böylelikle bu yılları tüketimin ön plana çıktığı yıllar olarak ifade etmek mümkündür. 2000'ler ise çevresel felaketler, ekonomik krizler ve terör olaylarının yaşandığı yıllar olarak sürmektedir (Altuntuğ, 2012, s. 207).

Özellikle son yıllarda teknolojik olarak hızla gelişen dünya düzeninde bireylerin bu gelişmelere ayak uydurması ve teknoloji kullanımının yaygınlaşması sonucu yaşam tarzlarında önemli değişimlere neden olmaktadır. İnsanların birbirleriyle olan iletişiminden, iş yaşamına, eğitim öğretim yaşamından sosyal yaşamına kadar bir çok alanda etkisini gösteren teknolojik gelişmeler kültürel değişimlerde büyük rol oynamakta ve bireylerin yaşam biçimlerini etkilemektedir. Böylelikle karşımıza yaş gruplarına göre sınıflandırdığımız aynı kültürel gelişmelere maruz kalan bireylerin oluşturduğu kuşak kavramı çıkmaktadır.

2.4.1. Kuşak Tanımı ve Kapsamı

Kuşak, yaklaşık olarak aynı zamanda doğmuş, aynı çağın şartlarını maruz kalan, bundan dolayı birbirine benzer yönleri olan, benzer sıkıntılar yaşayan, ortak kaderleri paylaşan, benzer sorumlulukları olan kişilerin oluşturduğu topluluklar olarak tanımlanabilmektedir. Demografik açıdan kuşak, yaklaşık yirmibeş, otuz yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği olarak da ifade edilmektedir. Bu tanımlar kuşak kavramını yaş öbeği olarak değerlendirmekle beraber kültürel bakımdan da ele almaktadır. Kuşakları biyolojik olarak ayırtmaktan öte sosyolojik olarak ele almak ve değerlendirmek gerekmektedir. Bir nesil, aynı zaman döneminde aynı olaylara maruz kalmış, eğilimleri aynı yönde ve aynı çağ ve hayat evresini paylaşan insan topluluğunu ifade etmektedir (Bayhan, 2016, s. 165). Kuşakları disiplinler arası bir kavram olarak görebilir ve incelenmesini de Antik Yunan ve Eski Mısır'a kadar dayandırmak mümkündür. TDK'nın tanımına göre ise kuşak, "yaklaşık 25-30 yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği, nesil, jenerasyon" şeklinde tanımlanmaktadır.

Kuşak çalışmalarıyla ilgili bir çok bilimsel çalışma yer almaktadır. Ancak bu çalışmaların ilki Auguste Comte'a aittir. Comte, kuşak değişikliğinin tarihsel süreç içerisinde hareket eden kuvvetler olduğunu, sosyal gelişmenin ve ilerlemenin ancak bir kuşağın sonrakine miras bırakacağı değerler ve birikimler ile mümkün olduğunu ifade etmektedir (Toruntay, 2011, s. 64).

Lagrée, kuşak kavramını ortak tarihsel bir geçmişi paylaşmış, aynı zaman diliminde yaşamış, ortak toplumsal olaylara maruz kalmış dahası ortak kolektif bir kimliğe sahip bireylerin oluşturdukları topluluklar olarak ifade ederken; Karl Mannheim ise kuşakları, ortak bir kültürü paylaşan ortak alışkanlıkları olan insanlar topluluğu olarak tanımlamaktadır. Mannheim, toplumsal sınıfların ve kuşakların sosyal durumu ifade ederken, her duruma uygun davranış biçimlerinin eğilim gösterdiğini de ifade etmektedir. Gerçek bir bütünlük oluşturabilmenin, aynı tarihsel ve sosyal zamanda ve durumda doğmaktan geçtiğini belirten Mannheim, söz konusu kuşakların tarihsel miraslarına bağlılıklarının da vazgeçilmez bir şart olduğunu belirtmektedir (Toruntay, 2011, s. 64).

Manheim, kuşak konumu, gerçeklik olarak kuşak ve kuşak birimi olarak adlandırdığı üç kavramdan söz etmektedir. Kuşak konumu, bireylerin aynı sosyolojik ve tarihsel dönemde doğmalarını ve benzer deneyimleri yaşamalarına vurgu

yapmaktadır. Gerçeklik olarak kuşak, kuşak konumunun yeterli olmadığı, üyeler arasında çağın ortak koşullarına sahip olmak, birbirlerine benzer sıkıntılara maruz kalmak, benzer sorumluluklara yükümlü olmak gibi somut yakınlığın olması gerektiği temeline dayanmaktadır. Aynı kuşaktan kişilerin ortak deneyimleri farklı biçimlerde geliştirenler, kuşak birimlerini oluşturmaktadır. Kuşak birimleri karşıtlıkları barındırmaktadır. Karşıtlıklar ise alt grupları oluşturmaktadır (Bayhan, 2016, s. 166). Tüm bu açıklamalardan yola çıkarak kuşakları, genel olarak toplumsal kültürün bir parçasını oluşturan alt kültürler olarak değerlendirmek mümkündür. Kültürel değerlerin kuşakların oluşmasına katkı sağladığını söylemek mümkün olmaktadır.

Kuşaklar içerisinde buldukları toplumların yaşandığı olaylardan doğrudan etkilenerek oluşmaktadır. Bir kuşağı etkisi altına alan özellikler etrafında gelişen bir takım olaylar ile şekillenmektedir. Ülke içerisinde yaşanan siyasi, sosyal ve ekonomik olaylar vatandaşları etkilemekte ve bireyler üzerinde önemli izler bırakmaktadır.

Türkiye’de de yaşanan toplumsal gelişmeler, genel kuşak özelliklerine de katkı da bulunarak kültürel bazlı bir takım değişikliklere de sebep olmaktadır.

2.4.2. Kuşakların Sınıflandırılması

Kuşakları tanımlamak için literatürde birden fazla ve farklı açıklamalar yer almaktadır. Bir önceki bölümde bu kavramlar ele alınılmaktadır. Ancak kuşakları sadece belli başlı özellikler ile sınırlama yada sadece bir yaş aralığı içerisinde ele almak onları anlamak adına yeterli gelmemektedir. Bu nedenden dolayı kuşakları sınıflandırarak ayrıntılı olarak incelemek gerekmektedir.

Kuşakları ele alırken, her bir kuşağa ayrı bir yaş özelliği, etnik kültürel yapı, doğum oranları, ortalama ömür beklentisi, gibi unsurlara ilaveten insanların kendilerine yönelik algılarını ve hayat görüşlerini de içine alan bir bakış açısıyla yaklaşmak gerekmektedir. Yalnızca aynı zaman diliminde doğmakla sınırlı kalmayan kuşaklar, nesiller boyunca aynı tarihsel şartlar, nüfus eğilimleri ve toplumsal değişmelerle de birbirine bağlıdırlar. Kuşakların bir diğer özelliği ise yalnızca aynı toplumsal değişmelerden etkilenmemektedir aynı zamanda içinde var oldukları toplumsal değişime de katkı sağlamaktadırlar (Newman, 2013, s. 217).

Kuşakları doğdukları yıllar ve taşıdıkları özelliklere göre aşağıdaki gibi sınıflandırmak mümkündür:

- Sessiz Kuşak: 1922-1945 yılları arasında doğanlar.
- Bebek Patlaması Kuşağı: 1946-1964 yılları arasında doğanlar.
- X Kuşağı: 1965-1980 yılları arasında doğanlar.
- Y Kuşağı: 1981- 2000 yılları arasında doğanlar.
- Z Kuşağı, Kristal Çocuklar: 2001-2020 arası doğumlular.

Kuşakların tarihsel olarak sınıflandırılması sürecinde de farklı bilgilere rastlanılmaktadır. Bir başka kaynağa göre tarihsel olarak kuşakları aşağıdaki gibi sınıflandırmak mümkündür.

Kuşak sınıflandırması birbirinden farklı bakış açısıyla ele almakla birlikte özellikle Türkiye’de, kuşak sınıflandırmasında on farklı kuşak olarak ele alınmaktadır. Batı ülkelerinin kuşak sınıflandırmalarından farklı olarak Türkiye’de sessiz kuşağı beş alt kuşağa ayıran yaklaşımlarda bulunmaktadır. Bu kuşakları aşağıdaki gibi sıralamaktadır (Senbir, 2004, s. 22-27). Bunlar;

- Büyük değişim kuşağı (1900-1913)
- Birinci savaş kuşağı (1914-1917)
- Ümit kuşağı (1918-1928)
- Buhran kuşağı (1929-1938)
- İkinci savaş kuşağı (1939-1945)
- Büyük patlama (1946-1964)
- X kuşağı (1965-1976)
- Y kuşağı (1977-1993)
- Milenyum kuşağı (1994-2002)
- Z kuşağı (2003-...)

Bir başka yaklaşım ise kuşakları tarihsel olarak sınıflandırmaktadır. Tarihsel sınıflandırmaya göre kuşaklar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 2-1 Kuşakların Tarihsel Sınıflandırılması

Kuşak İsimleri	Kuşakların Tarihsel Sınıflandırılması
Gelenekselciler	1900-1945
Bebek Patlaması	1946-1964
X Kuşağı	1965-1979
Y Kuşağı	1980-1994
Z Kuşağı	1995-....

Kaynak: Berkup, S.B., Working With Generations X And Y In Generatiion Z Period: Management Of Different Generations In Business Life, Mediterranean Journal of Social Sciences, 20014

Kuşak sınıflandırmaları özellikle bebek patlaması, X kuşağı ve Milenyum kuşağı olmak üzere literatürde yer almaktadır. Kuşaklar arasında dikkati çekecek büyük farklılıklar olmamasına karşın eğitim, iş dünyası başta olmak üzere bir çok alanda incelenmeye değer bulunmaktadır. Bir çok araştırma ve teorinin yer aldığı, kuşakları konu edinen bir çok yayının olmasına rağmen bu yayınlar ve kitapların dayanağı yüksek gelir seviyesine sahip orta yaşlı gruplar üzerinde yapılan anket verileri olmaktadır.

Bu konuyla ilgili bir diğer eleştiri konusu ise bu çalışmalar yapılırken özellikle üniversiteli ve beyaz yakalı çalışan kişilerin üzerinden elde edilen bilgilere dayanarak genellemeler yapılmasıdır. Özellikle iş dünyası açısından yapılan araştırmaların az bir kısmı mavi yaka çalışanları da konuya dahil etmektedir. Bu nedenden dolayı kuşakların sınıflandırılması konusuna eleştiriler gelmektedir

(Reeves&Oh, 2008, s. 296). Ayrıca kuşakları tarih aralıklarına göre de aşağıdaki tablodaki gibi sınıflandırmak da mümkündür.

Tablo 2-2 Kuşak Sınıflandırmaları ve Tarih Aralıkları

Howe ve Strauss(2000)	Sessiz Kuşak 1925-1943	Patlama Kuşağı 1943-1960	13. Kuşak 1961-1981	Milenyum Kuşağı 1982-2000	-
Lancaster Stillman (2002)	Gelenekçiler 1900-1945	Bebek Patlaması 1946-1964	X Kuşağı 1965-1980	Milenyum, Y Kuşağı, Gelecek Kuşak, Kuşak Patlaması	-
Martin ve Tulgan (2002)	Sessiz Kuşak 1925-1942	Bebek Patlaması 1946-1960	X Kuşağı 1965-1977	Milenyumular 1978-2000	-
Oblinger ve Oblinger (2005)	Yetişkinler 1946	Bebek Patlaması 1947-1964	X Kuşağı 1965-1980	Y Kuşağı, Net Kuşak, Milenyumular 1981-1995	Milenyum sonrası 1995,- sonrası
Tabscott (1998)	-	Bebek Patlaması 1946-1964	X Kuşağı 1965-1975	Dijital Kuşak 1976-2000	-
Zemke vd. (2000)	Eski Askerler 1922-1943	Bebek Patlaması 1943-1960	X Kuşağı 1960-1980	Gelecektekiler 1980-1999	-

Kaynak: (Reeves&Oh, 2008, s. 296)

Yukarıdaki tabloyu incelediğimizde kuşaklara ait net bir zaman dilimi vermek mümkün olmamakla birlikte, kuşakların ne zaman oluştuğu ne zaman sonlandığına dair kesin bir kaniye varılamamaktadır. Tabloda yer alan farklı kaynaklara göre kuşakların isimlendirilmesi ve zaman aralıkları, kuşaklar hakkında yapılan araştırmaların kesin bir yargıya varmadığı görülmektedir.

Bu kuşakların farklılaşmalarının temelinde dönemindme yaşanan dış faktörler yer almaktadır. Her kuşağın özellikleri, hem kendinden önceki dönemdeki bireylerin etkisi hem de döneminde yaşanan olayların etkisiyle şekillenmiştir.

2.4.2.1. Gelenekselciler

Gelenekselciler başlığı ile ele alınan bu bölüm, farklı kaynaklarda sessiz kuşak, savaş kuşağı gibi başlıklarla da isimlendirilmektedir. Literatürde birden fazla tarih aralığı verilmesine karşın 1900-1945 tarihleri arasında doğan ve günümüzün yaşlılarını oluşturan genelekselciler kuşakların sınıflandırılmasında ilk sırada yer almaktadır. Bu tarihler arasında iki dünya savaşının meydana gelmesi bu kuşağın karakteristik yapısında büyük rol oynamaktadır.

Bu kuşağı uyumlu kuşak olarak ifade etmek mümkündür. Bu kuşak özelliklerini taşıyan bireyler risk almaktan kaçınan, bilgi birikimi yüksek ve pratik zekaya sahip olma özelliğine sahiptirler. Dünya genelinde yaşanan ekonomik sıkıntılardan dolayı bu kuşak, kıtlık ve açlık, işsizlik gibi olumsuz koşullardan etkilenmiştir ve tasarruf etme eğiliminde olan bireylerden oluşmaktadır. Ayrıca güven duygusuna önem veren, disiplinli ve istikrar arayışında olan bireylerden oluşmaktadır (Bayhan, 2016, s. 170).

Başka bir kaynağa göre Gelenekselciler, doğdukları tarih aralığına göre iki farklı dönemde ele alınmaktadır. Bu dönemler (Berkup, 2014, s. 59):

- Azami (En Büyük) Kuşak: 1900-1924
- Sessiz Kuşak 1925-1945

Bu dönemler tarihte yaşanmış büyük olaylara tanıklık eden dönemler olarak da ifade edilebilir. Azami kuşak birinci dünya savaşına tanıklık ederken, Sesiz Kuşak ise hem büyük buhrana hem de ikinci dünya savaşına tanıklık etmiştir. Tüm bu yaşananlar ise bu kuşak aralığında dünyaya gelmiş bireylerin yaşamlarında önemli bir etkiye sahiptir. Bu kuşağın biçimlendirdiği bireyleri incelerken yalnızca I.ve II. dünya savaşları ve ekonomik buhranı etken olarak görmek yeterli gelmemektedir. Çünkü bu dönemin tanık olduğu tarihsel süreçte nesilleri etkileyecek başka büyük olaylar da yaşanmıştır. Farklı kaynaklar kuşakları etkisi altına alan olayları daha geniş perspektiften ele almaktadır.

Bir başka yaklaşıma göre ise bu kuşağın kişiliğinin şekillenmesinde önemli rol oynayan ve kuşak üyelerinin karakteristik özelliklerini belirleyen pek çok sosyo-kültürel, politik ve ekonomik olaydan bahsetmek mümkündür. Gelenekselciler kuşağının üyelerini etkileyen önemli tarihsel olaylar şu şekilde sıralanmaktadır (Berkup, 2014, s. 60):

- 1914 – 1918 yılları arasında yaşanan 1. Dünya Savaşı,
- 1939 – 1945 yılları arasında yaşanan 2. Dünya Savaşı,
- 1929 Büyük Buhran'a neden olan 'Borsa Çöküşü',
- Kuzey Amerika ve Avrupa kaynaklı olmasına rağmen tüm dünyada etkilerini gösteren, daha çok sanayileşmiş şehirleri vurarak pek çok bölgede ekonominin derin yaralar almasına neden olan 1929 Büyük Buhran,
- Yapılmış en büyük zeplin olarak bilinen Hindenburg Zeplini'nin 1937 yılında iniş yaparken alev alması ve modern havacılık tarihinin başlamasını sağlayan olay Hindenburg Felaketi
- Sovyetler Birliği temelli Doğu Blok'u ülkeleri ile NATO olarak bilinen Batı İttifakı arasında 1940'lı yılların sonlarında başlayan Soğuk Savaş,
- 1941 senesinde yaşanan ve 2. Dünya Savaşı'nın önemli bir boyutunu iade eden Pearl Harbor Savaşı,
- 1945 senesinde 2. Dünya Savaşı kapsamında dünya tarihinde ilk kez nükleer saldırıya maruz kalan şehir olan Hiroşima'ya yapılan Hiroşima Nükleer Saldırısı,
- Kuzey ile Güney Kore arasındaki 1950 - 1953 yıllarında yaşanan Kore Savaşı,

Tüm bu yaşanan tarihsel olaylar bir neslin biçimlenmesinde önemli rol oynarken bir sonraki neslin şekillenmesi açısından da önem arz etmektedir. Tarihsel olaylar özellikle toplumsal yapı üzerinde köklü etkiler yaratmaktadır. Yaşanan savaşlar, gerçekleştirilen teknolojik ilerlemeler, icatlar, teknolojik gelişmeler, ülkeler arası siyasetler, ekonomik krizler gibi gelişmeler toplum yapılarını ve dolayısıyla bireylerin yaşantılarını ve hayatı yorumlayış biçimlerini ciddi anlamda etkilemekte ve dönüştürmektedir.

2.4.2.2. Bebek Patlaması

Savaş sonrası nüfus patlamasını ifade eden bu kuşak, ikinci dünya savaşı sonrasında doğan kişilerden oluşmaktadır. Kuşakların tarihsel sınıflandırılması içerisinde ifade edildiği üzere bu kuşağı kapsayan birden fazla tarih aralığı mevcuttur. Bu kuşağın tarih aralığını 1940 yılından 1965 yılı arası olarak ifade etmek mümkündür.

Sayısız fazla olmaları nedeniyle toplumu şekillendiren kuşak olarak da görülen Bebek Patlaması Kuşağı üyeleri aynı zamanda Soğuk Savaş Dönemi Çocukları olarak da bilinmektedirler. Bebek Patlaması Kuşağı üyelerini soğuk savaş da dâhil olmak üzere etkileyen ve karakterlerinin şekillenmesinde rol oynayan birden fazla koşuldan söz etmek mümkündür. Bunların bazıları (Berkup, 2014, s. 68-70);

- 1939 – 1945 yılları arasında gerçekleşen II. Dünya Savaşı,
- 1940'lı yıllarda Sovyetler Birliği temelli Doğu Blok'u ülkeleri ile NATO olarak bilinen Batı İttifakı arasında başlayan Soğuk Savaş,
- 1957'de SSCB tarafından uzaya gönderilen ilk uydu olan Sputnik I,
- Sivil Haklar Hareketi diye adlandırılan toplumsal açıdan huzursuz olunan ve buna bağlı olarak halk ayaklanmaları ile geçen 1960-1980 yılları arasındaki dönem,
- 1960-1980 yılları arasında yaşanan Cinsel Devrim, bu dönem Cinsellik ve kişilerarası ilişkilerin geleneksel kodlarına meydan okunan ve Batı Dünyasını boydan boya saran, kadın hakları ile ilgili tabuların yıkılmasına yönelik sosyal hareket olarak ifade edilmektedir.

- 35. ABD başkanı John Fitzgerald Kennedy'e karşı düzenlenen 1963 yılında Teksas eyaletinde gerçekleştirilen JFK Suikastı,
- 1965'de Sovyet asıllı Alexei Leonov'un Voshkod'un gerçekleştirdiği İlk Uzay Yürüyüşü,
- Doğu Bloğu ülkeleri ile ABD arasında 1963-1973 yıllarında süren, Vietnam Savaşı,
- 1968 senesinde ABD'li siyasetçi Robert F. Kennedy'e Los Angeles eyaletinde gerçekleştirilen RFK Suikastı,
- 1968 senesinde yurttaş hareketleri önderi olarak görülen, Afrikalı-Amerikalı Baptist papaz Martin Luther King'e Tennessee eyaletinde gerçekleştirilen MLK Jr. Suikastı,
- 1969 tarihinde, teknolojik gelişmelerin hissedilmeye ve insanların ufuklarının genişlemeye başlamasının bir adımı olarak kabul edilebilecek; İlk Ay Yürüyüşü,
- 1970'li yılların başlarında gerçekleşen ve 36. ABD Başkanı Richard Nixon'ın istifasıyla sonuçlanan Watergate Skandalı,
- 1973 yılında Petrol İhraç Eden Arap Ülkeleri Birliğinin -OAPEC-'in İsrail'e destek veren tüm ülkelere petrol ihraç etmeyeceğini açıklamasıyla yaşanan Petrol Krizi,
- Soğuk Savaş'ın bir parçası olarak görülen, 1957-1975 yılları arasında ABD ve SSCB arasındaki uzay çalışmalarını içeren gayri resmi rekabet olan Uzay Yarışı, şeklinde sıralanmaktadır.

Yaşanan savaşlar, krizler, siyasi ve sosyal olaylar bireylerin karakteristik yapıları üzerinde etkili olmaktadır. Bireyin şekillenmesinde büyük payı olan toplumsal ve siyasal gelişmelere ek olarak ekonomik sıkıntılar ve büyük toplumsal gelişmeler de eklenmektedir.

Bebek patlaması kuşağı dönemine denk gelen bireyler ortak karakteristik yapıları sahip olmaktadır. Bu kuşak mensuplarının paylaştığı ortak dünya görüşleri ve bakış açıları da bulunmaktadır.

Eğlence ve lüks sayılabilecek harcamalar bu dönemde önem kazandı. Günümüzün bireysel gelişim sürecini başlattı. Bu kuşağın idealist olanları dünya çapında bir özgürlük devrimi başlattı. Bu kuşak özellikle aile kurumu yapısını değiştirdi. Bu nesil ile birlikte yaşam tarzları, birlikte yaşama, aile içi ortak yaşam,

bekar annelik gibi yaşam biçimleri ortaya çıktı. Ücretli işlerde kadınların çalışması yine bu döneme denk gelmektedir. Yine bu dönemin bireyleri geç çocuk sahibi olma, doğum kontrolü ve gönüllü çocuk sahibi olmak gibi davranışları sergileyen ilk kuşaktır. Sol dünya görüşü yükselişe geçmiştir. Dinin alternatifi New Age akımları ortaya çıkar. Gelişmiş ülkelerde çekirdek aileye tepki olarak komün yaşamlar popüler oldu. Bu kuşak 68 kuşağıydı ve idealist ve politik bir kuşaktı. Anne babaya boyun eğen, otoriteye itaat eden eden bir kuşak yerine özgürlük için mücadele eden bir kuşaktır (Bayhan, 2016, s. 172). Tüm bu özelliklerden yola çıkarak bu kuşağın, bir önceki kuşak olarak ele aldığımız sessiz kuşak üyelerine göre daha refah bir toplum yapısı içerisinde oldukları anlaşılmaktadır. Ayrıca bebek patlaması kuşağı bireylerinin yaşantılarında bu rahatlama farkedilmektedir.

2.4.2.3. X Kuşağı

X kuşağı 1965 ile 1979 yılları arasında doğanlar olarak sınıflandırılmaktadır. Bu kuşağın bireyleri, teknoloji ve bilgiyi kullanmayı seven, girişimcilik ruhu gelişmiş bağımsız karar verebilme yetileri yüksek ve amaç odaklı bireyler olarak tanımlanmaktadır. Bu kuşak özelliklerini taşıyan kişiler, yoğun stresten uzak durmaya çalışan, işi basitleştiren ve yaşamak için yaptığı işten keyif alan bir kuşaktır. X kuşağı bireyleri değişen dünyaya ayak uydurma çabası içinde olsalarda kendilerini bu gelişmelere yetişemiyor ve dışlanıyor hissetmektedirler. İlk kişisel bilgisayarın satışının bu kuşak dönemine rastlaması, bu kuşağın gelişen teknoloji alışkanlıklarının altyapısını oluşturduğu düşünülmektedir (Orhan Adıgüzel, 2014).

X Kusağı, çeşitli kaynaklarda 1965-1978 ve 1965-1979 (Families and Work Institute: 2002) yılları arasında doğan kuşak olarak da tanımlanmaktadır. Bu kuşak, Xers (X' çiler), Postboomers (Patlama Sonrasılar), the Shadow Generation (Gölge Kusak) ve the Thirteeners (ABD'nin kuruluşundan beri tanımlanmış 13. kuşak oldukları için; 13.cüler) olarak da anılmaktadır. Bu kuşağı etkisi altına alan olaylar ise, ABD'de Challenger Faciası, boşanmalar, AIDS, Susam Sokağı, MTV, Game Boy ve ilk kişisel bilgisayarlar gösterilmektedir (Toruntay, 2011, s. 84).

X kuşağını etkileyen olaylara farklı bakış açılarıyla yaklaşan araştırmacılar da yer almaktadır. Berkup yapmış olduğu çalışmasında X kuşağını etkisi altına alan olayları şekilde sıralamaktadır (Berkup, 2014, s. 80-81):

- 1970'li yılların başlarında patlak veren ve ABD Başkanı Richard Nixon'ın istifasına sebep olan Watergate Skandalı,
- Doğu Bloğu ülkeleri ile ABD arasında süren, 1963-1973 Vietnam Savaşı,
- Giderek yaygınlaşan kişisel bilgisayarlar,
- 1977 yılında, Halkın Tapınağı kilisesinin kurucusu vaiz Jim Jones'un Guyana'daki Jamestown kasabasında, müritlerini toplu intihara ikna etmesiyle gerçekleşen ve sonucunda 912 kişinin ölümüne sebep olan Jamestown Katliamı,
- 1977 yılında efsanevi müzisyen Elvis Presley'in ölümü,
- 1979 yılında, Pennsylvania eyaletindeki nükleer reaktörde meydana gelen nükleer tehlikeye neden olan Three Mile Island Kazası,
- 1980 yılında İran ve Amerika arasında kriz nedeniyle Amerikan diplomatlarının İran hükümeti tarafından rehin alınmasıyla ortaya çıkan İran Rehine Krizi,
- 1980 yılında, The Beatles grubunun üyesi John Lennon'un akli dengesi yerinde olmayan bir hayranı tarafından vurularak öldürülmesi,
- 1981 yılında ilk kez New York ve Kaliforniya eyaletlerinde görülen ve o tarihten itibaren milyonlarca kişinin ölümüne yol açan HIV virüsünün ortaya çıkması ve AIDS başlangıçları,
- 1986 yılında Challenger Uzay Mekiği Patlaması ve mürettebatın yaşamını yitirmesi,
- II. Dünya Savaşı sonrasında Savaşı sonrasında Doğu Almanya'da yaşayan Amerikan kapitalizmi güdümlü Alman vatandaşlarının Batı Almanya'ya girişleri engellemek amacıyla yapılan Berlin Duvarı'nın yıkılması,
- 1990 yılında; ABD öncülüğünde kurulan 34 ülkenin koalisyonu ile Irak'a düzenlenen askeri harekât olan Körfez Savaşı ve bunun televizyonlarda canlı yayın verilecek boyuttaki teknolojik gelişmelerin var olması,

Tüm bu olayların etkisi altında kalan kuşak mensubu bireyler, şüpheli kimlik özelliğine sahip, yanlış anlaşılmalı bir kuşak olan X kuşağı, bağımsız ve başkalarının yardımına ihtiyacı olmayan yapıdadırlar. Kendilerine özgü yapıları olmakla birlikte global düşünce yapısına da sahiptirler. Özel yaşamları ve iş yaşamı arasında denge kurma isteği hakim olmakla birlikte resmiyete bağlı değillerdir. Kendilerine güvenen, iş hayatında pratik olabilen ve işe eğlence katabilecek yapıdadırlar. İş yaşamlarında

en son teknolojiyi kullanma eğilimindedirler (Reeves&Oh, 2008, s. 301). X kuşağının karakteristik özelliklerini ayrıntılı bir biçimde aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Mutlu H. , 2016):

- Güvende duygusu önemli olan ve gelecek endişesi taşıyan bir nesil olarak tanımlanmaktadır.
- Otoriteye saygı duymak özelliği taşırlar ve bir gün kendisinin de otorite olacağını düşünmektedirler.
- Kollektif karar almayı önemser ve karar dışında kalmak istemezler.
- Kadının iş gücüne katılımının ciddi oranda arttığı bir kuşak olarak karşmaz çıkmaktadırlar.
- En apolitik grubun bu kuşak olduğu söylenir, politik düşüncelere kapılmazlar.
- Görev ve sorumluluk bilinçleri yüksektir bu nedenle iş odaklı ve tutarlıdırlar.
- Terfi almayı çok önemserler, terfi için usanmadan sabredebilir ve yıllarca çalışabilirler.
- Fedakarlık etmeye yatkın bireylerdir.
- Genellikle oldukça şüphecidir, bir önceki kuşağın temkinli ol öğütleri ile yetiştirilen bir kuşaktır.
- Seyahat etmek ve dünyayı dolaşmak arzuları yüksektir.
- Daha iyi yaşamak ve yaşatmak için az çocuk sahibi olmak gerektiğine inanırlar.
- Boşanmanın normalleşmesi, iş değiştirme cesareti, evlenmeden aileden ayrı yaşama gibi davranışlara yaklaşımları normaldir.
- Bir sonraki kuşak gibi cesur değillerdir. Özellikle iş hayatı konusunda temkinlidirler.
- Pragmatist bakarlar. "Peki bunun faydası ne olacak?" temel yaklaşımlarıdır. Sorgulama yaparak karar vermektedirler.
- Harcama konusunda ne bir önceki kuşak kadar temkinli ne de bir sonraki kuşak kadar rahat olmuşlardır.
- Etraftaki yaşlıları ile sürekli kıyaslanarak yetiştirilmiş bireylerdir.

Bir önceki nesle göre daha durgun ve ölçülü kabul edebileceğimiz bir kuşak olarak, bebek patlaması kuşağının gölgesinde yetiştiklerinden, sürekli kendini ispat etme gayreti içinde oldukları da ifade edilmektedir. Bu bireyler etrafındakiler ile kıyaslanarak yetiştirildiklerinden sürekli baskı altında olma durumları söz konusu olmaktadır. Karar verme yetilerini sorgulayarak yaparlar ve günlük yaşamlarında özellikle ekonomik açıdan daha dengeli bir tutum sergilemektedirler. İş yaşamına oldukça önem verdikleri için çok cesur davranmamaktadırlar. Bu nedenle işle ilgili riskler almaktan kaçınılmaktadırlar.

2.4.2.4.Y Kuşağı

Y Kuşağı, 1980 ve 1994 yılları arasında doğan, ilk teknolojik ve global kuşak olarak kabul edebileceğimiz kuşak olan Y kuşağı için birçok farklı isim kullanılmaktadır. Bunlar: en bilinen ismi Y Kuşağı (Generation Y, Gen Y) olmakla birlikte Millennials (Milenyumcular), Gelecek Kuşak (Generation Next), Dijital Kuşak (Digital Generation), Sonrakiler (Nexters), www Kuşağı (Generation www), Net Kuşağı (Net Generation, Gen N) gibi isimlerle de adlandırılmaktadır. Bunlara ek olarak kimsenin hiçbir olayda ödün kaybetmediği, herkese ‘katılımı için teşekkür edildiği’ ve bir şekilde ödül kazanıldığı için ‘Ödül Çocukları’ (Trophy Kids) olarak da adlandırılmaktadır (Berkup, 2014, s. 90). Y kuşağın yaş aralığını farklı yıllar arasında alan yaklaşımlar da mevcuttur. En büyük yaş aralığını 1978 en küçük 2002 yılları arasında doğan, 1980 ile 1995 yılları arasında doğan ya da 1978 ile 1988 yılları arasında doğan bireylerin oluşturduğu kuşak olarak da ifade edilmektedir (Tolbize, 2008, s. 4).

Y Kuşağı’na dair bir diğer adlandırma en belirgin kişilik özelliklerinden biri olan sorgulayıcılıklarından gelmektedir. ‘Neden Kuşağı’ (Why Generation) olarak adlandırılan bu kuşağın üyeleri için bir konuyu bilmek yeterli değildir, konuyla ilgili ona dair tüm süreçler ve ayrıntılar, konunun nedenleri bilinmelidir. Demografik özelliklerine bakıldığında Bebek Patlaması Kuşağı’ndan sonra ikinci büyük kuşak olan Y Kuşağı, X Kuşağı’ndan yaklaşık 3 kat büyüktür (Berkup, 2014). Bu kuşağı biçimlendiren üç etkenin olduğunu söylemek mümkündür. Öncelikle ebeveynlerin etkisi, daha sonra bilgisayar teknolojisinin etkisi ve son olarak da hızla gelişen teknolojik gelişmeleri Y kuşağının biçimlendirilmesinde etkin role sahip olduğu

ifade edilmektedir. Bu kuşak X kuşağının sahip olduğu bir çok özelliği de taşımaktadır. Bağımsız olmak, iş ve özel yaşamı dengelemek, optimistik olmak, değişime odaklı olmak ve değişime ayak uydurabilen ve yüksek eğitim seviyesinde bireyler olarak tanımlanmaktadır (Tolbize, 2008, s. 4). Bu kuşağın etkileyen önemli olayları ise aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Berkup, 2014):

- 1996 yılında Galler Prensesi Diana'nın medya mensuplarından kaçarken geçirdiği trafik kazası sonucunda hayatını yitirmesi, Prenses Diana'nın ölümü
- 1991 yılında Soğuk Savaş süresince ABD'nin karşısındaki güç konumundaki Sovyetler Birliğinin Dağılması,
- Küresel boyutta, farklı ülkelerde ve farklı nedenlerle yaşanan Terör Saldırıları,
- 1995 yılında ABD'nin Oklahoma City kentinde yaşanan Oklahoma City Saldırısı,
- 2001 yılında ABD'nin New York, Teksas (Arlington), Pennsylvania (Shanksville) eyaletlerinde gerçekleşen ve toplamda 2700 civarında kişinin ölümüne neden olan, çoğunlukla 9/11 olarak bilinen, 11 Eylül Terör Saldırısı,
- 4,5 milyar yaşındaki dünyanın, insanların anti-çevreci tavırlarına bir tepki olarak ortaya koyduğu ve büyük çaplı yıkımlara ve ölümlere neden olan Doğal Afetler,
 - o 1999 yılında Kocaeli-Gölcük'te gerçekleşen, 20.000 civarında ölüme neden olan 17 Ağustos Depremi,
 - o 2004 yılında Hint Okyanusu'nda gerçekleşen, 8-10 dakika süren, 230.000'den fazla kişinin ölümüne neden olan, Hint Okyanusu Depremi ve Tsunamisi,
 - o 2005 yılında Bahamalar üzerinde başlayan, ABD tarihinin en yıkıcı kasırgası olarak tarihe geçen Katrina Kasırgası,
- Pek çok ülkenin yönetiminde problemler yaşanmasına neden olan Hükümet Skandalları,
- 1995'de ABD'de Beyaz Saray stajyeri ile dönemin devlet başkanı arasında yaşanan seks ilişkisi sonucunda patlak veren Monica Lewinsky- Bill Clinton Skandalı,

- Kutsal toprakları ve değerli petrol rezervlerini içeren bölgede süregelen Orta Doğu Savaşları,
- 1997’de başlayıp 6 sene süren, Filistinlilerin Filistin topraklarını koruyabilmek amacıyla başlattıkları ayaklanma olan 1. İntifada,1990 yılında; ABD öncülüğünde kurulan 34 ülkenin koalisyonu ile Irak’a düzenlenen askeri harekât olan Körfez Savaşı,
- 2003 yılında ABD ve Birleşik Krallık öncülüğünde kurulan Çokuluslu Koalisyon Kuvvetlerinin Irak’a girmesiyle başlayan ve 8 sene süren, 2.Körfez Savaşı olarak da bilinen Irak Savaşı,
- 2006 yılında Hizbullah partisiyle İsrail Silahlı Kuvvetleri arasında yaşanan İsrail-Lübnan Krizi,
- 2007 yılında 1 hafta süren ve 600’e yakın kişinin ölümüne neden olan Gazze Muharebesi,
- Küreselleşme ile birlikte farklılıklara anlayışla yaklaşılması ve tolerans gösterilmesi konusunda katedilen yol sayesinde İrkçılığın Azalması; 1990 yılında ırkçılık karşıtı hareketleriyle tanınan ve 27 yıl hapis yatan, dünyanın en ünlü mahkûmlarından sayılan Menson Mandela’nın Serbest Bırakılışı,
- 2008 yılında ABD tarihinin ilk siyahi başkanı olarak tarihe geçen Barack Obama’nın ABD Başkanı Seçilmesi,
- Teknolojinin akıl almaz bir hızla gelişimini ifade eden Teknolojik Patlama,
- 1980’li yıllardan sonra teknolojinin gelişimiyle birlikte hız kazanan ve ülkeler arasındaki sınırların kalkması ve dünyanın tek bir ülke gibi düşünülmesi olarak ifade edilebilecek olan küreselleşme olgusu, şeklinde sıralanabilmektedir.

Ipsos UU Kalitatif Araştırmalar birimi tarafından okul hayatını tamamlamış gençler üzerine odaklanan “AYNA: Onlar Y Kuşağı” isimli kalitatif araştırma, Y kuşağının trendleri, özellikleri en belirgin şekilde ortaya konulmaktadır. Bu araştırmadan sonucuna göre Y Kuşağı (Ipsos, 2016):

Farklılık ve Benzerlik

X Kuşağı daima farklı ve yeni olanı aramaktadır. Bu durum kıyafetlerinde de, gittikleri mekanlarda da, internet üzerindeki paylaşımlarında da kendini göstermektedir. Yeniliğe, keşfetmeye daha açık bir kuşaktır. Farklı olmak, ayrılmak önemli, ama başka bir dinamik de çok farklılaşmamak, çok farklı olmak dışlanmayı getireceği için bundan da çekinmektedirler. Bir anlamda yarattıkları farklılığın da yine aşına ve kabul edilebilir olmasını özen göstermektedirler.

Esneklik

Y kuşağı esneklik aramaktadır. Kendini ifade edebileceği ortamlarda olmak ve belirgin ve sert kurallardan, çerçevesi belli şartlardan kaçınmaktadırlar.

Hedonizm

X kuşağından farklı olarak, kendi mutluluklarını bir çok şeyden daha öncelikli görmektedirler. Farklı deneyimler yaşamak, iyi vakit geçirmek, hayattan zevk almak onlar için önemli görülmektedir. Gündemleri birebir hayatlarını etkileyen, o gün orada olan konulardan oluşmaktadır.

Teknoloji

Bu kuşağın en ayırt edici özelliği teknolojiye düşkün olmalarıdır. İnternet çağında büyümüş bir kuşak olarak; en önemli bilgi edinme kaynakları internettir. Uzun, derinlikli, içine dalınıp araştırılacak bilgi kaynaklarını tercih etmek yerine, kolay ulaşılabilecek küçük bilgileri tercih etmektedirler.

Multitasking- Çoklu işlem

Hem hayatın hızlanması, hem de teknoloji ile ilişkileri onları multitasking hale getirmiş. Buna bağlı olarak dikkat süreleri çok kısa ve dikkatlerini çekmek oldukça zordur.

Deneyim Paylaşımı

Y kuşağının çok belirgin bir deneyim paylaşımı kültürü var, hem dijital ortamda hem de dışarıda kendi deneyimleri üzerine fikir paylaşmayı seviyorlar. Bir karar verirken de geleneksel pazarlama kanalları yerine, arkadaş fikirlerine, forumlardaki yorumlara daha çok dikkat ediyorlar. Bu anlamda internet ortamında hem WOM yaratıyorlar, hem de WOM'dan etkileniyorlar.

Aile

Geçmiş kuşaklardan farklı olsalar da Türkiye'deki Y kuşağının yine geleneksel bir tarafı da var. Aile bu kişiler için önemi koruyor, aileyi hem bir rol model olarak alıyorlar, hem de bir destek ünitesi olarak görüyorlar. Aileden bekledikleri başka bir şey ise eşitlikçi ve özgür bir ilişki, bir çok alanda olduğu gibi aileden de baskı gördüklerinde uzaklaşıyorlar.

Dünya İle İlişki

Teknolojinin de gelişmesi ile tabii ki dünyaya çok daha entegre, global trendlerden daha çok etkilenen bir kuşaktır.

Markalar

Markaların kimlik kurulumunda çok önemli bir yeri var, kimliklerini ortaya koymak, çevrelerinden farklılaşmak için markaları kullanıyor. Marka tercihlerini çoğu zaman fonksiyonel sebeplerle açıklasalar da markalarla duygusal seviyede de bir ilişki kuruyorlar. Genel olarak “akıllı alışverişçi olmak” istiyorlar, beğendikleri markaları, ürünleri iyi fiyata aldıklarında kendilerini “başarılı” hissediyorlar ve bu tip fırsatları kendi “akıllarını” da göstebilmek için arkadaşlarıyla paylaşıyorlar. Markalara ilgileri çok yüksek ama diğer bir çok konuda olduğu gibi sadakatleri düşük, bir markayı fazla popüler olması, yeterince popüler olmaması, çevrelerinden kötü yorumlar alması gibi sebeplerle hemen bırakabiliyorlar.

Hızlılık

Y kuşağının hayatının bir çok alanında ortaya çıkan bir tema hızdır. Hayat çevrelerinde çok hızlı akıyor, zevkler, ilgi alanları çok çabuk değişiyor onlar da bu akışın içinde olmak istiyorlar.

Sadakat

Genel olarak Y kuşağını belirleyici bir özelliği düşük sadakat, bu durum markaları da kapsıyor, aşk ilişkilerini, çalıştıkları işi de kapsıyor. Hem etraflarında çok imkan olması, hem de kısa vadedeki tatminlerini önemsemeleri onları çok hızlı fikir değiştirmeye itiyor. Bir şeyler için uzun uzun emek vermek, özveride bulunmak, tek bir yerde sabit kalmak Y kuşağının özellikleri değil.

Tanımlılık

Başarı önemli ama bu başarının görünür olması daha önemli. Yaptıkları işin kredisini almayı, takdir görmeyi bekliyorlar. Her ortamda, yaptıkları her işte farkedilmek istiyorlar. Bir anlamda daha fazla “aferin” bekleyen bir nesil, olumlu geribildirim ile motive oluyorlar.

Mutlu Y kuşağ'ını; 1980-1999 yılları arasında dünyaya gelene 'farkını fark ettiren kuşak' olarak tanımlamayı uygun görmektedir. Bu kuşağın özgürlüğüne düşkün, bağımsızlık duyguları yüksek ve iş yaşamlarındaki konumları önceki kuşaktan daha farklı olarak, zamandan ve mekandan bağımsız çalışmayı seven kuşak olduklarını ifade etmektedir. Yine bu kuşağı tanımlarken gece yatmaz, sabah kalkmaz ifadesini de kullanmaktadır. Mesai kavramından ziyade iş odaklı ve sonuç odaklı çalışmaktadırlar. Bireyselliği ön planda tutan Y kuşağı, kendilerinin ne düşündüğü ve hissettiğini fazlasıyla önemsemektedir ve onlara istemedikleri bir şeyi yaptırmak mümkün olmamaktadır. Ailelerin çocuklarını ön plana alarak yetiştirdikleri, aile destekli yaşama maruz kalan bireyler olduklarından, mücadeleci ruha sahip değillerdir. Buna rağmen risk almayı seven kendi işini kurmak ve çalışmak için yaşamayı hedef almayan tam tersine yaşamak için çalışan bireylerden oluşmaktadır. Özgüvenleri yüksek, düşüncelerini rahatlıkla ifade edebilen, mizah duyguları gelişmiş, klişeden hoşlanmayan, soran sorgulayan bireylerin oluşturduğu

Y kuşağı, kuralları, teknolojiyi iyi kullanan ve bloglarda forumlarda görüş belirten ve Türkiye nüfusunun %35'ini yansıtan bir kuşaktır. Bu kuşağın bireylerini aşağıdaki gibi ifade etmek mümkündür (Mutlu H. , 2016):

- Birlikte çalıştıkları insanların kalitesini önemsemekte ve otoriter davranışları ve yetkin olmayan yöneticilik anlayışını benimsemezler
- Sıradışı olmayı tercih ederler ve basmakalıp yaklaşımlar ve söylemlerden uzak dururlar.
- Hiyerarşik yapıyı benimsememekte ve eşkıdemlilik yaklaşımını tercih ederler.
- Mevkii almak için aceleci tavır sergilerler.
- Esnek ve eğlenceli çalışma ortamını tercih ederler.
- Formal iletişim yerine informal iletişimi tercih ederler.
- Koçluk ve mentorluk beklentisi vardır.
- Kendilerine katkı sağlamayan işleri tercih etmezler.
- Değişim odaklıdır ve yenilikçidirler.
- Kendi çıkarlarını ön planda tutup, kendi haklarını sorgularlar.
- Uyum sağlama konusunda sorun yaşamazlar, yaratıcı yönleri yüksektir.
- Kişisel başarıların taktir edilmesini tercih ederler. Kitlesele düşünmezler.
- Rol belirsizliğini sevmez, kendisinden istenenin net bildirilmesini ister.
- Teknoloji için para harcamaktan çekinmezler.
- Borçlanmaktan korkmayan bir kuşak olarak gelirlerinin üzerinde para harcamaktan çekinmezler.
- İletişime ve iş birliğine açık olan bu kuşak için önemli olan karşısındakilerin dilini bilmesidir.
- Özgüvenleri oldukça yüksektir ve bu durum diğer kuşaklar için sıkıntı yaratacak düzeydedir.
- Yaşlılarının düşüncelerini ve onayını almak onlar için oldukça önemlidir.
- Baby boomer ve X kuşağının önemsedığı "siz" yerine "sen" demeyi, hanım- bey sıfatlarından ziyade isim ile hitap etmeyi tercih eden resmiyeti kullanmayan bireylerdir.

Y kuşağı üyeleri teknolojinin bütün nimetlerine şahit olmuş bir kuşak olmakla birlikte tam olarak teknolojinin içinde değilde teknolojiyle birlikte gelişen ve değişen bireyler olarak karışımıza çıkmaktadır. Bu kuşak mensuplarının kendine güvenleri oldukça yüksek olmakla birlikte çevreleri ile iyi ilişkiler kurmaktan da kaçınmamaktadırlar. Y kuşağı bireylerinin teknoloji kullanımının yaygın olduğunu söylemek mümkündür. Hayatlarının önemli bir parçasını teknolojik gelişmeler ile sağlamakta ve bunu iş hayatında yoğun olarak da kullanmaktadırlar.

2.4.2.5. Z Kuşağı

Z kuşağı, 2000-2020 yılları arasında dünyaya geldiği bu nedenden dolayı üzerinde derinlemesine bir araştırmanın yapılamadığı bir kuşaktır. Dolayısıyla kuşağın etkilendiği ya da kuşağı etkileyen olaylar tam olarak ortaya da konulamamaktadır.

Bu kuşağın üyesi bireyler henüz çocuk yaşadılar ve bu çocuklar teknolojik gelişmelerin içine doğmuş, sınırsız iletişim ve ulaşım kolaylıkları ile donatılmaktadırlar. Zaman mekan sıkıntısı gözetmeksizin bir birleriyle iletişim kurma imkanına sahip olan bu kuşak mensupları, dijital araçlar sayesinde hem sözel hem de görsel işitsel iletişim kurarak birbirlerine ulaşabilmektedirler (Toruntay, 2011, s. 81-82).

Kendilerinden önceki kuşaklardan farklı olarak, 'network' gençleri olarak da anılmaktadırlar. Fiziksel bir yalnızlığı tercih etmelerine rağmen ağ toplumunun özellik yapısıyla ilişkili olarak uzak mesafelerdeki kişilerle iletişim olanağı bulabilmektedirler. Bir araya gelmeden sosyalleşme, topluluk oluşturma gibi bir çok iletişim teknolojilerini kullanma imkanı da bulmaktadırlar.

Z kuşağı, aynı anda birçok konuyla ilgilenebilme yetisi yüksek bir kuşak olduğundan, motor becerilerinin yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Yaratıcılık içeren aktivitelere düşkün olan nesil, ezberden ziyade oyun ve hikayelerle hafızayı aktif hale getirebilmektedir. Bu kuşağın üyeleri tatminsiz, kararsız ve doğuştan tüketim odaklı olduklarını söylemek mümkündür. Yüksek eğitim olanaklarına sahiptirler ve bireyselliği yüksek bağımsız bireyler olarak, doğruyu çekinmeden söylemelerinin motive edici bir ortam olusturabilecek olması, kuşaklar arası farkların

azalması, sosyal ve iletişime açık olmaları ve böylelikle birbirlerini daha kolay anlayabilecek olmaları, internet sayesinde coğrafi sınırları kaldırmaları, kendilerinin rahat ifade edebilme becerilerine sahip olmaları da önemli karakteristik özellikleri arasında yer almaktadır (Toruntay, 2011, s. 81-82).

Berkup, Z kuşağını, yaşları küçük olmasından ve henüz olgunluğa erişememelerinden dolayı karakteristik özelliklerinin ortaya konulmasının mümkün olmadığını ifade etmektedir. Z Kuşağı insanlık için gizemli bir kuşaktır. “Z Kuşağını diğerlerinden ayıran en önemli farklılık, değişimin çok hızlı ve kırılmalar şeklinde yaşandığı bir döneme tanıklık etmeleri ve daha doğmalarından çok önce özellikleri tanımlanabilen ilk kuşak olmalarıdır.” Z Kuşağı’nı diğer kuşaklardan ayıran ve onların diğer kuşaklara benzememesine sebep olacak olan 3 temel unsurdan söz etmek mümkündür (Berkup, 2014, s. 110-114):

- Ontolojik faktör olarak, yaş ve hayat aralığı
- Sosyolojik faktör olarak, buldukları çağ ve teknoloji
- Tarihsel faktör olarak, olgular ve deneyimler

Bu ifadelerle göre Z kuşağının karakteristik özelliklerini ortaya koymak için tahminler üzerinden yola çıkıldığını ifade etmek yanlış olmayacaktır. Yaş aralığı bakımından Z kuşağını ele aldığımızda, hızla gerçekleşen olaylar ve kuşak aralığı hala devam ettiğinden dolayı olası bir çok gelişme bu kuşak üzerinde etkili rol oynayacaktır. İçinde bulunduğumuz çağ gereği yoğun teknoloji kullanımı özellikle yaşı küçük olan Z kuşağı bireyleri açısından önemli bir etken haline gelmiştir. Medya yakınsaması, hipermedya, çoklu ortam gibi gelişmeler sayesinde teknolojinin hızla gelişimi kuşak bireylerinin yaşam biçimlerini etkilemekle kalmamakla direkt olarak biçimlendirmektedir.

Z Kuşağı üyeleri, etkileyen-etkileyecek olan ve karakterlerinde değişimler oluşturarak kendilerine özgü bir kuşak olmalarını sağlayacak olan olaylar, teknolojiyle bağıntılı olaylar olduğunu söylemek mümkündür. Bu sebeple teknolojinin hızla gelişmesi Z Kuşağı’nın karakterini belirleyen temel özellik olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu kuşağı etkisi altına alan teknolojik gelişmeleri

sıralarken, Apple firmasının kurulduğu yıldan itibaren (2001), sürekli olarak yeni ve rakiplerinden farklı ürünler geliştirmesi, 2004 yılında Facebook'un hayatımıza girmesi, 140 karakterle kendini ifade etme imkanı bulan Twitter ve Instagram, Pinterest, Foursquare gibi diğer sosyal medya araçlarının yaşamımızda önemli bir yer alması, hatta hayatın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmesi önemli etkenlerdir (Berkup, 2014, s. 110-114). Teknolojik gelişmeler sonucu sosyal medya araçlarının gelişmesi özellikle bilgiye ulaşmayı kolaylaştırmakta internet üzerinde arama yapma, kendi kendini eğitmeyi sağlamak gibi avantajları da Z kuşağına sunmaktadır. Özellikle bireyin kendi hakkında bilgileri istediği kadar ve istediği boyutta aktarabilme imkanı veren sosyal medya araçları, Z kuşağı için kendini gizlemek, farklı bireylere bürünme imkanı da vermektedir. Bu durum onları daha özgürlükçü de yapmaktadır.

2.4.3. Kuşaklar Arası Farklılıklar

Birbirlerinden çok farklı zaman aralıklarında doğan bireylerin oluşturduğu farklı kuşaklar arasında karakteristik olarak bir çok farklılık yer almaktadır. Kuşaklar konusunu ele aldığımızda kuşakları etkileyen bir çok sosyal ve ekonomik olayın olduğu vurgulanmaktadır. Farklı zamanlarda farklı koşullarda ortaya çıktıkları için hem tarihsel süreç içerisinde meydana gelen olaylar hem teknolojik gelişmeler hem de ekonomik durumlardan oldukça etkilenmektedir. Tüm bu etkenler kuşakların oluşmasında ve farklılaşmasında büyük rol oynamaktadır. Kuşak arası farklılıkları bir çok kritere göre saptamak mümkün olmaktadır. Bu kriterler, sosyal yapı, ekonomik yapı, teknolojik yapı, iş yaşamı ve iş hayatı gibi farklı boyutlarda olmaktadır. Aşağıdaki tablo 3. de kuşaklar arası farklılıklara genel bir yaklaşım mevcuttur.

Tablo 2-3 Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar

1925 - 1945 Sessiz Kuşak	<ul style="list-style-type: none">• Uyumlu / Kanaatkar / Çalışkan / Tutkulu / Otoriteye Saygılı• Teknolojik gelişmelerin süreçleri etkileyici seviyede gözlemlenmediği bir dönem• Savaş ve yokluk gören, buna bağlı olarak da başarı, güç ve daha iyi bir sosyal konum kazanabilmek için hırslanmış bir kuşak.
1946 - 1964 Baby Boomers	<ul style="list-style-type: none">• Kuralcı / Çalışkan / Başarı Odaklı / Sadık / Otoriteye Saygılı / Amaç Odaklı / Uyumlu / Kanaatkar / "BEN" odaklı• Teknolojinin yeni yeni gelişmeye başladığı bir dönem olduğu için uyum sağlayamamış• Savaş sonrası doğum oranlarının yükseldiği, annesi baba ve çocuklarına bakan bağlı bir kuşak.
1965 - 1979 X Kuşağı	<ul style="list-style-type: none">• Şüpheci / İş Odaklı / Rekabetçi / Duyarlı / Otoriteye Saygılı / Mücadeleci / Kanaatkar / Sabırsız• Teknolojik gelişmelere mecbur kaldığı için uyum sağlamaya, alışmaya çalışmış• Daha iyi yaşam standartları için daha az çocuk anlayışı, maddiyata önem veren bir kuşak.
1980 - 2000 Y Kuşağı	<ul style="list-style-type: none">• Sorgulayıcı / Girişimci / Tatminsiz / Otoriteye Karşı Saldırgan / Özgüvenli / Gerçekçi / Şeffaf• Teknoloji onlar için hayattaki bir çok şey için temel araç ve simge• Özellikle akranlarının görüşleri ve bakış açıları onlar için önemli, ekip ruhuna sahip bir kuşak.
2000 - 2020 Z Kuşağı	<ul style="list-style-type: none">• Yaratıcı / Geleneksellikten Uzak / Tüketici / Tatminsiz / Sonuç Odaklı / Otoriteye Karşı Saldırgan / Doğrucu / Güvenli / İletişime Açık• Teknolojiyi onların bir parçası, yaşamlarının temeli• Teknoloji aracılığıyla sürekli iletişim kanalları açıkken yalnız bir yaşam benimsemesi beklenen kuşak.

Kaynak: ABank Kariyer, <https://abankkariyer.com/2014/07/17/sessiz-kusak-baby-boomers-x-y-z-kusaklarina-genel-bakis/>, 2014

Kuşaklar arası farklılıkları genel bir ifadeyle şu şekilde ifade etmek mümkündür, gelenekselciler otoriteye saygılı ve bağlılık hissi yüksek iken bebek patlaması kuşağının otoriteye şüpheyle yaklaşma ve söz konusudur. X kuşağı ve Y kuşağı otoriteye karşı daha sorgulayıcı ve güvensiz yaklaşmaktadır. Z kuşağında ise otorite duygusu yok denecek kadar zayıftır. Disiplinli olmak, itaatkar olmak ve resmiyet açısından gelenekselciler başı çekmektedir. Bebek patlaması kuşağı, daha iyimser rasyonelci olmakla birlikte ben bilinci daha gelişkindir. X kuşağı ise eğlenceli, şüpheci, resmiyete önem vermeyen, duygusallık ve rasyonelliğin dengesini kuran bireylerdir. Y kuşağı ise sosyal bilinci daha gelişkin, sonuç odaklı, duygusal ve değişim ve farklılıklara yatkın, dijitalleşmeye uyum sağlama eğilimindedir. Z kuşağı, tüm bu kuşaklarla mukayese edilemeyecek düzeyde teknolojiye bağımlı, yedi yirmidört internet kullanabilen, sabırsız ve hemen elde etme duygusu yüksek, birden fazla konuyla ilişki kurabilen bireylerden oluşmaktadır.

Tüm bu özellikleri kıyaslandığında kuşaklar arasında keskin bir sınırın olmadığı yalnızca iki kuşak mevcut olduğunu söylemek mümkündür. Bu kuşaklar X ve Y kuşağıdır. Yaklaşım olarak birbirlerine yakın olan bu kuşaklar arasında belirgin farklılıklar bulunmamaktadır. Nesiller arasındaki yaş ve çağ farkı arttıkça aralarındaki karakteristik özellikler de de büyük farklılıklar gözlenmektedir.

2.5. Dijitalleşen Toplumda Kuşakların Dönüşümü: Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenler

Teknolojinin hızla gelişmesi ve dijital kültürün yaygınlaşması sonucunda günlük yaşantımızı etkisi altına alan bir çok gelişme yaşanmaktadır. İnternet teknolojisinin gelişmesi, dijital araç-gereçlerin kullanımının yaygınlaşması, akıllı telefonlar, tabletler, akıllı televizyonlar, taşınabilir bilgisayarlar (minibook) gibi insan yaşamını etkisi altına alan bir çok gelişme karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenden dolayı ikinci bölümde ele almış olduğumuz kuşaklar kavramını değişen teknolojik gelişmeler doğrultusunda ele almak gerekmektedir.

Bireyler, teknolojinin hızla gelişmesi ile birlikte gerek teknolojiye uyum sağlama konusunda gerekse teknolojiyi takip etmek konusunda farklı davranışlar sergilemektedir. Bu farklılıkların temelinde bireylerin teknoloji ile tanıştığı yaş aralığının etkisinin olduğunu söylemek mümkündür. Bu nedenden dolayı kuşaklar kavramını dijital yaşamın etkisi altında kalan bireyler açısından da anlatmak da fayda bulunmaktadır. Dijital yerliler ve göçmenler başlıkları altında dijital ortamın şekillendirdiği kuşakları açıklamak gerekmektedir.

2.5.1. Dijital Yerliler ve Dijital Ortam

Dijital yerliler kavramını ortaya atan kişi olarak Prensky, 1980 ve sonrasında doğan kişileri dijital yerliler olarak tanımlamaktadır. Prensky'e göre, dünyaya geldikleri günden itibaren bilgisayar, internet ve cep telefonuyla büyüyen insanlardır. E posta ile yaşayan bir kuşak olarak, bilgiyi elde etme biçimleri de bir önceki kuşağa göre farklılık göstermektedir (İplikçi, 2011).

Pedro, “Millennials (binyılın öğrencileri) olarak isimlendirdiği, 1980 sonrası doğan, günlük yaşamında yoğun biçimde dijital teknolojileri kullanan, dijital teknolojinin içerisine doğan ilk kuşak olarak bu kuşağı ifade etmektedir. Millennials olarak adlandırdığı kuşağa ayrıca, Digital Natives (dijital yerliler), Net Generation (internet nesli), The Gamer Generation (oyun nesli), Next Generation, N-generation (yeni nesil), Cyber Kids (siber çocuklar), Homo Zappiens (zaplayan insan), Grasshopper Mind (çekirge zihin) gibi farklı isimlerle de tanımlandığını ifade etmektedir. Bu kuşağın günlük yaşantısı anlık mesajlaşmalar üzerine kuruludur, özellikle hücresel sohbetler, mesenger kullanmak, sms göndermek gibi iletişim tercihleri bulunmaktadır. Bu kuşağın üyeleri kendi kendilerine eğlenmenin ve iletişim kurmanın farklı yollarını öğrenmektedir. Bloglar, wikiler, anlık mesajlaşmalar gibi sosyal yönelimli teknolojinin popüleritesinin artmasının temel nedeni de budur. Pedro bu popülerliğin evde televizyon izlemekten çok, ev ortamında ulaşabildiği bilgisayar, oyun, internet gibi diğer dijital teknolojilerin kullanımının artmasına yol açtığını da ifade etmektedir. Bu neslin üyeleri çoklu kullanıma alışkın durumdadırlar, aynı anda hem televizyon izlemek, hem çevrimiçi olmak, hem telefonda konuşmak hem de ödev yapmak gibi bir dijital medya yaklaşımına sahip olduklarını ifade etmek mümkündür (Pedro, 2006).

Prensky dijital yerlilerin kendinden önceki nesillere göre ortaya çıkan farklılıkları yalnızca giyim kuşam, süsler, stiller yada yaşam biçimi olarak kademeli bir değişiklikten çok daha büyük boyutta ve karmaşık bir değişimin var olduğunu ileri sürmektedir. Bugünün üniversite eğitimi alan gençleri, bu değişikliğe maruz kalan kuşağın ilk temsilcileridir. Bilgisayar oyunları, dijital müzik çalarlar, video kameraları, cep telefonları ve dijital çağın diğer tüm oyuncakları ve araçları ile çevrili olan bu gençlik ayrıca bu araçları en yoğun biçimde kullanmaktadır. Bilgisayar oyunları, elektronik postalar, internet, cep telefonları ve anlık ileti hayatlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir (Prensky, 2001a, s. 1-2). Bu bağlamda dijital yerli üyeleri yaşam biçimi olarak da farklılıklar göstermektedir. Teknolojinin yoğun olarak kullanıldığı bu genç kuşak bireyleri ortak özellikleri olarak iş yapış, davranış, boş vakit geçirme, ders çalışma, eğlenme gibi bir çok farklı yaşam biçimi özelliklerine rastlamak mümkündür.

Dijital yerliler, kişisel eğlence ve ilgi alanları için, sosyal etkileşim için, günlük ihtiyaçların karşılanması, profesyonel çalışma ortamında yada okulda ders çalışmak adına teknoloji ve dijital araçlardan faydalanmaktadır. Bu jenerasyonun yaygın olarak kullandıkları araçlar ise, cep telefonları, elektronik postalar, müzik çalar ile anında sohbet ve mesajlaşma imkanı veren uygulamalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kendi aralarında konuştukları konuların başında ise teknolojik araçlar olarak, cep telefonları, bilgisayarlar, internet, MP3 çalar, ve oyunlar gösterilmektedir (Waycott, 2010). Teknolojinin hızla gelişmesi bu araçlarında günümüzde farklılaşmasına sebep olmaktadır. Örneğin mp3 çalar günümüz gençlerinin daha az kullandığı bir araç haline geldi onun yerine ipod hatta ipadler gelerek mp3 çaların eski bir araç olmasına sebep olmuştur.

Dijital yerliler olarak isimlendirdiğimiz bu kuşağın üyeleri, bilgisayar, video oyunları ve internetin dili olarak dijital dili ana dili olarak kullanmaktadır. Dijital yerliler, hızlı bilgi almak amacıyla dijital ortamları kullanırlar, ayrıca çoklu ve paralel süreç görevlerinden memnun olurlar. Grafikleri, rastgele erişimi, ağ bağlantılarında çalışmayı, anında tatmin ve ödül kazanımını tercih etmektedirler. Oyunları ciddi çalışmalara tercih eden bir nesildir (Prensky, 2001a, s. 3). Bu kuşaktaki bireylerin yalnızca dil, öğrenme ve düşünme yapılarında değişiklikler görülmemekte aynı zamanda birbirleriyle olan iletişim ve etkileşimleri de kendilerinden önceki kuşaklara göre derin ayrışmalar göstermektedir.

Dijital yerliler, kendilerinden önceki kuşaklardan farklı olarak birtakım temel özelliklere sahiptirler. Bu özellikler, aşağıda sıralanmaktadır (Bilgiç, Duman & Seferoğlu 2011): Bilgiye hızla erişmek isterler, metin yerine grafiği tercih ederler, bir makaleyi baştan sona doğrusal bir biçimde okumak yerine kapsül halinde rastgele okumayı tercih ederler, ciddi çalışmalar yerine oyunları tercih ederler, bilişsel yapıları sıralı değil paraleldir, aynı anda birçok işi yapmak isterler, keşfederek öğrenmek isterler.

Bu kişiler, ebeveynlerinden çok farklı biçimde sosyalleşmektedir. Bu gençler üniversite bitirmeden önce, ortalama 10 bin saatten fazla bilgisayar oyunu oynayan, 200 binden fazla elektronik posta gönderim ve alım yapan, cep telefonlarıyla 10 bin saatten fazla konuşan, 20 binden fazla TV izleyen, 500 binden fazla reklama maruz kalan ve buna karşın 5 bin saatlik kitap okuması yapan gençler olarak günümüzün dijital yerlileri olma özelliğini sergilemektedir (Prensky, 2001b).

Dijital yerliler de kendi aralarında sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırma dijitalleşme ve internet kullanımına göre oluşturulmuştur. Dijital yerlilerin teknoloji kullanımını hususunda vermiş oldukları tepkiler gruplandırılarak açıklanmaktadır. Bu yaklaşımla dijital yerlileri beş ayrı kategori altında ele almak mümkündür. Bunlar: kaçınan, minimalistler, hevesli katılımcılar, yenilikçiler, aşırı kullanıcılar olarak aşağıdaki gibi açıklanmaktadır (<http://dijitalbolunme.blogspot.com.tr/>, 2012):

Kaçınan: Bu kişiler dijital çağda doğmuş olmalarına karşın, dijital teknolojilere yakınlık hisleri oldukça düşüktür. Yaştlarının tam tersi olarak facebook ya da mobil teknolojilere karşı olumlu yaklaşım sergilememektedirler. Facebook ve twitter hesapları açmamışlardır ve evlerinde internet erişimi olmayabilir. Teknolojiyi takip eden bir mobil telefonları olmama ihtimalleri de yüksektir. Bu grup dijital yerlilerin en küçük grubudur.

Minimalistler: Teknolojinin günlük yaşamın bir parçası olduğunun farkındadırlar ve ilgi alanlarına göre yaklaşım sergilemektedirler. Örneğin; tüm sosyal medya araçlarına aynı yakınlığı göstermeyebilirler. Bir uygulamayı kullanırlar ancak bir diğer uygulama onlara çok da ilginç gelmeyebilir ve kullanmayı tercih etmeyebilirler. Olan hesaplarını da düzenli olarak takip etmezler. Gündelik olayları online haber sitelerinden almak yerine günlük gazete tercih etmektedirler. Teknoloji kullanımına çok hevesli yaklaşmamaktadırlar.

Hevesli Katılımcılar: Dijital yerliler içerisinde en büyük grubu oluşturmaktadırlar. Gün boyunca facebook ve twitterda online olabilirler. Merak ettikleri bir konuyu googleda arama yaparak öğrenirler. Teknolojiyi kullanmaktan memnuniyet duyarlar. Yeni teknolojiyi yakından takip etmekte ve yeni model telefon kullanmaktadırlar.

Yenilikçiler: bu kişiler teknoloji kullanmakta hevesli olmanın da ötesinde teknolojiyi geliştirmek için çaba sarfetmektedirler. oyun geliştiricileri, programcılar, mühendisler, teknoloji yazarları, profesörler ve hackerlar bu gruba örnek verilebilir.

Aşırı Kullanıcılar (Bağımlılar): Bu kişiler teknolojiye aşırı düşkünlüdürler. Oyun bağımlılığı söz konusudur. İnternette ayrı kaldıklarında kızgın, üzgün ve kavgacı olma durum söz konusudur. Bu grup üyeleri, Anne-babaları, eğitimcileri ve yöneticileri tarafından suçlu bulunmaktadır ve gruptaki kişilerin okul, iş ve ev

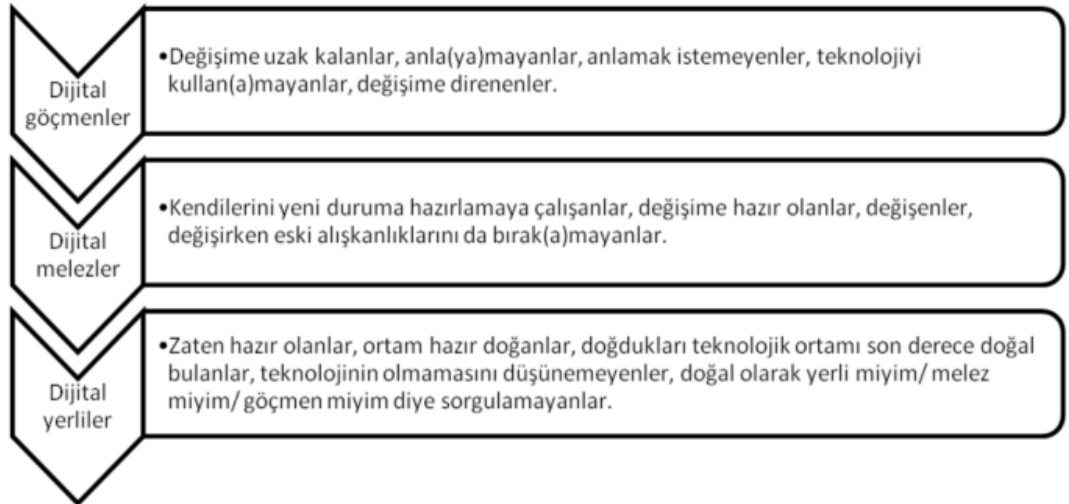
hayatlarında sıkıntılar yaşanmaktadır. Bu grupta ayrıca aşırı sosyal ağ düşkünleri söz konusudur.

2.5.2. Dijital Göçmenler ve Dijital Ortam

Dijital teknolojiye hayran olan, ve bunu kullanmaya doyamayan ancak hayatlarının ilerki dönemlerinde bu teknoloji ile tanışan, teknolojik yaşamı kabul eden bireyleri dijital göçmenler olarak isimlendirmek mümkündür. Bu kişiler çevreye uyum sağlamak için yoğun çaba göstermek ile birlikte çocuklarından farklı sosyalleşme çabası ile büyüyüp yetişen bu bireyler, yeni bir dil öğrenme gayreti içerisinde de girmişlerdir (Prensky, 2001a).

Dijital göçmenleri şu şekilde tanımak mümkündür, eğer ki elektronik postalarını yazdırmayı tercih ediyorlarsa, düzenlemek için (sadece ekranda düzenleme yapmak yerine) bilgisayarda yazılı bir belge yazdırma ihtiyacı duyuyorlarsa, ilginç bir web sitesini göstermek için yalnızca URL göndermek yerine, insanları fiziksel olarak ofisine çağırıyorlarsa ya da e-postamı aldın mı? Diye telefon görüşmesi gerçekleştiriyorsa bu kişiyi Dijital Göçmen olarak adlandırmak mümkündür (Prensky, 2001a).

Tablo 2-4 Dijital Yerliler-Dijital Melezler ve Dijital Göçmenler



Kaynak:Abdullah Demirkol, 21. Yüzyıl Öğrenci Özellikleri, 2016, <https://bto418abdullahdemirkol.wordpress.com/tema-3/>

Yukarıdaki tabloya göre dijital yerliler ve dijital göçmenlere ek olarak her ikisinin de özelliklerini taşıyan ama ne yerli olabilmiş ne de göçmen olabilen bir melez grup yer almaktadır. Bu grup üyesi bireyler hem değişime ayak uydurup teknolojiyi kullanabilen ancak geçmişten getirdikleri bir takım alışkanlıkları da unutmayıp yaşatan bireylerdir. Teknolojinin içine doğmasalarda teknolojik gelişmelerden etkilenen ve bu gelişmeleri günlük yaşantılarına entegre etmeye çalışan bir yapı söz konusudur

Dijital göçmenler taşıdıkları özelliklere göre ayrıştırılmaktadır. Tüm göçmenleri aynı kategoriye almak mümkün değildir. Bu kişileri üç ayrı kategoride ele almak mümkündür (<http://dijitalbolunme.blogspot.com.tr/>, 2012).

Kaçınan: bu kişiler teknoloji içermeyen ya da en düşük düzeyde teknolojiye sahip bir yaşam tarzını benimsemektedirler. Onlar twitter, facebook gibi sosyal ağlara önem vermemektedirler. Yeni bir cep telefonu ya da e-posta adresine sahip olma durumu bu kişiler için önem arz etmemektedir.

İsteksiz Benimseyenler: bu kişiler günümüz hayatının teknoloji bağlantılı olduğunu fark etmektedirler. Teknolojiden kopuk olmamakla birlikte bu teknolojik gelişmeler ile aralarında bağ kurma durumu zayıftır. Bu kişilerin, cep telefonları vardır, e-postalarını çok sık olmasa da kontrol ederler, facebook hesapları vardır ve online bankacılık hizmetlerinden yararlanmaktadırlar. Bu kişiler teknoloji kullanmaya daha eğilimli bir grup olarak kaçınanlardan farklılık göstermektedirler. İsteksiz benimseyenler dijital göçmenlerin en büyük alt grubunu da oluşturmaktadır.

Coşkulu Benimseyenler: bu grup dijital yerlilere yetişmeye en yakın olan gruptur. Bu kişiler ileri teknoloji yöneticileri, programcılar, iş adamları ve internet kültürünü öğrenmek arzusunda olan kişilerden oluşmaktadır. Teknolojinin önemini hissederek, ondan faydalanma ihtiyacı duymaktadırlar. Facebook hesapları vardır ve hesaplarını genellikle eski arkadaşları ve çocuklarıyla iletişim kurmak için kullanırlar. E-posta hesaplarını düzenli olarak takip ederler, bununla da yetinmeyip blog sahibi olabilirler ya da web siteleri olabilir.

Dijital göçmenlere göre teknolojiye adapte olmaları daha kolay ve hızlı olmakla birlikte dijital yerliler gibi teknoloji ile kuşatılan bireyler değildir. Gelenekleri yaşatmaya devam etmek özellikleri arasında bulunmaktadır.

Tablo 2-5 Dijital göçmen ve dijital yerliler arasındaki farklılıklar

Dijital göçmen	Dijital yerli
Telefonla ya da bizzat konuşmayı tercih ederler.	Metin yoluyla sohbet, facebook, online oyunlarla konuşmayı tercih ederler.
Kullanma kılavuzundan yararlanmayı tercih ederler.	Kılavuzu kullanmak yerine sezgilerine güvenirlir.
Bilgiye ulaşma tercihleri doğrusal, mantıklı ve sıraylıdır.	Birden fazla kaynaktan eş zamanlı bilgi almayı tercih ederler.
Önce yazıya dikkat ederler.	Ses, resim ve grafik daha çok dikkatlerini çeker.
Ertelenmiş hayalleri vardır.	Anlık haz ve ödülleri tercih ederler.
Çalışma saatleri içinde iş ile ilgili konulara odaklanırlar.	İş, oyun, sosyal ağlar arasında odak ve alternatif geçiş yapabilirler.
Geleneksel 5 günlük çalışma sonrası 2 gün ara verir.	Oyun, çalışma, sosyalleşme 7/24 sürmektedir.
İnterneti bilgi toplamak için kullanır.	İnterneti eğlenmek, oyun oynamak, sosyalleşmek için kullanırlar.
Mesajlarda doğru Türkçe kullanırlar.	Mesajlarda kısaltmalarla anlaşırlar. Mesela selam yerine slm gibi.
Yüz yüze görüşmeyi tercih ederler.	Online görüşmeyi tercih ederler.
İş yerinde değer, sadakat ve tutarlılık önemlidir.	Kişisel tatmin daha önemlidir. Sık sık iş değiştirebilirler.
Online hayatlarının boşa olduğunu düşünürler.	Online hayatları daha değerlidir.
Tatil veya hayatlarındaki değişiklikleri birbirlerine konuşarak anlatırlar.	Facebook gibi sosyal ağlarda resimlerini paylaşarak haber verirler.
İş yerinde hiyerarşik yaklaşımı tercih ederler.	Daha çok eşitlikçi bir yaklaşımdan yanadırlar.

Kaynak: <http://dijitalbolunme.blogspot.com.tr/>, 2012

3. DİJİTAL KÜLTÜRDE DEĞİŞEN YAŞAM BİÇİMLERİ VE BİREYLERİN GÜNLÜK YAŞAMDA KULLANDIKLARI DİJİTAL KÜLTÜR UYGULAMALARI

3.1. Yaşam Tarzlarını Biçimlendirme Sürecinde Dijital Kültür ve Etki Alanları

Dijital kültür, gündelik yaşam süreci içerisinde bir çok açıdan etkin rol oynamaktadır. Özellikle bireylerin yaşam alanlarında, gündelik işleyişte bu dijital kültürün yansımaları karşımıza çıkmaktadır.

Bireylerin iletişim biçiminden, eğitime, ticaret ve alışveriş anlayışından, haber alma biçimine, devlet işlerinden hobilerine kadar bir çok alanda dijital kültürün izlerine rastlanmaktadır. Dijital kültürün biçimlendirdiği yaşam tarzı ve etkisinde bulunan bireylerin sayısı gün geçtikçe artış göstermektedir.

Bu bölümde, Emek ve Sermayeye Etki Bakımından Dijital Kültür ve Dönüşen Ticaret Anlayışı E Ticaret, Kamusal Alan Dönüşümü ve Sosyal Ağlar, Dönüşen Eğitim ve Uzaktan Eğitim, Gözetim Toplumu ve Sosyal Ağlar, Dönüşen Gazetecilik Anlayışı Olarak Yurttaş Gazeteciliği ve Sosyal Ağlar, Bilgi Toplumu ve E Devlet Sistemi, Dijital Aktivizm ve Siber Terör, Dijitalleşmenin Etkisinde Sanat ve Bağımlılık ve Boş Zaman Faaliyetlerindeki Dönüşüm başlıkları ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

3.1.1. Emek ve Sermayeye Etki Bakımından Dijital Kültür ve Dönüşen Ticaret Anlayışı E Ticaret

Emek ve sermaye bakımından dijital kültürü ele aldığımızda karşımıza dijital emek kavramı çıkmaktadır. Özellikle dijitalleşme sürecinin gelişmesi ile birlikte emek kavramı da dönüşüme uğrayarak yeni bir boyuta ulaşmaktadır. Dijital emek kavramını açıklayabilmek adına literatürde yer alan bir kaç kavrama da değinmek gerekmektedir.

Bu kavramlardan biri de maddi olmayan emek kavramıdır. Bu kavramın temeli Futur Anterieur dergisinde ele alınan otonomcu Marksizim akımında yer aldığı ifade edilmektedir. Maddi olmayan emek kavramını ele alanlar arasında farklı

ele alış biçimleri yer almaktadır. Maurizio Lazzarato bu kavramı, “metanın enformasyonel ve kültürel içeriğini üreten emek” olarak tanımlamaktadır. Ayrıca maddi olmayan emeği 1970’li yıllarda ortaya çıkan büyük dönüşüme bağlamak mümkündür. Post Taylorist Üretim olarak da ifade edilen, enformasyonun manipülasyonuna dayalı post endüstriyel ekonomide maddi olmayan emek “bağımsız olan ve hem kendi işini hem de ticari girişimlerle ilişkilerini kendisi düzenleyebilen bir toplumsal emek” ile temellendirmektedir. Serbest çalışmaya dayalı bir iş, sürekli değişim içindeki bir piyasaya ve zaman ile mekân açısından değişebilir ağlar içine eklemlenen bir girişimci olan bir tür ‘entelektüel işçi’ hakim biçim olarak ortaya çıkmaktadır. Özetle maddi olmayan emek “bilgi, enformasyon, iletişim, ilişkiler veya duygusal ifade gibi maddi olmayan ürünler üreten” emek olarak ifade edilmektedir (Camfield, s. 174-176).

Hardt ve Negri maddi olmayan emek kavramını iki açıdan ele almaktadır. Birinci yaklaşımda, entelektüel ya da dilsel olarak ifade edilen, problem çözme, sembolik ve analitik görevler ve dilsel ifadeler gibi emek türlerini içermektedir. İkinci emek türü ise duygulanımsaldır, beden ve zihni içererek, rahatlık, esenlik, tatmin, heyecan ya da tutku gibi hisleri üreten ya da işleyen bir emektir türüdür. Ciddi bir duygulanımsal boyuta sahip işler, düşük ücretli, düşük statülü kadın işçilerce yapılır. Yemek servisi yapanlar, satış elemanları, bilgisayar mühendisleri, öğretmenler ve sağlık çalışanları gibi meslek grupları gibi maddi olmayan emeğe örnek olabilecek ve hızla büyüyen mesleklerin başında yer aldığı ifade edilmektedir (Camfield, s. 174-176). Hizmet üretimi sonuçta ortaya maddi ve kalıcı bir mal çıkarmadığından, bu üretimle ilgili emeği maddi olmayan emek olarak adlandırmak mümkündür. Bir hizmet bir kültürel ürün bilgi ya da iletişim gibi maddi olmayan mallar üreten emek olarak ifade edilmektedir (Özmkas, 2015, s. 14).

Lazzarato da maddi olmayan emek kavramını iki açıdan ele almaktadır. Birincisi, metanın enformasyonel içeriği bakımından maddi olmayan emek, bilgisayar ve sibernetik hakimiyetine dair beceriler gerektirdiği endüstri sektörü ve büyük şirketlerde çalışan işçilerin emek süreçlerinde gerçekleşen değişimlere değinmektedir. Diğer yaklaşımda ise maddi olmayan emeğin metanın kültürel içeriğini üreten etkinlik bakımından ele alır. Burada iş olarak görülmeyen bir takım kültürel ve sanatsal standartlara da değinmektedir. Bunlar kültürel ve sanatsal

standartlar, moda, zevkler gibi kamuoyunu belirlemeye ve oluşturmaya yönelik etkinlikleri kapsamaktadır (Özmkas, 2015, s. 14-15).

Karl Marks ve Raymond Williams da maddi olmayan emek kavramına ilişkin tanımlamalar yapmaktadır. Bu tanımlamalardan yola çıkarak, iletişim araçları ve üretim araçları olarak iletişim araçlarına değinmek gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Karl Marks el emeği ile kafa emeği arasında belirgin bir çizgi çizmektedir. Yaşadığı dönemde el emeğinin yaygın olarak kullanılmasından dolayı çalışmaları el emeği esasına dayandırılmaktadır. Williams ise iletişim araçlarının temel üretim aracı haline dönüştüğünü vurgulayarak, bu araçların yalnızca üretim biçimleri olarak ele alınmasının da yanlış olduğunu ifade etmektedir. Williams durumu iki farklı açıdan ele almaktadır. Birincisi üretim aracı olarak iletişim araçlarının tarihsel gelişim ile içiçe ele alınması, ikinci olarak da bunların üretim ilişkilerinden ayrı düşünülmemeyeceğine değinmektedir (Uzunoğlu, 2015, s. 185-186).

İnternet teknolojisinin gelişmesi, web 1.0 teknolojisinden web 2.0 teknolojisine geçişle birlikte maddi olmayan emek kavramının yapısında da büyük değişkenler olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle internetin interaktif özelliğe kavuşması ile birlikte, kullanıcılarına sunduğu yeni imkanlar karşımıza dijital emek kavramının çıkmasını sebep olmaktadır.

Dijital emek kavramını açıklayanların başında Fuchs gelmektedir. Dijital emeği, enformasyon üretimine odaklanmış tüm sermayenin sömürsü altındaki emek olarak ifade eden Fuchs, iletişim araçlarının üretimindeki ihtiyaç duyulan tüm iş gücünü bu kavrama dahil etmektedir. Çok farklı iş kollarında çalışanları, farklı işleri yapan bireyleri de emek gücünü enformasyon üretmek için kullanan tüm emek gücünü dijital emek kavramı içerisine dahil etmektedir. Fuchs'un, dijital emek kavramının temelini, internetin gelişimiyle birlikte ortaya çıkan sosyal medya araçlarında paylaşım, görüş, yorum ve 'beğenme'ler ile meta ve artı-değer üreten kullanıcıların oluşturduğunu söylemek mümkündür. Bu yaklaşıma göre internet kullanıcısı hem tüketici hem üretici konumundadır. Sadece bununla yetinmeyen yaklaşım, internet için hizmet veren şirketleri de ortaya çıkan sonuçları, bu üretilen görüşleri, bilgileri ve "beğenileri" reklam şirketlerine 'kullanıcı metası' olarak satarak kar elde etmektedir. Böylelikle internet kullanan tüm bireyler hem üretici hem de dijital emek sarfeden birey olarak nitelendirilmektedir.

Fuchs, dijital emeğin oluşum sürecinin temelini akış modelindeki değişikliğe bağlamaktadır. Bu modele göre kullanıcıların karşılığı verilmeyen emekleri, mikrobloglarda, wikilerde, sosyal ağlarda, içerik paylaşım sitelerinde vb. alanlarda oluşturulan içerikler günümüzde internet ekonomisinin kar üretim kaynakları haline geldiğini ifade etmektedir. Bu yaklaşımdan yola çıkarak insanların gönül rızasıyla emek ürettiklerini hatta bu emeğin karşılığı ödenerek ve ödenmeyerek diye ikiye ayrılacağı ifade edilmektedir. Dijital emek kavramı hem işçi sınıfını hem burjuva sınıfı kapsayan internet kullanıcılarından oluşan yeni bir işçi sınıfını tanımlamaktadır. İnternet aracılığıyla üretilen bu emek, platform hizmeti veren şirketler aracılığıyla birhlikte reklam şirketlerine satılması ve bu yolla kar sağlanması üretici tüketicilerin sömürülmesine de olanak sağlamaktadır (Fuchs, 2015).

Tüm bu yaklaşımlar dijital kültürü üreten tüketen açısından ele almaktadır. Ancak dijital kültürün yansıması olarak karşımıza bir de dönüşen ticari yapı çıkmaktadır. Dijital teknolojinin gelişmesine bağlı olarak tüketim alışkanlıklarında da değişimler meydana gelmektedir. Dijital ortamın sağladığı avantaj ile birlikte yeni medya araçlarının birer ticari platforma dönüşmesi söz konusu olmaktadır. Bu ticari platformları elektronik ticaret kavramıyla ifade etmek mümkündür. Elektronik ticaretin tanımını yaparak dijital kültür bakımından ele almak gerekmektedir.

Literatürde elektronik ticareti tanımlayan birden fazla kaynak yer almaktadır. Ayrıca ülke ve kuruluş bazlı tanımlar rastlamak da mümkündür. Bu tanımlardan bir kaç şü şekilde sıralayabiliriz (Canpolat, 2001, s. 13):

Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)'ne göre; “elektronik ticaret, mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımlarının telekomünikasyon ağları üzerinden yapılmasıdır.” İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) tarafından yapılan bir tanıma göre, “elektronik ticaret, genel olarak birey ve organizasyonların metin, ses ve görsel imajları kapsayan dijital verilerin aktarımına dayalı olarak ticari faaliyetleri yerine getirmeleridir.”

Birleşmiş Milletler Yönetim, Ticaret ve Ulaştırma İşlemleri Kolaylaştırma Merkezince (UN-CEFACT) yapılan bir diğer tanımlama ise, “iş, yönetim ve tüketim faaliyetlerinin yürütülmesi için yapılanmış ve yapılmamış işbilgilerinin, üreticiler, tüketiciler ve kamu kurumları ile diğer organizasyonlar arasında elektronik araçlar

(elektronik posta ve mesajlar, elektronik bülten panoları, www teknolojisi, akıllıkartlar, elektronik fon transferi, elektronik veri değişimi vb.) üzerinden paylaşılması”dır.

Avrupa Komisyonu’nun 1997 yılında yapmış olduğu bir tanımlamaya göre, “elektronik ticaret, işletme faaliyetlerinin elektronik olarak yapılmasıdır. Bu faaliyetler metin, ses ve video verilerinin elektronik olarak işlenmesi ve aktarımına dayanmaktadır. Elektronik ticaret bu boyutuyla mal ve hizmet alımı ve ödemelerinin sayısal olarak yapılmasını kapsamaktadır. Bu faaliyetler hem mamulleri (tüketici malları, spesifik ekipmanları) ve hizmetleri (bilgi hizmeti, finansal ve yasal hizmetler) ve hem de geleneksel faaliyetleri (sağlık, bakım ve eğitim) kapsamaktadır.

Japonya Elektronik Ticaret Merkezi’nin (ECOM) 1996 yılında yapmış olduğu bir başka tanım ise, “Elektronik ticaret, her türlü bilgisayar ağları üzerinden, ürünün tasarımı, üretilmesi ve tanıtımın yapılması ile ticari muameleler ve hesapların ödenmesi gibi tüm faaliyetlerin yerine getirilmesidir.”

Yukarıda yer alan tanımların tamamı dijitalleşme ve bunun iletişim teknolojilerine yansması ile gerçekleştirilen uygulamalar sonucu e-ticaretin gelişmesine etken oluşturduğuna vurgu yapmaktadır. Dijital kültürün genel halk kitlesi üzerinde yarattığı etki sonucu yeni alışkanlıkların kazanılması söz konusu olmaktadır. İnternetin teknolojisinin gelişmesi sonucu sosyal medya ortamlarının geliştirilmesi ve kullanımının yaygınlaşması ticari yapı üzerinde büyük değişimlere olanak sağlamaktadır. Özellikle dijital teknolojilerin imkanları sonucu ortaya çıkan küreselleşme kavramı ticari hayatta yeni şekillenmelere imkan sağlayarak yeni bir tüketim biçimlerini de şekillendirmektedir.

Dijital kültürün bir parçası olan internet teknolojisinin etkisiyle biçimlenen bir diğer teknoloji ise iletişim teknolojileridir. İletişim teknolojilerinin gelişmesi e-ticaretin uygulanabilmesi açısından büyük bir önem arz etmektedir. Küreselleşmenin ortaya çıkması da yine iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle doğrudan ilintilidir. McLuhan, “Küresel Köy” kavramı ile iletişim teknolojilerinin dünyada hızla yaygınlaşmasının dünyayı bir köye dönüşeceğini ifade etmektedir. Geleneksel medyadan yeni medyaya geçişle birlikte küreselleşme kavramının ön plana çıktığını

ifade etmek mümkün hale gelir. Bireyselleşmenin yerini birlikte harekete bıraktığını ifade edebildiğimiz dijital kültür ile birlikte geleneksel toplum yapısında da büyük değişimler oluşmaktadır. Örneğin e-mailler, web sayfaları, sosyal medya platformları, bireyler arası etkileşimi de arttırmaktadır. Böylelikle küreselleşme ticarete de daha etkin bir rol oynamaktadır. Hem üreticiler hem de tüketiciler için e-ticaret önemli bir gelişme olarak karşımıza çıkmaktadır.

E ticaret denildiğinde yalnızca interneti düşünmek yeterli olmayacaktır. İnternet teknolojisinin yanı sıra tüm dijital ortamlar, telefon, televizyon, elektronik ödeme sistemleri, gsm operatörleri gibi bir çok araç elektronik ticaret için hizmet vermektedir. Örneğin telefon ile ürün siparişi verilmekte, sipariş onayı alınmakta ayrıca ödemeyi kredi kartı ile almak gibi imkanlar sunulmaktadır. Çok uluslu işletmelerin telekonferans yapma imkanı da yine telefon sayesinde mümkün olmaktadır. Televizyon sayesinde satış yapma imkanına da sahip olan işletmeler, yine bu siparişlerini telefon aracılığıyla almaktadır. E ticaret için önemli bir aşama ise elektronik ödeme ve para transferleridir. Bu teknoloji sayesinde e ticaret oldukça yaygın kullanıma imkan sağlanmaktadır. Buraya kadar saydığımız tüm e ticaret uygulamaları elbetteki yerini internet teknolojisine bırakmıştır (Canpolat, 2001, s. 19). Dijital emek ve dijital kültür açısından e-ticareti ele aldığımızda karşımıza iki farklı yön çıkmaktadır. Birinci aşamada internet kullanıcısı tüketici konumunda müşteri olarak karşımıza çıkarken ikinci aşamada ise üretici hatta satıcı konumundadır. Gerek kurumsal işletmeler gerekse internet kullanıcıları için önemli bir ticaret alanı haline gelen internet, yalnızca büyük işletmelere değil ev hanımlarına, öğrencilere, çeşitli becerileri olan tüm kullanıcılarına ticari hareket imkanı tanımaktadır. Bu sayede dijital emek kavramı uygulama alanında karşılığını bulmaktadır.

Tüketici açısından e-ticaret: elektronik ticaret aracılığıyla coğrafi sınırlar ortadan kalkmakta, kullanıcılar daha fazla bilgiye ulaşmakta, zaman ve maliyet açısından tasarruf edilmektedir. Mal ve hizmetin kısa sürede ellerine ulaşmalarına da imkan veren e ticaret, tüketicisine özgür hareket etme imkanı da tanımaktadır (Enginkaya, 2006, s. 10-16). İstenilen ürünü incelemek, karşılaştırma yapabilmek, kullanıcı yorumlarına ulaşabilmek gibi imkanlar da sunulmaktadır.

Üretici- İşletme açısından e ticaret: özellikle küçük işletmeler açısından büyük fırsatlar yaratma olanağı sağlamaktadır. Hem etkin bir pazarlama mecrası hem de sınırsız bir reklam mecrası olarak internet ticaret açısından şirketlere ürün ve hizmetlerini daha rahat satmalarını sağlayacak fırsatlar sunmaktadır. Özellikle aracılara ihtiyaç duymadan direkt satış imkanı sunan e ticaret ile müşterilerin de ürün tasarımı ve satış süreçlerine katkı sağlaması açısından önem arz etmektedir.

3.1.2. Kamusal Alan Dönüşümü ve Sosyal Ağlar

Kamusal alan kavramını tanımlayan ve farklı açıdan bakan bir çok araştırmacı yer almaktadır. Öncelikle kamusal alan kavramını ortaya çıkışı ve tanımlandırılması sürecini ele alarak konuyu aydınlatmak gerekmektedir.

Habermas, kamusal alan kavramını şöyle ifade etmektedir: “Kamusal alan kavramıyla, herşeyden önce, toplumsal yaşantımız içinde, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alanı kastederiz. Bu alana tüm yurttaşların erişmesi garanti altına alınmıştır. Özel bireylerin kamusal bir gövde oluşturarak toplandıkları her konuşma durumunda, kamusal alanın bir parçası varlık kazanmış olur” (Habermas J. , 2015, s. 95). Kejanlıoğlu ise “kamuoyu” kavramını esas alarak bir kamusal alan tanımı yapmaktadır. Bu kamusal alan tanımı: “Kamuoyu, bağımsız ve eşit bireylerin katıldığı, kimsenin dışlanmadığı, rasyonel-eleştirel bir tartışma ortamında gelişir; söyleme dayanan ve sonunda uzlaşma (consensus) varılan bir süreç” olarak ifade edilmektedir (Kejanlıoğlu, 2015, s. 837).

Eric Dacheux Kamusal Alan adlı çalışmasında üç farklı araştırmacıyı esas alarak kapsamlı bir kamusal alan tanımı vermektedir. Habermas, Arndt ve Sennett’in çalışmalarından yola çıkarak kamusal alanı şu şekilde ifade etmektedir (Dacheux, 2012, s. 21).

- Politikanın meşrulaştırma yeridir ve yurttaşlar tartışabilmek, fikir sahibi olabilmek ve politik kararlar verebilmek için gerekli bilgiyi kamusal alan aracılığıyla edinmektedir. Bu kamusal alan aracılığıyla bireyler kendilerini kanunlarla maruz kalan bireyler olarak görmekten uzaklaşıp aynı zamanda kanun yapıcı işlevine sahip olarak görme imkanına erişmektedirler.

- Politik cemaatin temeli olarak kamusal alan, farklı etnik dinsel cemaatlere ait olan bireyler ortak politik bir topluluk oluşturmak amacıyla kendi aralarında ilişki kurmaya imkan veren simgesel bir alandır.
- Politikanın görünürlük kazandığı bir sahne olarak kamusal alan, politik aktörlerin sahne aldıkları ve kamusal sorunların görünür ve algılanabilir hale geldiği yer olarak ifade edilmektedir.

Yukarıda kamusal alan kavramına üç farklı bakış açısıyla ele alınmasına karşın bu tanımlar genel olarak siyasal süreç içerisinde kamusal alanın işlevini ortaya koyacak boyutta kamusal alanın tanımlanması olarak ifade edilmektedir. Tüm bu tanımlardan yola çıkarak Özbek'in Kamusal Alanın Sınırları adlı eserinde, kamusal alanı politikanın kabı olduğu yada mücadelelerin şiddet dışı yollarla sonuçlandırıldığı yer olarak ifade etmektedir (Özbek, 2015, s. 87). Bu tanım kamusal alanı siyasal süreç içerisinde değerlendirmek açısından önemlidir.

Miriam Hansen, Almandada *Öffentlichkeit* teriminin İngilizcedeki karşılığı olan *public sphere*'i aşan bir anlam çeşitliliğine sahip olduğunu; onun gibi mekânsal bir kavram olduğunu, yani anlamların geliştirildiği, dağıtıldığı ve üzerinde tartışarak anlaşmaya varıldığı toplumsal alan ya da arenalara ve aynı zamanda bu süreç tarafından ve bu süreç içinde oluşturulan kolektif gövdeye, 'kamu' ya işaret ettiğini ancak; *Öffentlichkeit*'in bunlara ek olarak aynı zamanda tasavvur edilen bir muhteva ve kriter anlamına geldiğini, bu kriterin de açıklık olduğunu belirtir (Hansen, 2015, s. 141). Negt ve Kluge'nin kamusal alanı da mekânın çizgisel bir zaman anlayışı bağlamında algılandığı günümüzde tecrübe kavramı üzerinden mekâna ve bir süreç olarak zamana vurgu yapmakla farklı bir açılım sağlama potansiyeline sahiptir. Tecrübe anlamına gelen *Erfahrung* sözcüğü, sürmek, yolculuk etmek, hareketlilik, seyahat etmek, etrafta dolanmak ya da seyr-ü sefer etmek manasını taşıyan *fahren*'dan türemiştir. Böylece *Erfahrung* hem zamana ilişkin bir boyut, yani süre, alışkanlık, tekrar ve dönüş iması taşıyor; hem de tecrübe eden öznenin bir derece risk aldığını ima ediyor (Hansen, 2015, s. 150). Kavram bir yandan, tecrübe sahibi olma ve düşünümsellik, ilişkiler ve bağlantılar görebilme, gerçeklik ve fanteziyi el çabukluğuyla birbirine geçirebilme, geçmişi hatırlama ve başka bir geleceği tahayyül edebilme yeteneklerine dayanıyor; öte yandan tam da bu yeteneklerin, endüstrileşme, kentleşme ve modern tüketim kültürünün saldırısı altında tarihsel olarak parçalanmasına ve dönüşümüne işaret ediyor (Hansen, 2015, s. 150). Negt ve Kluge

için kamusal alan farklı türde kamusalılıkların bir karışımıdır; çoklu, çeşitli ve eşitsiz katılımcılar arasındaki söylemsel çekişmenin alanıdır; bu farklılık nedeniyle de potansiyel olarak öngörülemez bir süreçtir ve soyut evrensellik idealleri yerine maddi yapılarda temellenen farklı, çeşitli kamular arasındaki tercümeyle mümkün kılan kapsayıcı bir boyut içeren bir kategoridir (Hansen, 2015, s. 163).

Kamusal alanı açıklama açısından kamu kavramını irdelemek gerekmektedir. Habermas açısından kamu kavramını ele aldığımızda karşımıza, Yunan Şehir devletleri çıkmaktadır. Yunan Şehir devletlerinde, özgür vatandaşların ortak kullandığı (koine) polis'in alanı, tek tek şahıslara ait olan (idia) oikos'un alanından kesin olarak ayrılmıştır. Kamusal alan "bios politikos", pazar meydanında, Agora'da meydana gelir, fakat mekansal olarak bağlanmış değildir. Kamu, mahkeme ve meclis görüşmeleri biçimine de bürünebilen müzakerelerde oluşabileceği gibi, savaşta veya savaş oyunlarındaki gibi ortak eylemlerden de oluşabilmektedir. Antik Yunan'ın eşit yurttaşları, insana dair olan konuşmaları kamunun açıklığında yapmaktadır. Kamusal alan ortak çıkarın ve gerçeğin konuşularak elde edildiği bir alan olarak ifade edilmektedir. Kamusal alan özgürlüklerin alanı olarak ifade edilmektedir ve insanın doğasından gelen zorunluluklardan sıyrılarak bu alanda katılım sağlamaktadır. Özel alan ise gerçek anlamda evle ilgili olmakla birlikte, yaşamın yeniden üretimi için gerekli unsurlar burada meydana gelmektedir (Habermas, 2010, s. 60-66). Özel ve kamusal alanı biraz daha irdelemek gerekmektedir.

Özel ve kamusal alan kavramları ile bir çok farklı anlamın ifade edildiği söylenebilmektedir. Örneğin, devletle ilgili, herkesçe erişilebilir, herkesi ilgilendiren ve ortak iyi ve paylaşılan çıkarlarla ilgili anlamlara ulaşmak mümkündür. Bu anlamların her biri kendi karşıtı olan özel kavramına denk düşmektedir. Özel kavramının içerdiği iki farklı daha bulunmaktadır. Bu anlamlar, bir pazar ekonomisinde özel mülkiyetle ilgili ve cinsel yaşam da dahil olmak üzere mahrem ev içi veya kişisel yaşamla ilgili olarak ifade edilmektedir (Fraser, 2015 , s. 123). Buradan hareketle kamusal alanın herkese açık, alenilik özelliklerine sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Siyasal işlevi bakımından kamusal alanı değerlendirdiğimizde 18. yüzyıl'da İngiltere'de ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Devlet kararlarında söz sahibi olmak ve kararları etkilemek isteyen güçler taleplerini bu forum önünde meşrulaştırmak için akıl yürüten kamusal topluluğa yönelmişlerdir. Böylelikle zümre

meclisi modern bir parlamentoya dönüşmüştür. Zamanla gelişen parlamenterlaşma, siyasal işlevi olan kamunun bir devlet organı olarak yerleşmesine sebep olmuştur. Siyasal kamu alanı Habermas'a göre iki ayrı süreci oluşturmaktadır. Bunlardan birincisi meşru iktidarın iletişimsel yoldan meydana getirilmesi, diğeri ise medyanın iktidarının sisteme kitlesel sadakat, rağbet ve itaat üretmek için manipülatif kullanımınıdır (Varol, 2010, s. 125).

Günümüzde kamusal alan yaklaşımına baktığımızda ise, farklı yaklaşımlar ve bunların üzerine yapılan araştırmalar yer almaktadır. Dacheux, bu araştırmaları kuramsal yaklaşımlar ve ampirik yaklaşımlar olmak üzere iki başlık altında açıklamaktadır. Kuramsal yaklaşımlar, kamusal alan kavramını gövdesel olarak ele almaktadır. Bu kategoride Habermas, Arendt veya Sennett tarafından savunulan dünyasal yada bir Avrupa kamusal alanının varlığının olabilirliği üzerine sorgulamalardan, demokratik kamusal alanın (medyatik yada kurumsal) işlevsizliği yada sanal bir kamusal alanın varlığının teorik olanaklılığı hakkındaki kuşkulara kadar pek çok sorgulama yer almaktadır. Ampirik yaklaşımlar ise saha araştırmalarıdır. Kuramsal yapı olayların gerçekliğiyle içiçedir. Kamusal alanda kollektif hareketlilikler üzerine incelemeler farklı medya organlarındaki kamusal tartışmaların analizi, katılımcı demokrasi düzenlemelerinin gözlemlenmesi gibi çalışmalar da bulunacaktır (Dacheux, 2012, s. 23). Kamusal alanın iki açıdan ele alınması kamusal alanın dönüşümünü ve günümüz medya teknolojileri ile yeniden anlamlaştırılmasını anlatmak açısından önem arz etmektedir. Özellikle medyatik kamusal alan kavramı bu açıdan ayrıntılı olarak ele alınması gerekli bir konudur.

Sembolik ilişkilerin ön plana çıktığı medyatize olmuş kamusal alan kavramında, bireyin değerinin güçlü bir şekilde vurgulandığı, toplumsal ilişkiler ve içinde bu ilişkilerin yaşandığı kentleşmiş açık bir topluma vurgu yapmaktadır. Hem çalışma planı, hem eğitim hem de boş zaman ve tüketim kitle örgütlenmesinin izleri yansıtılmaktadır. Kişiden ziyade bireyin özgürleşmesi, kimliği ve kendini daha rahat ifade etmesini sağlayan bu kamusal alan yaklaşımı, kültürel, politik ve ekonomik plan üzerine kurulu bir toplumu önermektedir. Kimi zaman güncel toplumların yönetildiği bir simgesel alan olarak karşımıza medyatik kamusal alan çıkmaktadır. Medyanın enformasyon ve iletişim açısından ciddi roller üstlendiği, sadece enformasyon yaymak değil enformasyonun kendisini de üretmesi bakımından politik öneme de sahip olmaktadır (Wolton, 2012, s. 30). Medyanın kamusal alandaki işlevi

oldukça önemli bir hal alarak günümüz koşullarında yeni teknolojik gelişmeler ile birlikte daha da etkin bir rol oynamaktadır. Özellikle yeni iletişim teknolojileri ile ortaya çıkan sosyal ağlar kamusal alan dönüşümü açısından ele alınması gereken bir diğer yaklaşımdır.

Kamusal alan kapsamında ele alınması gereken bir diğer kavram ise internetin gelişmesi ile birlikte ortaya çıkan ağ toplumunun bir sonucu olarak kabul edebileceğimiz sosyal ağlardır.

Castells 'Ağ Toplumu' olarak adlandırdığı toplum, "bireyler artık küresel ve yerel olarak örülmüş, birbiriyle bağlantılı/bağlı ağ toplumu içinde yaşamaktadır". Castells, toplumlarımız giderek "Ağ" ile "benlik" arasındaki çift kutuplu bir karşıtlık etrafında yapılanmaktadır diyerek, bu yeni toplumsal yapının, tarihsel olarak 20. yüzyılın sonlarına doğru kapitalist üretim biçiminin yeniden yapılanmasıyla şekillenmiş yeni bir kalkınma biçiminin, enformasyonelizmin ortaya çıkışıyla ilgili olduğunu ifade etmektedir. Toplumların tarihsel olarak belirlenmiş üretim, deneyim ve iktidar ilişkileriyle yapılanmış insani süreçler çerçevesinde örgütlendiğini söyleyen Castells, ağ toplumunun en belirgin karakteristik özelliklerinin zaman ve mekân kavramlarında ortaya çıktığını vurgulamaktadır. Ona göre ağ toplumunun "zamansız zaman ve akışlar uzamı" vardır (Castells, 2013 , s. 620).

Dijk, ağ toplumunu, sosyal medya ağlarından oluşan bir altyapının toplumun her seviyesindeki örgütlenme tarzını belirlediği modern bir toplum türü olarak ifade etmektedir. Bu ağlar gün geçtikçe etkisini arttırmaktadır. Bu etkinin sonucu olarak da toplumun her bir birimini veya parçasını birbirine bağlama işlevi üstlenmektedir. Batı toplumlarında, bireyler ağlar tarafından birbirine bağlanması temel birim iken, Doğu toplumlarında ise temel birim ağlar tarafından birbirine bağlanmış gruplardan oluşmaktadır (Dijk, 2016, s. 42). Ağda yer almak ya da yer almamak, her ağın diğerleri karşısında sahip oldukları dinamikler, toplumda baskın olmanın ve değişimin temelinde yatan etkenlerdir. Enformasyon Çağı'nda baskın olan işlevler, süreçler ağ etrafında oluşmaktadır. Ağlar toplumların sosyal yapısını oluşturmaktadır. Bu nedenden dolayı ağ oluşturmak fikrinin yaygınlaşması üretim, deneyim, iktidar ve kültür süreçlerinin işleyişi, sonuçları önemli ölçüde değiştirmektedir (Castells, 2013 , s. 621). Toplum yapısını derinlemesine etkilemesi bakımından ağa dayalı bir toplum yapısından söz etmek mümkün olmaktadır.

Küreselleşme, merkezden uzaklaşmak ve dinamik yapıda olmak ağ toplumu ile ilintili özelliklerdir. Bu toplum yapısı ise kamusal açıdan önemli bir yapıdır.

Günümüzde kamusal, kaynakların aşırı yoğunlaşmasıyla biçimlendirilen ve ulus devlet sınırlarının ötesine uzanan sembolik bir ortamda yeniden irdelenmelidir. Siyaset hakkındaki düşüncelerin bir tarafında kamusal yaşamın nasıl olması gerektiğine dair bir takım yapılanmaların var olduğu yapıyı oluşturmaktadır. Klasik Yunan şehir devletlerindeki toplantılarda bireyler ortak zamansal mekânsal bağlamda, ortak meseleleri tartışmak üzere bir araya gelmeleri ile oluşturulan bir model olarak karşımıza kamusal alan çıkmaktadır. Bu ortak bir arada bulunmayla ilgili geleneksel modelin yirminci yüzyılın sonlarındaki sosyal ve siyasal koşullara yeterince uyup uymadığı ciddi bir şekilde sorgulanmaktadır. Burada sorun yalnızca modern toplumların, insanların yaşamlarını etkileyecek siyasal kararların büyük kısmına katıldıkları geleneksel modeli oldukça işlevsiz kılacak boyutta gelişmeleri değildir. Bunun da ötesinde iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve medyanın da bundan etkilenmesi ile birlikte geleneksel kamusal yaşam kavramından oldukça farklı olan yeni bir kamusal yaratmıştır. Dolayimli kamusalın bu yeni türü, bireylerin ortak meseleleri tartışmak üzere ortak bir mekanda bir araya gelmelerini içermez. Bu kamusal açıklık ve görünürlüğe, erişebilir ve görünebilir kılmaya dari bir kamusallıktır. Görünürlülük açısından artık ortak bir mekan paylaşımına ihtiyaç duyulmamaktadır (Thompson, 2008, s. 356-357).

Dijk kamusal alanın yeniden oluşturulmasını ifade ederken kamusal mekan kavramını kullanmaktadır. Sosyal medyanın şekillendirdiği modern kamusal mekan kavramını da üç aşama ile ifade etmektedir (Dijk, 2016, s. 265-266).

1. Belirli bir yer veya yöreyle kamusal mekanın bağı: Belirli bir topluluk veya ulusun üyeleri diğerleriyle tanışma ve bütünlük kurmak için belirli bir bölgeye bağlı değildir. Kamusal mekanlar artık sokak, pazar, kahve veya barlarla sınırlı değildir. Artık sayısız hem çevrimiçi hem de çevirimdışı kamusal mekan bulunmaktadır. İnsanlar basın yayın gibi eski medyayı, telefon ve uydu yayıncılığını ve internet gibi yeni iletişim araçlarını kendi kamusal mekanlarını yeniden inşa etmek ve hayali topluluklar veya sanal topluluklar için kullanabilmektedir.

2. Kamusal mekanın varsayılan üniter karakteri: İkinci olarak, çağdaş kamusal mekanlarda insanları birbirine bağlayan sabitlenmiş genel durumlar, görüşler, alışkanlıklar ve diğer sosyal, kültürel ve siyasi özellikler değildir. Özellikle çok kültürlü toplumlarda giderek artan üst üste binen benzerlikler ve farklılıklardan oluşan aşırı çeşitlenmiş ve değişen bir yapı mevcuttur. Bölünmez ulus veya kitle toplumunun ortak paydası birkaç kanalı ulusal yayıncılık döneminden kalma bir fikirdir. Her ne kadar gerçeklikle ilişkisi hiçbir zaman sağlam olmasa da entellektüel siyasi ve medya seçkinlerinin zihinlerinde yer tutmaktadır
3. Nispeten keskin özel kamu ayrımı: Son olarak da modern toplumlarda her bir kamusal alanın hayali sınırları önceki bölümlerde pek çok sefer gösterildiği gibi artık silikleşmektedir. Halkı ilgilendiren haber ilgili ülkelerdeki evlerdeki televizyonlarda izlenerek, radyoda dinlenerek ve internette gezilerek artık özel hale gelmiştir. Özel hayat ise talk şovlar ve realite TV'deki içini dökmeler ve yakarışlar, TV, facebook veya twitter'da siyasetin kişiselleştirilmesi ile özel meseleler haline gelir. Özellikle internet olmak üzere, yeni medya, kişilerarası ve kitle iletişimi arasında, sosyal medya bölümünde yeni ilişkiler ve iletişim çeşitleri ile özel ve kamusal arasındaki ayrıma ilave bir boyut eklemektedir.

Kamusal mekanın üç koşulunun tamamen kaybolması ve toplumlar için tüm ortak zeminlerin de tamamıyla ortadan kalkması söz konusu olmamaktadır. Klasik tek, birleşik bir kamusal mekan ve bununla ilişkili ayırt edici bir kamuoyu, kamusal mal ve özellikle de özel-kamusal arasındaki farkın önemsiz hale geldiğini söylemek mümkündür. bunun sonucu bir mozaik yapı ortaya çıkmaktadır. Bu mozaik yapı, internet, bağlantılar gibi sayısız imkanları sunmaktadır. Sosyal medyanın gelişmesi ile birlikte farklılaşmış kamusal mekana yeni mekanlar eklenmektedir. Twitter, Facebook, YouTube ve bloglarda hem üst üste binen hem de eski medya ve temelini sokaktan (halk arasından alan) sosyal, siyasi ve kültürel tartışmalar sürdürme imkanı bulunmaktadır. Kamusal mekanlar TV'de ve basında, bloglarda, Twitter gönderimlerinde veya moderatörlü çevrimiçi forumlarda ve halk pazarlarında, teraslarda ve pop festivallerinde varlık göstermektedir. Bunlar hem çevirim içi hem de çevirim dışı olarak birbirine bağlı olarak, kitlesel medyada örneğin gazeteler ve TV programlarında sürekli web sitelerine referansta bulunduğu için yeni ve

geleneksel medya arasında çapraz referans gerçekleştirme imkanı da sunmaktadır. Tüm bunların sonucu olarak günümüzde kamusal mekan zenginleşmektedir (Dijk, 2016, s. 266). Dijk bu ifadesinden yola çıkarak eski ve yeni kamusal mekan olarak ayrımı giderek iki yapıyı aşağıdaki tabloda ifade etmektedir.

Tablo 3-1 Eski Yeni Kamusal Mekan

Eski Kamusal Mekan	Yeni Kamusal Mekan
Bir kamusal mekanın belirli bir kamusal yer ile bağı	Bir yığın çevrimiçi ve dışı mekandan oluşan kamusal mekan
Kamusal Mekanın varsayılan üniter karakteri	Farklı ancak üst üste binen kamusal mekamlardan oluşan bir mozaik
Nispeten keskin bir kamu-özel ayrımı	Kamusal mekandaki bireyselleşme nedeniyle kamu-özel ayrımının muğlaklaşması

Kaynak: Dijk J. V. Ağ Toplumu, 2016, İstanbul, Kafka Yayınları, s. 267

Tüm bu açıklamalardan yola çıkarak Dijk kamusal alanın dönüşümünü yeni medya teknolojilerinin gelişmesi ile ilişkilendirdiğini söylemek mümkündür. Ancak bu dönüşümü farklı biçimde ele alan başka yaklaşımlarda yer almaktadır. Kamusal alanın dönüşümüne eleştirel bakan ya da kamusal alanın yeni medya teknolojileriyle özellikle sosyal medya araçlarının geliştirilmesi ile özel kamu ayrımının git gide yok olduğunu ifade eden yaklaşımlarda mevcuttur.

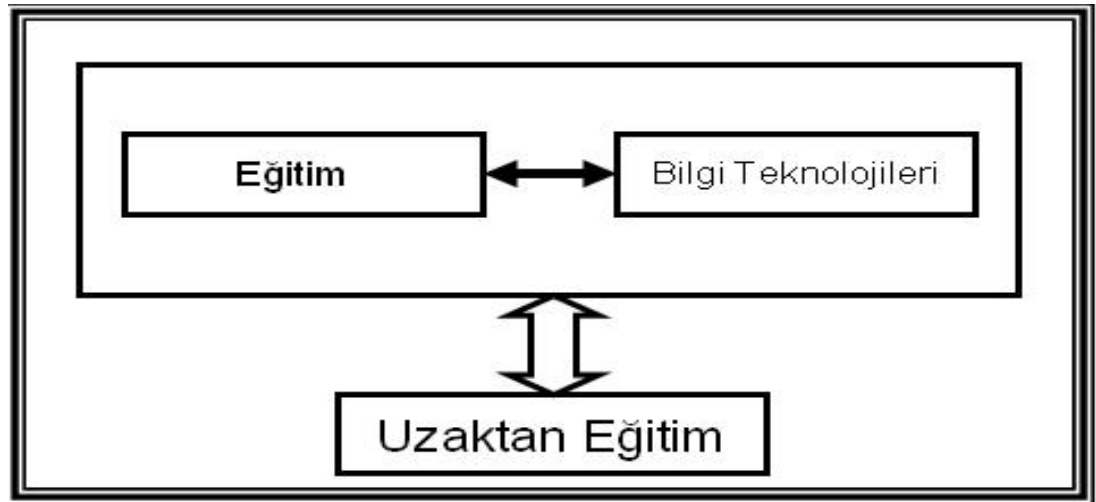
Yeni medyada dönüşen kamusal alana eleştirel bir bakış olarak kamusal alan özel alan kavramlarının iç içe geçmesi bireyin kendi bilgilerini, özelini kamusal mekanda kendi rızasıyla diğerlerine sunmasının yarattığı olumsuzluklar gösterilmektedir. Bu konu geniş daha geniş bir perspektif ile gözetim toplumu ve bireyselliğin yok oluşu başlığı altında ele alınmaktadır.

3.1.3. Eğitim Dönüşümü ve Uzaktan Eğitim

Dijital kültür eğitim hayatını yeniden şekillendirerek yeni bir yaklaşım olarak uzaktan eğitim uygulamalarının geliştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Gelişen iletişim teknolojileri sayesinde eğitim hayatında da büyük değişimler yaşanmakta ve bir çok alanda uzaktan eğitim uygulamalarına geçilmektedir. Uzaktan eğitim uygulamaları hem bireysel olarak hem de kurumsal olarak karşılıklı fırsatlar sunacak bir takım yaklaşımları da içermektedir. Konunun önemini ve günümüz insanların hayatındaki dönüşümü ortaya koyabilmek adına öncelikle uzaktan eğitim çalışmalarının gelişimine değinmek gerekmektedir.

Bilgi çağı olarak adlandırılan 21. yüzyıl'da bilgi teknolojileri hızla gelişmektedir. Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler sunduğu imkanlar doğrultusunda uzaktan eğitim uygulamalarında önemli gelişmeler sağlanmıştır. Böylelikle küresel iletişim ağının gelişmesine önemli katkılar sunulmaktadır. Geçmiş yıllarda toplumlar için ütopya sayılan uzaktan eğitim uygulamaları bilgi teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte günümüzde küresel iletişim ağı üzerinden kolaylıkla uygulanabilir hale gelmiştir. Küresel iletişim ağı, bilimsel araştırmaların, üretkenliğin, kültürel değişimlerin, küresel ticaretin ve küresel eğitimin ana bilgi kaynağıdır. Belirtilen bilgi iletişim ağı, dünyada yaşayan tüm insanlar arasında yazılı, sözlü ve görüntülü iletişim kurmak için küresel bir merkez meydana getirmektedir. Bunun yanı sıra, küresel iletişim ağı eğitimcilere, küresel uzaktan eğitim hizmetini sunma fırsatını da vermektedir (İşman, 2011, s. 2).

Tablo 3-2 Eğitim-Bilgi Teknolojileri –Uzaktan Eğitim



Kaynak: İşman A. 2011. Uzaktan Eğitim, 4. Baskı, Ankara, Pegem Akademi

Hızla gelişen teknoloji sayesinde toplumlar bilgi odaklı bir hale dönüşmektedir. Günümüzde sergilenen eğitim programları, eğitime yapılan yatırımlar ve eğitim politikaları bilgi odaklı bir yaklaşıma üzerine kurgulanmaktadır. Bilgi odaklı gerçekleşen bu gelişmeler sayesinde bugün; bilgi otobanından (information highway), bir maddeyi atomlara ayırarak bir yerden başka bir yere transfer etmekten (teleportasyon), sanal üniversitelerden (virtual university), öğrenme ağlarından (learning networks), sosyal ağlardan, daha bir çok gelişme sağlanmaktadır. Enformasyon teknolojilerindeki gelişmeler ile uydu, fiber optik, televizyon, radyo, bilgisayar, internet teknolojilerindeki tüm bu gelişmeler eğitimin yapısını ve biçimini biçimlendirmekte ve eğitimcileri yeni eğitim programları ve öğrenme-öğretme modelleri geliştirmeye teşvik etmektedir. Uzaktan eğitim uygulamaları da yeni eğitim öğretim uygulamalarının başında gelmektedir. Uzaktan eğitimin ilk uygulaması 18. yüzyılda postalama yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Gelişen bilişim teknolojileri ile beraber uzaktan eğitim daha nitelikli, telekonferans ve internet uygulamaları biçiminde karşımıza çıkmaktadır. Bu sayede farklı ortamlarda ve birbirinden kilometrelerce uzakta olan öğretmen ve öğrenciler, birbirleriyle görüntülü ve sesli olarak etkili iletişim kurabilme imkanına sahip olmaktadır (İşman, 2011, s. 3). İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, bilgi teknolojilerini de etkileyerek eğitim öğretim üzerinde farklı uygulamalara yol açmaktadır. Bu uygulamalar yalnızca uzaktan eğitimle sınırlı kalmamaktadır. Özellikle yeni medya teknolojilerinin gelişiminin sonucu olarak farklı eğitim yöntemleride uygulamaya geçirilmektedir.

Yeni medya teknolojileri, eğitim süreçlerini geliştirebilecek birçok özelliğe sahiptir. Bu nedenden dolayı eğitim alanında avantaj sağlayan bir takım uygulamalar gerçekleştirilmektedir. Yeni Medya destekli eğitimin en temel özelliklerinden biri, öğrenci- öğretmen etkileşimlerini artırarak, dijital araçları kullanıp bir araya getirme imkanı sağlamasıdır. Yeni Medya eğitim ortamlarında internette görüntülü sohbette olduğu gibi, ses ile görüntüyü, yazı ile görüntüyü, sesi yazıyı ve görüntüyü bir araya toplayabilen alternatif bir öğretim ve öğrenim imkanı sunmaktadır. Sosyal medya araçları olarak da isimlendirdiğimiz, web siteleri, sosyal paylaşım siteleri, microbloglar gibi uygulamalarda gerçekleştirilmektedir. Öğrencilerin ve öğretmenlerin sosyal ağlar aracılığıyla eğitim amaçlı bir topluluk oluşturmak, kendi aralarında paylaşımları gerçekleştirmek, iletişim kurmak ve geribildirim almalarını sağlamak gibi işlevler sunmaktadır. Bu sayede öğrenim ve öğretim süreçlerinin

metin, video, ses, gibi materyallerle zenginleştirerek öğrencilerin öğrenme sürecini desteklenmesi ve öğretmenin öğretim ve değerlendirme sürecine destek olması gibi eğitim fırsatları da sunulmaktadır (Toğay, 2013, s. 944-950). Uzaktan eğitim çalışmalarının yanı sıra dijital kültürün yansımaları olarak sosyal ağların eğitim amaçlı kullanımı da günümüzde sıkça görülmektedir. Sosyal ağların kullanımının yaygınlaşması ile birlikte kullanım amaçlarında da çeşitlenmeler görülmektedir. Günümüzde yalnızca sosyalleşmek ve iletişim kurmak amacıyla kullanılmamakta, eğitim öğretim amaçlı yardımcı bir araç olarak da sosyal ağlardan faydalanılmaktadır.

Sosyal medya araçları olarak adlandırılan sosyal paylaşım platformları eğitime katkı sağlayıcı bir çok imkan sunmaktadır. Facebook, Twitter, Youtube, Flickr ve diğer araçlar eğitimde yardımcı bir işleve sahiptir.

Sosyal medya araçlarının eğitim açısından işlevini konu edinen bir çok literatür çalışması yer almaktadır. Facebook, Twitter ve Flickr kullanımının eğitim işlevine katkısını şu şekilde açıklamak mümkündür (Gülbahar, 2010):

- Sosyal medya araçlarından Facebook'un eğitim amaçlı kullanımı, kullanıcılarının oluşturduğu ağlarda farklı izin seviyelerinde özel veya herkese açık yazılarla kullanıcıların birbiri ile bağlanmasını sağlamaktadır. Diğer çevrimiçi sosyal ağ sitelerine (Friendster, MySpace gibi) benzer bir biçimde, kullanıcılar kendilerini çevrimiçi bir profilde tanıtır, arkadaş edinir, diğerlerinin profillerine veya sosyal içeriğe bilgi veya yorum yazma imkanı sunmaktadır. Öğrenciler ve öğretmenler arasında etkileşim ve haberleşme işlevine de sahip olan bu ağ, ödevlerin tartışıldığı, soruların sorulduğu, görüşlerin eleştirildiği, bilgilerin gönderildiği ve görüşlerin desteklendiği bir platform olarak da eğitim aracı olarak kullanılmaktadır. Buna ek olarak, araştırmacı, öğrencilerin okumasını desteklemek için kitap kulüplerinin kurulmasını, kitap tartışmalarının yapılmasını ve okumaların paylaşılması için sosyal ağların kullanımına da rastlamak mümkündür. Facebook ortamını okul temelli kitap alışverişi yapmak, kulüpler, grup ödevleri, uygulamalar için de kullanım imkanı sunmaktadır. Öğrenciler diğer öğretmenleri kendilerine arkadaş olarak ekleyebilir, çalışma konularına ait gruplar oluşturarak veri toplayabilir ve tartışma başlatabilirler.

- Mikroblog aracı olan Twitter çevrimiçi öğrenme süreçlerinde ve geleneksel çevrimiçi sınıf ortamlarında mobil teknolojiler ile kullanılabilir. Twitter ortamında eğitim süreçlerinde, ders içeriği veya tarihleri ile ilgili değişikliği bildirme, bir makalenin veya bölümün özetini paylaşma, web adreslerini yayınlama, belirlenen bir kişiyi takip ederek olayları izleme ve rapor hazırlama, tarihten ünlü bir kişinin belirlenip onun adına bir hesap açılıp bu hesabın yönetilmesi, tüm takip edenlerin tartışmalarını tutma, hikâye oluşturma gibi farklı işbirlikli etkinlikleri düzenleme, dil öğrenimi ve çeviri becerilerini geliştirme, diğer sosyal ağlar ile bağlantı kurma ve son olarak öğrencilerin takipçilerini genişleterek onlarla periyodik tartışmalar gerçekleştirme amacıyla bilgi paylaşımında kullanılabilir
- Flickr içerisindeki gruplar yardımı ile Flickr uygulaması yaratıcı bir biçimde öğrenme aracı olarak etkili bir şekilde kullanılabilir. Eğitim ortamlarında Flickr öğrenciler ve öğretmenler için çeşitli biçimde kullanılabilir. Flickr kullanıcıları uçsuz bucaksız bir şekilde büyüyen fotoğraf arşivinde arama yapabilir, etiketleri veya anahtar kelimeleri kullanabilir. Flickr dijital okuryazarlık, görsel sanatlar ve dil becerileri gibi birçok becerinin kazandırılmasında yardımcı olmaktadır. Sanal müze turunun oluşturulması, kelimelerin öğretilmesi, dijital fotoğraf makinasının kullanımının öğretilmesi, dijital öykü oluşturma ve boyamalar ile ilgili beyin fırtınasının yapılması, örnek sınıf içi veya dışı etkinliklerden bazılarıdır.

Tüm bunlara ek olarak dijital platformların farklı uygulamalarına da rastlamak mümkündür. Online ders imkanı sunması, derslerin cd yada taşınabilir bellekler ile öğrencilere iletilmesi, okullarda sunum yapma amaçlı bilgisayar ve projeksiyon cihazlarının kullanılması, akıllı tahta kullanımı gibi bir çok dijital teknolojiye rastlamak mümkündür. Yabancı dil öğrenimi amacıyla da uzaktan eğitim materyallerinin temini öğrencilere yer ve zaman kısıtlaması olmaksızın eğitim imkanı verirken öğretmenler için de serbest çalışma imkanı sunmaktadır. Günümüz toplum karmaşası içerisinde zaman imkanı kısıtlı bireyler için de faydalı gelişmeler sunan dijital yaşam sıklıkça başvurulan yöntemleri bireyin hayatına sunmaktadır.

3.1.4. Gözetim Toplumu ve Bireyselliğin Yok Oluşu

Gözetim insanların başkalarının ne yaptıklarını denetlemek, kaydettikleri ilerlemeleri izlemek, örgütlemek veya korumak için diğerlerine bakmak ihtiyacından doğmaktadır. Devlet sisteminin oluşturulması ile birlikte, hükümetlerin doğum, ölüm, evlilikleri kaydetmeleri gözetimin boyutunda değişiklikler oluşturmakta ve yaygın hale getirmektedir. Bürokratik aygıtlar, çeşitli topluluk ve grupların izini sürerken gözetimin ne olduğu da ortaya çıkmaktadır. Gözetim sadece bürokratik süreçle ilişkili değildir aynı zamanda var olan sosyal düzene uygun olup olunmadığı ile de ilişkili bir sosyal denetim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Gözetim sistemi bireylerin ödeme yapıp yapmadığı, suçun, terörün ve uyuşturucu kaçakçılığının denetlenmesi, tüketici ürünlerinden, haberdar edildiğimiz, sağlık konularında uyarılabileceğimizin, seçimlerde oy kullanılabilceğinin, alışveriş yapmak için kart kullanabileceğimizin garantilenmesi anlamına da gelmektedir (Canpolat, 2005, s. 130).

Karl Marx sosyal teoride, gözetim konusuna, dikkat çekmektedir. Marx'a göre gözetim, emek ve sermayenin arasındaki mücadelenin bir unsurudur. Köleliğin ortadan kalkması ve kapitalizmin gelişimine paralel olarak, emeğin eski yöntemlerle çalıştırılması imkansızlaşmıştır. Biçimsel olarak özgür hale gelmiş olan işçilerin düşük maliyetle en yüksek üretimi sağlayacak şekilde çalıştırılabilmeleri için, kapitalist yöneticiler kendilerini işçileri denetlemek zorunda hissetmişlerdir. Bu sebeple işçileri gözetlemek/izlemek ve disiplin altına alınmış bir güç olarak boyun eğmelerini sağlamak için, günümüzde "yönetim" olarak bildiğimiz şey gelişmiştir. İşçileri fabrikalarda ve atölyelerde bir araya getirme fikri sık sık, teknik verimliliği azamiye çıkarmanın, makinaların tam kullanımını sağlamanın bir yolu olarak görülmüştür. Marx'a göre fabrikaların kullanımı, işçilerin faaliyetlerinin gözetimi yoluyla, emeğin disiplininin sağlanması, en az ötekiler kadar önem arz etmektedir (Lyon, 1997, s. 43). Marx'a göre gözetim, kapitalist sosyal ilişkilerin alanını genişletmektedir. M.Weber'de bürokrasinin verimlilik arayışının bir yolu olarak, dosyalarda veri saklama yönteminin bir parçası olarak gözetimi ele almaktadır. Devlet yöneticileri, bu dosyalar ile kişilerin kişisel bilgilerini kontrol altında tutabilmekte ve fişleme yapabilmektedir (Canpolat, 2001, s. 131).

Foucault'un gözetime bakış açısı ise, "modern toplumlar, toplumu düzene sokmanın kamu önünde kanlı cezalar vermek gibi geleneksel yöntemleri, etkili biçimde gereksiz kılacak rasyonel bir aracını geliştirmişlerdir. Dış denetim ve kısıtlamalara güvenmektense, modern sosyal kurumlar, hayatın düzenlenmiş ve belirlenmiş, bir yolda sürmesini garanti eden bir dizi disipline edici uygulama kullanılır; askeri talimlerden okul formalarına, sosyal yardım dosyalarından fabrika işçisinin yakından izlenen işine kadar, modern sosyal disiplinin süreçleri gayet göze batacak şekilde betimlenir" (Canpolat, 2005). Toplumda her birey kontrol altında tutulmakta ve belirli bir disiplin içerisinde yaşamayı sağlamaktadır. Bu durumda gözetimi bir denetleyici araç olarak kullanan devlet, okullardan sağlık merkezlerine, tüm yaşam alanlarına kadar bir çok alanda bireyleri denetlemenin ötesinde bir mekanizma içerisinde yaşamayı sağlamaktadır. Attıkları adımları kontrol etmenin ötesinde adımların nasıl atacağını belirleyen bir sistem yapısı oluşturmaktadır. Gözetim bireylerin her anında karşı karşıya kaldıkları bir yapı haline gelmektedir.

Gilles Deleuze, gözetimin bir ağacın köklenip büyümesi yerine, sarmaşık gibi sürünerek yayıldığı toplumlar için "kontrol toplumu" terimini kullanmaktadır. Haggerty ve Ericson'un "gözetleyici kümelenmeler" yaklaşımı ise beden verisi olarak adlandırılan akışı yakalayarak hareketli ve akışkan "veri kopyaları"na dönüşmektedir. William Staples ise gözetimi "modern yaşamın bir zamanlar sorgulanması bile akla gelmeyen anlamlarının, sembollerinin ve kurumlarının gözlemlerimizin önünde çözülmesinden dolayı, temel özelliği parçalanma ve belirsizlik olan" kültürlerde meydana geldiğini ileri sürmektedir (Bauman&Lyon, 2013, s. 12).

Gözetim toplumu açısından ele alınması gereken bir diğer başlık ise panoptikon olarak karışımıza çıkmaktadır. Panoptikon mimari bir fikir olarak ortaya çıkan ancak gözetim toplumu açısından farklı anlamlar yüklenen bir yapı olarak ele alınmaktadır.

1971 yılında Jeremy Bentham tarafından oluşturulan bir hapisane planı olan panoptikon Foucault tarafından yorumlanmaktadır. 18. yüzyıl sonlarında toplum herkesin yerinin belli olduğu, gece ve gündüz gözetlenmenin yapıldığı bir sistem ile oluşturulan iktidar anlayışının hakim olduğu yapı haline dönüşmektedir. Burada gözetleme, normalleştirme ve sınama durumlarının var olduğu üçlü bir iktidar denetiminden söz edilmektedir. Gözetlemenin en iyi örneği olarak da panoptikon

gösterilmektedir. Bentham'ın panoptikonu halka biçiminde bir binadır ve ortasında avlu ve avlunun ortasında da bir kule yer almaktadır. Halka hem içeriği hem de dışarıya bakan hücrelere bölünmüştür. Bu küçük hücrelerin her birinde, hedefe uygun olarak ya yazı yazmayı öğrenen bir çocuk ya çalışan bir işçi ya da ıslah edilen bir mahkum ya da deliliğini yaşayan bir deli yer almaktadır. Bentham'a göre panoptikon bir hapisane modeli olmaktan ziyade pek çok işlevi taşıyan bir plandır. Bu yöntemle ıslah edilemeyenler cezalandırılabilir, deliler gözetlenebilir, kötüler ıslah edilebilir, şüpheliler kapatılabilir, tembeller çalıştırılabilir, muhtaçların bakımı ve hastaların tedavisi yapılabilirdi (Canpolat, 2005, s. 133).

Resim 3-1 Panoptikon

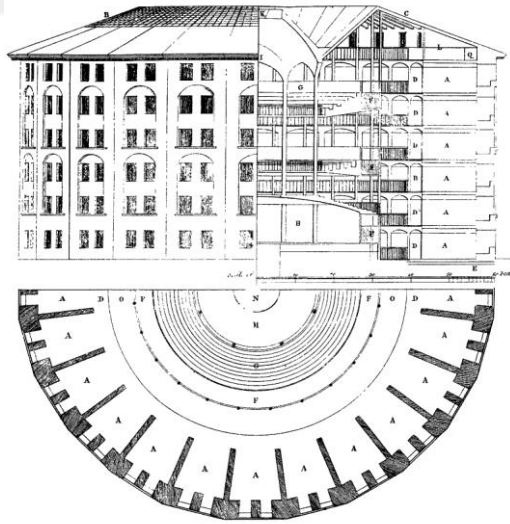


Kaynak: Kuloğlu.G., Hayatımızda ki Görünmez Çatı: Panoptikon, <https://gkuloglu.wordpress.com/2012/09/30/hayatimizda-ki-gorunmez-cati-panoptikon/>, 20.12.2016

Burada merkezi kulede tek bir gözetmen ve her bir hücreye tek bir deli, bir hasta, bir mahkum, bir işçi, veya bir ilk okul çocuğu kapatmak yeterlidir. Geriden gelen ışık sayesinde, çevre binaların içindeki küçük silüetleri olduğu gibi kavramak mümkündür. Burada her oyuncu tek başındır, tamamen bireyselleşmiştir ve sürekli olarak görülebilir durumdadır. Görülmeden gözetlemeye olanak veren düzenleme, sürekli görmeye ve hemen tanımaya olanak veren mekansal birimler oluşturmaktadır. Sonuç olarak, hücre ilkesi tersine döndürülmekte veya daha doğrusu onun üç işlevi,

kapatmak, ışıktan yoksun bırakmak ve saklamak ters yüz edilmektedir. Bunlardan yalnızca birincisi korunmakta ve diğer ikisi kaldırılmaktadır. Tam ışık altında olma ve bir gözetmenin bakışı, aslında koruyucu olan karanlıktan daha fazla yakalayıcıdır. Foucault'ya göre görünürlük bir tuzaktır. Panoptikon'da mahkum, görülmekte ama görememektedir. Bir bilginin nesnesidirler ancak bir iletişimin öznesi olamamaktadır. Tutuklu kişide iktidarın işleyişini sağlayan bilinçli ve sürekli bir görünülebilirlik hali yaratarak Panoptikon'un işlevi yerine getirilmektedir. Panoptikon, çok farklı arzulardan hareketle, türdeş iktidar etkileri imal eden, harika bir makinedir. Öylesine ki, mahkumu iyi davranmaya, deliyi sakin olmaya, işçiyi çalışmaya, okul çocuğunu özenli olmaya, hastayı tedaviye uymaya zorlamak için güç kullanmaya gerek kalmamaktadır. Artık demir parmaklıklara ve kocaman kilitlere ihtiyaç duyulmamakta, gözlem mekanizmaları ile insanların tutumları üzerinde etkin olunabilmekte ve iktidarın elinde var olan bilgiler artmaktadır. Böylelikle karşılaşılan sıradışı bir durumda iktidar kendini görünür kılmakta ve karşısına dikilip durumu etkisiz kılabilir (Bozkurt, 2015).

Resim 3-2 Panoptikon Tasarım



Kaynak: Kurtuluş H., Mimarlığın Sosyolojisine Dair Bir Tartışma İçin Üç Başlık, Mekan araştırmaları, <http://www.mekanar.com.>, 2009

Foucault'nun panoptik modern güç modelinde bireyler denetçilerin onları izleyip izlemediklerinden, denetçilerin onlara bakıp bakmadıklarından, uyuyup uyumadıklarından, hiç bir zaman emin olamadıklarından sürekli gözetim altındaymış gibi davranmak durumundadır. Denetçiler ve sakinler içerde aynı mekanda otururlar, ama tamamen zıt konumda bulunmaktadır. Denetçilerin görüşünü engelleyen hiçbir şey yokken, sakinler belirsiz ve geçirimsiz bir zeminde hareket etmek zorundadır. Panoptikon yapay bir mekandır ve zihnin görme yetisinin bakımsızlığı düşünülerek, belirli amaçlar için inşa edilir. Amaç toplumsal ilişki olarak, bir güç ilişkisi olarak mekânın şeffaflığını, bilinçli biçimde manipüle etmek ve yeniden düzenlemektir (Bauman, 2012, s. 39-40). Jeremy Bentham'ın sonuçsuz kalmış projesine Foucault etkili bir biçimde kullanır. Bentham, çeşitli isimler altında uygulanan gücün arkasında temel, basit bir stratejinin yattığını ve bu stratejinin, üstlerinin aynı anda her yerde mevcut bulunan gözlerinden bir an için bile olsa gizlenemeyeceklerine ve böylelikle, ne kadar gizli olursa olsun, hiçbir kötü davranışın cezasız kalmayacağına yurttaşları inandırmak olduğunu görmüştür. Panoptikonda özel mekân yoktur, hiçbir mekân gözetimsiz ve gözetim dışı kalabilecek özel mekâna da yer yoktur. Bauman bu durumu iki örnekle tasvir eder, Zamyatin'in 'Biz' adlı eserinde şehirde herkesin kendi evi vardır ancak bu evlerin duvarları camdan yapılmıştır. Orwell'in 1984'ünde ise herkesin televizyonu vardır ama hiç kimse bu televizyonları kapatamaz ve hiç kimse televizyonların yukarıdakiler tarafından ne zaman bir kayıt kamerası olarak kullanılacağını bilememektedir (Bauman, 2012, s. 54). Burada bireyler gözetleyenler tarafından kuşatılmaktadır. Kimse bu durumun dışına çıkamamaktadır. Her an her yerde gözetlenen bireyler söz konusudur.

Gözetim yalnızca panoptikon ile sağlanmamaktadır. İktidarın artık elektronik teknolojiler aracılığıyla da gerçekleştirildiği günümüzdeki değişken ve mobil örgütlenmeler, duvarları ve pencereleri gereksiz hale getirmektedir. Bu durum farklı yüzlere sahip birçok kontrol mekanizmasının ortaya çıkmasında etken olmaktadır. Bu kontrol türleri yalnızca açık bir hapisane bağlantısı içermemekte, buna ek olarak eğlence ve tüketimde görülen esneklik ve eğlendiricilik özelliklerini de barındırmaktadır. Havaalanında bilet kontrolünün akıllı telefonlar ile gerçekleştirilmesi bu duruma örnek verilebilir (Bauman&Lyon, 2013, s. 13).

Bauman Küreselleşme isimli eserinde panoptikon'un sibermekana taşınmış güncel bir versiyonu olarak elektronik veritabanı üzerine inceleme yapan Mark Poster'dan söz etmektedir. Poster, "bedenlerimizin, şebekeler, veritabanları, enformasyon koridorları içine çekebildiğini" ileri sürer; ve bu nedenle bedenlerimizin "enformatik olarak bağlandığını" bu enformasyon depolayan yerlerden hiç biri "artık gözlemlenmekten kaçabileceğimiz ya da etrafına direniş hattı çekebileceğimiz bir sığınak sağlamamaktadır." Kredi kartı kullanımı, satın alma eylemi ile artan veriler, Poster'a göre 'süper-panoptikon' ile sonuçlanmaktadır. Süper-panoptikon'un panoptikon'dan farkı depoya veri sağlayan gözetim altındakilerin, gözetimin birincil ve gönüllü unsuru olmalarıdır. Panoptikon'un temel hedefi disiplini sağlamak ve mahkûmların davranışlarını tek bir kalıba sokmaktır, farklılık ve çeşitliliğe karşı bir çok duruş söz konusudur. Ancak süper-panoptikon da böyle bir durum söz konusu değildir. Çünkü veritabanının oluşmasında en büyük etkisi olanlar, kredi ve pazarlama şirketleridir ve kayıtların, kayda geçirilen insanların inanılabilirlikleri ve güvenilirlikleri doğrulanmaktadır. Veritabanına dahil edilen kişiler, kredi verilmeye değer olarak görülmekte ve bu da eğlenceye giriş bileti olarak görülmektedir. Veritabanı güvenilir ve güvene layık müşterileri kayda geçirmektedir ve tüketime konu olamayacak kişileri elemektedir. Veritabanının temel işlevi uygun vasıfları taşımayanları sahtekarlık yoluyla o alana girmelerine engel olmaktır. Veritabanı hakkında ne kadar çok enformasyon içeriyorsa, o kadar çok hareket özgürlüğü bulunmaktadır. Böylelikle veri tabanı bir ayıklama, ayırma ve dışlama işlevi görmektedir. Küreselleri tercih ederken yerelleri elemektedir (Bauman, 2012, s. 56).

Gözetimin günümüzdeki uygulamaları yalnızca bireyleri değil ürün ve hizmetleri de veri kaydı altına almaktadır. Teknolojinin yaygınlaşması ile aynı türden veya aynı malzemeden olan ürünler sınıflandırılmak için barkod sisteminin oluşturulması ile bir bir ürün için bir kimlik oluşturulmakta ve çip kullanımı ile kontrol sağlanmaktadır. Bu sistem yalnızca ürünler için değil bireyler için de kullanılmaktadır. Pasaportlarda ve kıyafetlerde var olan çipler bireylerin hareketleri kayıt altına alınabilmektedir. QR kodları, akıllı telefonlar ile algılanabilen karekod şifreleri de bir çok üründe bulunmaktadır. Aksesuar olarak kullanılan hızlı yanıt sistemine sahip silikon bileklikler ile iletişim bilgileri sosyal medya bağlantıları ve internet sayfaları beni tanı sistemi ile oluşturulabilmektedir. Günümüzde kişisel organizasyonlar tarafından elde edilen bilgilerin büyük bir çoğunluğunu kişilerin

kullandıkları cep telefonları aracılığıyla, alışveriş merkezlerine giderek, seyahat ederek, eğlenerek, internette gezinerek bu bilgilerin kayıt altına alınması sağlanmaktadır. Bireyler düzenli olarak ve gönüllü olarak kartlarını kullanmakta, kimliklerini göstermekte ve kişisel bilgilerini paylaşmaktadır. Bu durumu Bauman panoptikon sonrası akışkan gözetim olarak açıklamaktadır. Bu durumda bireylerin aklına ilk olarak mahremiyet kaybı gelmesine karşın tek sorun mahremiyet olmamakta, anonimlik, gizlilik, mahremiyet konuları gibi önemli bir başka konu da tarafsızlık, adalet, temel özgürlüklerin tehlike altında olması boyutudur. Bu boyut ile sonuç olarak; gözetim ile toplumsal sınıflandırılmalar elde edilme durumunun karşımıza çıkmasıdır (Bauman&Lyon, 2013, s. 19-21). Toplumsal sınıflandırma özellikle tüketim ve eğlence alanında kendini göstermektedir. Örneğin, seyahat ederken sahip olunan özel kartlar havaalanlarında hızlı geçişlere olanak sağlamaktadır. Belli zümrelerden kişilerin üye olabildikleri kulüpler ve bu kulüplerin sağladıkları avantajlar ya da pasaport ve vize işlemlerinde belli inanç ve etnik kültürden gelenlere zorluklar çıkartılması gibi örnekler toplumsal sınıflandırmanın boyutuna örnek teşkil edebilmektedir.

Sosyolog Thomas Mathiesen'in ortaya atmış olduğu "sinoptikon" kavramı ise, panoptikon'daki gibi az kişinin çok kişiyi izlediği değil, tersine çok kişinin az kişiyi izlediği bir döneme girildiği fikrini çağırır. Özellikle televizyon ve sinemayla birlikte işlevsel hale gelen sinoptikon döneminde seyretmek, seyreden kişinin yerellik bağı koparır ve mekânsal sınırları ortadan kaldırır. Thomas Mathiesen, "sinoptikon" ile "panoptikon"u medya modeline uyarlamıştır (Bauman, 2012, s. 61). Panoptik gücün ortaya çıkması ile çoğunluğun azınlığı izlediği bir durumdan azınlığın çoğunluğu gözlediği bir duruma geçilen, köklü bir dönüşüm yaşanmıştır. İktidarın kullanımında gösterinin yerini gözetim almıştır. Modern öncesi dönemlerde güç, iktidar, haşmet ve zenginlik, sıradan insanların önünde temsile ihtiyaç duyardı. Modern iktidar ise, iktidarın dağılımı ile birlikte, birçok kule yaratarak, gölgeye çekilmiş ve oradan izlemeyi tercih etmiştir.

Medya üzerinden tanımlanan kamusal yaşamda ise, (panoptikonda izlenen ve disiplin altına alınan) çoğunluk, azınlığı izlemektedir. Film yıldızları, magazin ikonları, sanatçılar, politikacılar, medya starları, bilim insanları, izlenen azınlığı oluşturmaktadır. Mathiesen'e göre bu, paralel modern süreçtir. Bu da yeni bir iktidar mekanizması oluşturulmasını sağlamaktadır. Bu iktidar mekanizması aleniyet

ilkesini dönüştürecek olan medyanın, özellikle televizyondan bu yana, durmaksızın yükselişi anlamına gelmektedir (Bauman, 2012, s. 62).

Bauman'a göre akışkan sosyal medya çağında panoptikon da sinoptikon da işlev göstermektedir. Panoptikon, Bentham'ın ve Foucault'nun tasvir ettiğiinden daha da etkili hele gelerek güçlenmektedir. Panoptikonun disiplinci anlayışı ve bireyleri gönüllü boyun eğmeye zorlayan yapısı mevcudiyetini sürdürmektedir. Panoptikonun mekansal işlevi değişmektedir. Mekanlar içindeki bireyler gittikçe güçsüzleştirilmektedir. Akışkan gözetim çağının evrensel tahakküm biçimi zorlamadan etkisi altına almaya çalışmak, normatif düzenlemeden halkla ilişkilere, kadar bir çok yöntem ile gönüllü olarak katılım sağlamak amaçlanmaktadır. "Cesur yeni akışkan modern dünyanın" bireyleri hem çalışma hayatında hem özel hayatta kendi kişisel panoptikonlarını bedenlerinde taşımaktadır ve kendi kendilerinin bekçiliğini yapmak üzere eğitilmektedir (Bauman&Lyon, 2013, s. 62-65).

Sosyal medya araçları ile de mahremiyetten uzaklaşan bireyler artık yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla kendi yaşantılarını sergilemektedirler. Facebookta, instagramda, snapchatte kişisel bilgilerini, fotoğraf ve videolarını paylaşan, vine uygulamasında canlı yayın yapan bireyler artık özel anlarını gönüllü olarak başkalarına sunmaktadır. Evinde yediği yemeği, uyuduğu yatağı, giysi dolabına hatta banyosu başkalarıyla paylaşmaktan çekinmeyen birey hem çok özgür bir yaşam biçimine sahip olduğunu düşünmekte hem de kısıtlanmış bir yaşantıyı paylaşarak bir ikilem yaşamaktadır.

Alışverişlerde kullanılan müşteri kartları, bankamatik ve kredi kartları, gsm operatörlerinin veri paylaşımı ya da indirim için kullanılan bir takım uygulamalar kişiselliği ortadan kaldırmakta ve özel bilgilerin bireyin kendi eliyle dağıtımı gerçekleştirilmektedir. Böylelikle kişiler her tür bilgiyi gönüllü olarak gözetlenmesinde bir sakınca görmemektedir. Bu durumda birey rutin alışkanlıklarını yerine getirirken bir daha yalnız kalamayacak hatta bireyselliğini hiç bir zaman yaşayamayacak boyutta bir paylaşım ağı geliştirilmektedir.

Günümüzde bireyler iş yaşamında kart basmak, göz ya da el okutmak gibi yöntemler ile takip edilmenin yanı sıra iş yerinde kamera sistemi ile her an kontrol edilerek çalıştırılmaktadır. Bu durum da Charli Chaplin'in Modern Zamanlar filminde konu edilen sürekli takip edilen ve baskı altında çalıştırılan birey ve onu

gözetleyen bir üst akıl ve o aklın kontrolcüsü olarak çalışana baskı yapan bir denetçinin varlığı günümüz teknolojileri ile biçim değiştirerek çalışmanı kontrol eden ve sürekli denetleyen bir mekanizma işletilmektedir. Yeni iletişim teknolojileri ile iş yaşamında daha kapsamlı ve yenilikçi uygulamalar var gibi görülmekte çalışan bireylere her an ulaşmak için özel hatlı akıllı telefonlar, kesintisiz mailleşme sağlayan internet ve taşınabilir bilgisayarlar sayesinde sürekli iş yapabilen yer ve mekan gözetmeden çalışan bireyleri de gözetim toplumunun bir parçası olarak göstermek mümkündür.

3.1.5. Değişen Gazetecilik Anlayışı Olarak Yurttaş Gazeteciliği ve Sosyal Ağlar

Gazetenin kökleri 14. yüzyıldaki, aristokrasi hakkında bilginin taşındığı “haber kağıtları” ile burjuvazinin ticari sorunlarını çözmek için kullandığı “haber mektuplarına” kadar dayanmaktadır (Tokgöz, 2003, s. 58).

İlk süreli gazete; bir kaynağa göre 1609’da Ausburg’da çıkan Avis Relation Oder Zeitung, başka bir kaynağa göre ise 1605’te Hollanda’da ticari bir bültenden doğduğu düşünülen Nieuwe Tijdingen’dir (Tokgöz, 2003, s. 59).

Yurttaş gazeteciliği 90’lı yılların başında Amerika’da ortaya çıkan basın özgürlüğü, egemen medya baskısı ve hak odaklı yayıncılık tartışmaları sonunda ortaya çıkmış bir gazetecilik türüdür. Temel felsefesi gazeteci kavramının genişlemesi ve profesyonel gazeteci olmayan sıradan “yurttaşların” da haberler üreterek, genel iletişim ortamına dahil olmaları ve vatandaşlık haklarının savunusu amacıyla gazetecilik yapmalarına dayanmaktadır. Böylece vatandaşlar sadece haberin nesnesi olmamakta aynı zamanda haberin üreticisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylelikle yurttaş sadece haber kaynağı haline gelmiyor, kendi sorunlarıyla ilgili olarak harekete geçirilirken, haberin bizzat yapıcısı haline de geliyor. Bu arada haber farklı yurttaşların bakış açısından çerçeveleniyor, böylelikle haber sadece elit merkezli ve elitlerden yurttaşlara doğru akan bir nitelik taşımaktan çıkıyor ve yurttaş merkezli, aşağıdan yukarıya işleyen, bu arada da yurttaşlar arası bir diyalogun önünü de açan bir durum söz konusu olmaktadır (Alankuş, 2009, s. 110).

Gazetecilik anlayışının dönüşme sürecine etkisi bakımından demokrasi ve gazetecilik kavramlarının ilişkilendirilerek anlatılması gerekmektedir. Bu bakış açısıyla demokrasinin işleyişi birey ve gazetecilik kavramları birbirleriyle ilişkili olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle literatürde demokrasi ve yurttaş gazeteciliğini derinlemesine ele alan araştırmalar yer almaktadır.

Yurttaş gazeteciliği ile demokrasi arasında bağlantı kuran tartışmalar, 1920'lerde basın, demokrasi konularını Lippmann ve Dewey ele almaktadır. Öncelikle konuyu iki farklı perspektiften ele almaktadırlar. Lippmann, 1922'de basılan *Public Opinion* ve 1927'de basılan *Phantom Public* kitaplarında gazeteciliğin kamusal yargıyı ne kadar biçimlendirebileceği ya da biçimlendirmesi gerektiği konusundaki bir kuşkuculuğu yansıtır. Lippmann, bilgili ve siyasi duruşa sahip bir kamunun bir yanlısına olduğuna inanmaktadır. Ona göre çağdaş dünyanın karmaşıklığı nedeniyle bireyler, gazeteler, resimler, radyo haberleri ve başkalarından duyulan sözler gibi ikinci el bilgi kaynaklarına dayanmak zorundadır. Bu kaynaklar ise güvenilir olabirler veya en iyi olasılıkla ancak yüzeysel bilgiler sağlayabilirler. Bu yüzden insanlar, görüşlerini biçimlendiren puslu izlenimlere ve yarı bilinçli stereotiplere dayandırılmaktadır. Dolayısıyla, sıradan bir yurttaşın her kamusal meselede güvenilir bir kanaate sahip olmasını beklemek mümkün olmamaktadır. Yurttaşların başlıca demokratik etkinliğini oy kullanmak olarak gören Lippmann'ın kafasındaki demokrasi, iyi eğitimli seçkinlerin yönetimi altında daha iyi çalışacaktır. Lippmann'ın aksine, Dewey, yurttaşların kamusal meselelerde belli bir bilgelik geliştirme kapasitesine derinden inanır. Dewey'e göre, bir kamu, sadece paylaştığı ortak sorunları fark eden insanların adı değildir. Demokrasi bu sorunların tartışılmasını ve anlaşılmasını da gerektirir ve bu umuttan vazgeçmek, demokrasinin kendisinden vazgeçmektir. Kamu, "gelişmemiş" ve "bilgisiz" de olsa potansiyel olarak vardır ve potansiyel olarak gerçektir. Ancak, sadece siyaset, kültür, eğitim ve gazetecilik gibi kurumlar işini daha iyi yaparsa ortaya çıkabilme fırsatı bulacaktır. Dewey için demokrasi, bir hükümet sistemi değil, fakat bütünüyle bir yaşam biçimidir ve kamuya mücadele şansı tanıyan bir yaşam biçimi yaratılabilir (Uzun, 2006, s. 637-639)

Kamuya etkin ve edilgen roller yükleyen bu iki farklı demokrasi perspektifi,

yurttaş gazeteciliği konusundaki kuramsal tartışmaların temelini oluşturmaktadır. Yurttaş gazeteciliği savunucuları, Dewey'in yaklaşımına olumlu bakmakta ve Dewey'in 1920'lerde sözünü ettiği demokrasi anlayışının 1990'lara bir tercümesi olarak ifade bulmaktadır (Uzun, 2006, s. 639). Burada karşımıza Kamusal alan kavramı da çıkmaktadır. Bireyin temel hak ve özgürlüklerinin konu edildiği yurttaş gazeteciliği kavramında kamu olarak bireyin toplumsal sürece katılması durumu söz konusu olmaktadır. Bir başka yaklaşım ise sivil taahüt kavramını yurttaş gazeteciliği ile ilişkilendirmektedir.

Uzun'un ifadesiyle ABD'li sosyal bilimcilerin Alman felsefeci Habermas'ın "kamusal alan"a ilişkin yazdıklarını keşfetmeleri sivil taahüt kavramının yurttaş gazeteciliği ile ilişkilendirilmesinde rol oynamaktadır. Ancak bu duruma karşın Keane, farklı büyüklüklerde, birbirleriyle örtüşen ve birbirleriyle bağlantılı kamusal alanların, kamusal yaşama ve bu terimle bağlantılı olan kamuoyu, kamu yararı ve kamu/özel ayrımı gibi terimlere ilişkin anlayışımızı köktenci biçimde gözden geçirmemizi zorunluluk haline getirdiğini savunmaktadır (Uzun, 2006, s. 638).

Habermas yurttaş gazeteciliği kavramını; sanayileşme, kentleşme ile beraber okuryazarlığın ve popüler basının büyümesi, yönetsel devletin yükselişi, yurttaşın kültür ve siyaset tartışmacısından medya tüketicisine evrilmesiyle tehlikeye düşen kamusal alanın yeniden tespiti ve kamuya etkin olabilme şansı tanıyarak, toplumsal uzlaşmanın hizmetine temsil edecek bir yöntem olarak ele almaktadır (Yıldız, 2012, s. 157).

Duran'a yurttaş gazeteciliğinin temel ilkelerini haber kaynaklarının çoğaltılması, haber kaynağı ile ilişki türü ve hedefe ulaşana kadar araştırma ve yayın olmak üzere üç aşamada ele almaktadır. Haber kaynaklarının çoğaltılması, yurttaş gazeteciliğinin en önemli ilkelerinden biri olduğunu ifade etmektedir ve haberi oluştururken, konuyla ilgili tüm kaynaklara ulaşılması, tüm kaynakların görüşlerinin alınması gerektiğini ifade etmektedir. Haber kaynağı ile ilişki türü, araştırmacı gazetecilik anlayışında olduğu gibi, genel olarak ekip çalışması içinde ve uzun vadeli bir habercilik gerekmektedir. Burada haber süreci önem kazanmaktadır. Çok sayıda haber kaynağı ile temasa geçildiğinde önemli olan haberin kendisi değil haberin oluşum süreci olmaktadır. Yurttaş gazeteciliğinde haberin merkezine, muhabiri ya da

haberin kaynağını değil, haberin içeriğini ve oluşum sürecini koymak gerekmektedir. Son olarak hedefe ulaşıncaya kadar araştırma ve yayın aşamasında ise haberin konu olan amaca varılıncaya kadar, haberin takibi ve yayınlanmasıdır. Böylelikle Yurttaş Gazeteciliği, klasik gazetecilikteki sözde “habere hiç müdahale etmemek”, “olaya sadece gözlemci olarak yaklaşım, olup biteni aktarmak” biçimindeki habercilikle yetinmemekte, yurttaş yararına olan gelişmeyi gerçekleştirene kadar habercilik sürecine devam edilmektedir (Duran, 2003, s. 89-93).

Yurttaş gazeteciliği, haber toplamada özellikle yurttaşa başvuran, habere onların gözüyle bakan, habere konu olan olayın/sorunun yurttaş lehine sonuçlanmasına kadar yayınına devam eden, yurttaşı haberin yapım ve yazım sürecine dahil eden bir gazetecilik uygulamasıdır. Bu nedenle, yurttaş gazeteciliği kavramı, haber değerlerinin yeniden tanımlanması, okurların etken hale getirilmesi ve gazetecilik mesleğinin yeniden halkın güvenini kazanmaya yönelik bir yayıncılık anlayışı ile uygulanması olarak da tanımlanmaktadır (Mora, 2008, s.34).

Yurttaş gazeteciliğinin yeni iletişim teknolojileri ile birlikte farklı bir boyut kazanması söz konusudur. Medyada haber ve içerik oluşturma imkanı bulamayan bireyler, yeni iletişim teknolojilerinin hayatlarına girmesi ile birlikte sosyal medya araçları ile içerik oluşturabilmekte, haber üretebilmekte, yayabilmekte ve var olan haberlere yorum ve beğeni gibi katkılar sağlayabilmektedir. İnternetin gelişmesi, yaygınlaşması ve medya yakınsaması gibi teknolojik gelişmeler bireylere çeşitli özgürlükleri de sağlamaktadır.

İnternet teknolojisinin gelişimi, internetin bilgisayarlar dışında kullanımını sağlayan teknolojik araçların geliştirilmesi ile birlikte, cep telefonlarının işlevselliğinin artması, tablet, dizüstü bilgisayarlar gibi taşınabilir araçlar internet kullanımının serbest dolaşıma imkan veren ağ teknolojisi ile birlikte yaygınlaşması, kullanıcılara zaman ve mekan sınırsızlığı sağlamaktadır. Bireyler istedikleri yerden, diledikleri zaman çevrimiçi olabilmekte, enformasyon alabilmekte ve etkileşim sağlayabilmektedir. Tüm bu gelişmeler yurttaş gazeteciliğinin yeni medya teknolojileriyle bütünleşmesine olanak sağlamaktadır. Günümüzde sosyal medya araçları kullanıcıların haber yapma, yorum ekleme, beğenme gibi işlevler ile habercilik anlayışına yeni bir boyut kazandırmaktadır. Daha da ötesinde bağımsız

haber portallarının, büyük medya organlarının yanında habercilik hizmeti vermesi bakımından da önemli gelişmeler yaşanmaktadır.

İnternetin yurttaş gazeteciliğe katkısı: İnternet kısa sürede medya ortamını ve iletişim uygulamalarını etkisi altına alarak gazetecilik için yeni bir mecra haline gelmektedir. Geleneksel gazeteciliğe oranla çok daha hızlı ve pratik olan internet gazeteciliği hem okuyucuyu haberciliğe dahil etmesi hem de zaman ve mekan sınırlarının olmayışı gibi avantajlar sunmasından dolayı tercih sebebi haline gelmektedir. Yeni medya, geleneksel medyadan farklı olarak enformasyonun geniş kitlesel paylaşımına olanak vermesi ve özellikle okurun, tepkisini aracısız bir biçimde anında verebilme imkânına sahip olarak haber yapım sürecine de doğrudan etki etmesi bakımından gazetecilik kavramına yeni bir boyut kazandırmaktadır. Bir diğer avantajlı nokta ise ekonomi boyutudur. Geleneksel gazeteye oranla daha masrafsız ve ulaşabildiği kitle çok daha geniş olmaktadır (Geray, 2003, s. 17).

Ana akım medya organlarının yanında alternatif medya hizmetleri de internet sayesinde gelişmektedir. Yurttaş gazeteciliği kapsamında katılım esaslı yaklaşımın yanı sıra habere ulaşım bakımından da farklılıklar yaşanmaktadır. Günümüzde online haber siteleri sayesinde gazetelere alternatif bir habercilik anlayışı gelişmektedir.

3.1.6. Bilgi Toplumu ve E- Devlet

Bilgi kavramı Latince “informato” kökünden gelmekte, “biçim verme”, “biçimlendirme” ve “haber verme” anlamlarında kullanılmaktadır. Bilgi genel anlamda düşünme, yargılama, akıl yürütme, okuma, gözlem ve deney yoluyla elde edilen “düşünsel ürün” ya da “öğrenilen şey” olarak tanımlanmaktadır. Bilgi, bu anlamıyla belirli bir süreçten geçerek işlenmiş, sahibi için anlamlı olan, yönetsel karar almada stratejik öneme haiz olduğu varsayılan veya gerçek değeri olan veri demektir (Öğüt, 2003, s. 9). Bilgi Toplumu kavramı ise, ilk olarak Marshall McLuhan tarafından 1962 yılında kullanıldığı ifade edilmektedir (Geray, 1997, s. 37). Bilgi toplumunu ayrıntılı olarak ifade edebilmek açısından bilgi kavramını ve değişen bilgi yaklaşımını ele almak gerekmektedir.

Bilgi kemilemesinin anlamı yaklaşık üç asırdır değişim yaşamakta ve bu değişim ekonomik yapıda değişimlere sebep olmaktadır. Formel bilgi, hem kişisel hem de kilit ekonomik kaynak olarak görülmektedir. Günümüzde bilgi, anlamlı tek kaynaktır. Geleneksel üretim faktörleri yani toprak gibi doğal kaynaklar, emek ve sermaye, ortadan kalkan değerler olmamakla birlikte ikinci plana düşmüşlerdir. Bilgiye sahip olan toplumlar sosyal ve ekonomik sonuçlar elde edebilmektedir. Eldeki bilgi sonuç alabilmek için kullanıldığında bilgiyi etkin kılmak mümkündür (Drucker, 1993, s. 65-66). Drucker, “Bilgi Toplumu” olarak adlandırdığı toplum yapısında “temel ekonomik kaynak, yani ekonomistlerin deyimiyle üretim araçları artık sermaye de değildir, doğal kaynaklar da değildir, emek de değildir, ‘bilgi’dir ve bilgi olacaktır” diyerek yeni toplumun üretim araçlarının ne olacağını belirtmiştir (Drucker, 1993, s. 18).

Enformasyon Toplumu olarak tanımlanan Bilgi Toplumu en belirgin özelliği, maddi ürünlerin üretimine dayalı bir sistemden bilgiyi merkez alan bir sisteme doğru toplumun dönüştürülmesidir. Bilgi Toplumu olarak ifade edilen bu toplumsal dönem, değişik isimlendirmeler ve farklı yaklaşımlar kullanılmaktadır. Daniel Bell “Sanayi-Sonrası Toplum”, Alvin Toffler “Üçüncü dalga”, Yoneji Masuda “Enformasyon Toplumu” ve Peter F. Drucker’ “Bilgi toplumu” olarak bu yeni toplumu isimlendirmişlerdir (Bozkurt, 1996, s. 165-166).

“Bilgi toplumu” kavramı incelendiğinde temelinde “bilgi”nin esas olduğu görülmektedir. Bilgi toplumu; “en temel meta konumundaki bilginin, yaşamın her alanında her geçen gün artan bir hızla ve küresel ölçekte, sürekli akıp arttığı, esneklik, çeşitlilik, yaratıcılık, yenilik gibi kavramların belirleyici olduğu, eğitimli bireyin ön plana çıktığı etkileşimi son derece yüksek, şebeke yapısında bir toplum” olarak açıklanmaktadır (Gültan, 2003, s. 47). Bilgi toplumunun oluşumu, bilgi çağı olarak isimlendirdiğimiz dönemseller gelişmeler ile şekillenmektedir.

Bilgi toplumu, 1950 ve 1960’lı yıllarda A.B.D., Japonya, Batı Avrupa ülkeleri gibi gelişmiş ülkelerde bilgi teknolojilerinin giderek artan bir şekilde kullanımıyla ortaya çıkan ve bilginin ve bilgi teknolojilerinin tarım, sanayi, hizmetler sektörlerinin yanısıra eğitim, sağlık, iletişim gibi her alanda kullanılabilir olmasını kapsayan bir süreçtir. Bilgi toplumundaki gelişmeler kısa sürede üretimin ve verimliliği artırmasına yol açmakta ve yeni teknolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel

gelişmeleri de teşvik etmektedir. Tüm dünyayı kısa zamanda etkisi altına alan bu gelişmeler ile birlikte tüm dünyanın ekonomik ve kültürel entegrasyonu sağlanmaktadır (Aktan & Tunç , 1998, s. 118-134).

İnsanlık tarihi boyunca yaşanan değişimler ile birlikte sırasıyla, uygarlık düzeylerini temsil eden ilkel çağ, tarım çağı, sanayi çağı ve bilgi çağı şeklinde saymak mümkündür. Her bir çağın oluşmasında dönemin toplumsal ve ekonomik nitelikleri ve koşulları temel faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumsal ve ekonomik yapılar ise çevresel ve kültürel yapıyla birlikte şekillenmektedir. Bilgi çağını şekillendiren çevresel ve kültürel unsurların başında hızla gelişen teknoloji, hızla yayılan rekabet ortamı, bölgesel, ulusal gelenekleri aşan ulusal-üstü ve etkileşimli kültür yapısı gelmektedir (Öğüt, 2003, s. 5-6). Özellikle Sanayi Devrimi ve sonrasında ortaya çıkan gelişmeler, üretim sisteminin değişimi mal ve hizmetlerdeki artış, yoğun rekabet ortamı ve teknolojinin hızla gelişmesi ile birlikte ortaya çıkan küreselleşme kavramı Bilgi Toplumu sürecine geçişi kolaylaştırmaktadır. İlk bölümde ayrıntılı biçimde sanayi devrimi ve küreselleşme konuları ele alındığından bu bölümde tekrar konular anlatılmayıp, yalnızca sanayi toplumu ve bilgi toplumunun farkları ele alınmaktadır.

Sanayileşme devrimi, otomasyon, teknolojik gelişmeler ve yapısal değişimleri sebep olmakla birlikte birçok toplumsal soruna da ön ayak olmuştur. Bu sorunlardan başlıcaları, üretim sürecinde “yabancılaşma”nın başlaması, usta- çırak ilişkilerinin giderek yerini işçi-işveren ilişkilerine bırakması, işçi- işveren ilişkilerinin yol açtığı birçok sosyal ve siyasal sorunlar, otomasyon sonucunda “mavi yakalı” işçilere oranla “beyaz yakalı” işçilerin sayısının artması ile işsizliğin artması, otomasyonun grevlerin ve sendikaların etkinliğini azaltması, ilkel istihdam koşulları, kentleşme olgusu ile gecekonduların ortaya çıkması, beslenme sorunu, salgın hastalıklar, çevre kirliliği gibi toplumsal değişmelere sebep olabilecek sorunlardır. Tarım toplumundan sanayi toplumuna dönüşüm uzun bir süreci kapsamakta ve toplumda meydana gelen büyük değişimler beraberinde büyük sorunları da getirmiştir. Sanayi toplumunda sonra ortaya çıkan toplumsal krizler ve sorunlar sonucunda ortaya çıkan bilgi toplumu olarak ifade edilen yeni süreç, bilgi teknolojilerin gelişimiyle birlikte uluslararası alanda insanın refahına ve insana yatırıma öncelik veren ve daha kaliteli yaşam felsefesine dayanan sürdürülebilir

kalkınma ve insani kalkınma stratejileri ön plana çıkaran bir süreç olarak karışımımıza çıkmaktadır (Aktan & Tunç , 1998). Bilgi toplumu ve sanayi toplumu arasındaki farkları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

Tablo 3-3 Sanayi Toplumu ve Bilgi Toplumu Karşılaştırması

		Endüstri Toplumu	Bilgi Toplumu
Yenilikçi Teknoloji	<ul style="list-style-type: none"> - Öz - Temel fonksiyon - Üretim Gücü 	<ul style="list-style-type: none"> - Buhar makinesi - Fiziksel emeğin ikamesi - Maddi üretim gücü 	<ul style="list-style-type: none"> - Bilgisayar - Zihinsel emeğin ikamesi - Bilgi üretme gücü
Sosyo Ekonomik yapı	<ul style="list-style-type: none"> - Ürünler - Üretim merkezi - Piyasa - Öncü endüstriler - Endüstriyel yapı - Ekonomik yapı - Sosyo ekonomik ilke - Sosyo ekonomik özne - Toplum biçimi - Ulusal Hedef - Hükümet biçimi - Sosyal değişimin itici gücü - Toplumsal problemler - En ileri aşama 	<ul style="list-style-type: none"> - Faydalı mallar ve hizmetler - Modern fabrika - Yeni dünya, koloniler, tüketici satın alma gücü - İmalat endüstrileri - Birincil, İkincil ve üçüncül endüstriler - Mal ekonomisi (iş bölümü, üretim ve tüketim ayrılması) - Fiyat İlkesi - Girişimler - Sermayenin özle mülkiyeti, serbest rekabet, kar maksimizasyonu - Sınıflı toplum - Gayri safi ulusal refah - Parlamenter demokrasi - İşçi hareketleri, grevler - İşsizlik, savaş, faşizm - Yüksek kitlesel tüketim 	<ul style="list-style-type: none"> - İletişimsel bilgi, teknoloji, bilimsel bilgi - Bilgi kullanımı (bilgi ağları, veri bankaları) - Bilimsel bilginin sınırları, bilgi alanının genişlemesi - Entellektüel endüstriler (iletişimsel ve bilimsel bilgi endüstrileri) - Matris endüstriyel yapı - Sinerjik Ekonomi (ortak üretim ortak kullanım) - Amaç ilkesi (sinerjik ileri besleme ilkesi) - Gönüllü topluluklar (yerel topluluklar ve bilgi toplulukları) - Alt yapı, sinerji ilkesi, toplumsal faydanın önemi - Fonksiyonel toplum - Gayri safi ulusal tatmin - Katılımcı demokrasi - Sivil hareketler ve sorunlar - Gelecek şokları, terör, kişisel dokunulmazlığın ihlali - Yüksek kitlesel bilgi üretimi
Değerler	<ul style="list-style-type: none"> - Değer standartları - Etik standartlar - Zamanın ruhu 	<ul style="list-style-type: none"> - Maddi değerler (psikolojik gereksinimlerin karşılanması) - Temel insan hakları, insanlık - Rönesans (insanın özgürleşmesi) 	<ul style="list-style-type: none"> - Zaman değeri (hedefe yönelik başarı gereksinimlerin karşılanması) - Öz disiplin, toplumsal katılım - Küreselleşme (insan ve doğanın ortak yaşayışı)

Kaynak:Bozkurt V., Enformasyon Toplumu ve Türkiye , İstanbul, Sistem Yayıncılık, 1996, s. 43.

Bilgi toplumunun yansıması olarak iletişim teknolojilerinin gelmesi ve internet kullanımının yaygınlaşması, yeni medya araçlarının ortaya çıkması ve kullanımının yaygınlaşması sonucu bilgi toplumunun yaşam biçimlerini etkileme düzeyi de artmaktadır. İnternet kullanımının yaygınlaşması özellikle bürokratik yaşamda bir takım kolaylıklar kazandırmaktadır. Devlet ile ilgili işlerde da yaygın olarak internet ve sosyal medya araçlarına başvurulmaktadır. Akıllı telefonların yaygınlaşması, bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ve diğer haberleşme araçları ile birlikte bireyler günlük rutin işlerini gerçekleştirme imkanı bulmaktadır. Bilgi toplumu, ülkelerin kültür, sağlık, kamu hizmetleri, yasama ve yargı alanlarında yaygın bir biçimde internet kullanımını da sağlamaktadır.

Bilgi toplumunun bir sonucu olarak karşımıza e devlet sistemi çıkmaktadır. Bu sistem dünyada bir çok yerde uygulanan bir sistem olmakla birlikte temelleri oldukça eskidir. Hızla değişen teknolojik yapı, günlük yaşamı etkisi altına almaktadır. Bu değişim sürecinde toplumun en gelişmiş organizasyonu olarak değerlendirebileceğimiz devlet yapıları da etkilenmektedir. Toplumdaki modernleşme ile birlikte devlet sisteminin yetersiz kalmaması adına dinamikleşme çabası içerisinde girmesinin bir sonucu olarak karşımıza e devlet sistemi çıkmaktadır. Geleneksel devlet yapısının yetersiz kalması ve kamu hizmetlerinin şeffaflık felsefesi ile birlikte hareket etmesi gerekliliği de bu değişim sürecinde önemli bir rol oynamaktadır.

Ortaya çıkan teknolojik gelişmeler, üretilen bilgi teknolojileri devleti çağın koşullarına uygun davranmaya yöneltmekte ve yeniden yapılanmaya zorunlu kılmaktadır. Devletin çağın getirdiği modern değişimlere kendisini entegre etmesigerekliliği ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan yapısal değişiklikte kurumlar, şirketler vevatandaşlar da dahil edilmektedir. Özellikle yönetim bilgi sistemlerinin gelişmesi ve internetin yaygınlaşması ile birlikte yukarıda adı geçen devlet – vatandaş– işletmeler (özel sektör) ve çalışanlar (işgörenler) arasındaki ilişkilere yeni bir boyut kazandırmakta ve beraberinde elektronik devlet (e-devlet) kavramını ortaya çıkmaktadır (Çarıkçı, 2010, s. 97-98).

E-devletin gelişim süreci ise: bilgisayar teknolojisinin gelişmesi, kişisel bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ve internet teknolojisinin gelişmesi olarak sıralanabilir. Yukarıda anlatılan bilgi toplumu süreci ve gelişimi beraberinde e devlet sisteminin gelişimini de etkilemektedir. Bilginin işlenmesi ve bilgi kullanımının tüm alanlarda yaygınlaşmaya başlaması ile birlikte kıymetlenmesi toplumun yapısında da bir değişme yaratmaktadır. Bilginin depolanması, kayıtların tutulması gibi işlevler ise işlemlerin elektronik ortama aktarılmasını sağlamaktadır. Bu nedenden dolayı e-devlet sistemi bu gelişmeler ile birlikte şekillenmektedir.

E-devlet, vatandaşlara devlet tarafından verilen hizmetlerin elektronik ortamda sunulması olarak tanımlanmakla birlikte daha detaylı olarak ele alındığında, genel olarak çağdaş toplumlardaki devlet ve birey ilişkilerinde, devletin vatandaşa karşı getirmekle yükümlü olduğu görev ve hizmetler ile vatandaşların devlete karşı olan görev ve hizmetlerinin karşılıklı olarak elektronik iletişim ve işlem ortamlarında kesintisiz ve güvenli olarak yürütülmesine e-devlet denilmektedir (Çarıkçı, 2010, s. 98). Böylelikle ülkenin genel olarak iyi işleyen bir e devlet yapısının geliştirmesi geleneksel devlet tarzında ortaya çıkan aksaklıkların giderilmesi açısından da önemli hale gelmektedir.

Tablo 3-4 E-Devlet Modeli ile Klasik Yönetim Anlayışlarının Karşılaştırılması

	Klasik Yönetim	E-Devlet
Yurttaşların Rolü	Pasif Yurttaş	Aktif yurttaş, müşteri
İletişimin Temeli	Evrak üzerinden veya yüz yüze iletişim	Elektronik iletişim
Örgütsel Yapı	Dikey örgütlenme, hiyerarşi	Yatay örgütlenme, koordineli ağ yapısı
Hizmet Sunum Tipi	Tek tip hizmet	Farklılaştırılmış hizmet
Yönetim Anlayışı	Klasik yönetim	Yönetim
İlişki Tipi	Uyruk ilişkisi	Katılım ilişkisi

Kaynak: BALCI A., vd., “Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar” akt. Oğuzhan Çarıkçı, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2003, s.267

Tablo'yu ayrıntılı olarak ele aldığımızda, e-devlet sisteminde yönetim anlayışının; vatandaşı aktif kıldığını görmekteyiz. Vatandaşını “müşteri” kavramı ile tanımladığını; yine işletme literatüründe klasik örgütsel yapı olarak bilinen “dikey hiyerarşi” yerine “yatay örgütlenmeyi” esas aldığı anlaşılmaktadır. Bu kapsamda e-devlet modelinin yönetim yaklaşımı daha önce de belirtildiği üzere “yönetişim” olmaktadır. Özetle, e-devlet modelinin önemli bir boyutu katılımcılık ve bunun sonucu olarak demokratik yönetim felsefesidir demek mümkündür (Çarıkçı, 2010, s. 99).

E-devlet sistemini sosyal medya açısından ele aldığımızda, gerek idari gerekse siyasi anlamda kamu yönetimine katkı sunduğunu söylemek mümkündür. Kamu yönetiminde sosyal medya araçlarının işlevleri (Bertot, Jaeger, & Munson, 2010, s. 53-54):

- Kamu kurumlarının şeffaflık ve hesap verebilirliğini sağlar,
- Mevcut devlet- vatandaş etkileşimini artırır,
- Yeni katılımlar için imkan sağlar
- Vatandaşları karar verme süreçlerine dahil etme olasılığı artar,

Günümüzde devlet kurumları, hesap verilebilirliği arttırmak adına çeşitli uygulamalar gerçekleştirmektedir. Bunlara örnek olarak bilgi edinme sistemi ile bilgi edinme kanunu kapsamında online giriş yaparak devlet kurumlarından bilgi edinme hakkı kullanılmaktadır. Yine yerel yönetimlerin hem mail hem sms yoluyla bilgi vermek, şikayet ve dilekleri yönetmek gibi uygulamaları mevcuttur. Devlete ait her birim kendi bilgi edinme sistemini oluşturmakla birlikte Başbakanlığa bağlı oluşturulan Başbakanlık İletişim Merkezinin sistemi olan BİMER ile kişiler istek, şikayet ve taleplerini buradan bildirme imkanı da bulmaktadır. Tüm bunlara ek olarak online randevu, online başvuru gibi uygulamalar da gerçekleştirilmektedir.

3.1.7. Dijital Aktivizm ve Siber Terör

Aktivizm, bir grup insanın kurum ve kuruluşlar üzerinde baskı yaratarak sorunlu gördükleri politikaları, uygulamaları ya da durumları değiştirme süreci olarak tanımlanır. Genellikle aktivizm toplum üyelerinin bir kısmının herhangi bir sorunlu durumu görmeleriyle ortaya çıkmakta ve yükselmektedir. Aktivizm, ırk, cinsiyet, ekonomik farklılıklar gibi sosyal farklılıklar ve politik ve ideolojik ayrışmalar üzerine yoğunlaşmaktadır. Bunların yanı sıra aynı zamanda politik, dini veya ekonomik, ideolojik ayrımlar da aktivizmin dikkat çektiği diğer alanlardır (Yılmaz, Dündar, & Oskay, 2015, s. 486).

Aktivizm, insanların yaşamlarında değişim yaratmayı amaçlayan her türlü bireysel ya da toplumsal, kamusal ya da gayri resmi, beşeri etkinliği ifade etmek ile birlikte gönüllü olarak örgütlenmiş bir grup insanın ortak çıkarları tehdit eden bir problemi çözebilmek için gösterdikleri koordineli çabalar “aktivizm” olarak tanımlanmaktadır. Bu çaba içinde bulunan aktörler ise “aktivist” olarak isimlendirilmektedir. Grunig vd.’ne göre aktivist bir kamu; eğitim, uzlaşma, ikna, baskı ya da güç taktikleri kullanarak başka kamu ya da kamuları etkilemek üzere örgütlenmiş iki ya da daha çok insanın oluşturduğu gruptur (Sert, 2012, s. 128).

Daha geniş bir tanımlamayla; bireylerin, kurumların ya da hükümetlerin sergilediği yanlış, hatalı ya da zararlı sonuçları olduğuna inanılan davranışlara karşı gerçekleştirilen eylemlere aktivizm, bu eylemlerde bulunan kişilere de aktivist denilmektedir. Aktivist gruplar çoğunlukla hayvan hakları, insan hakları, çocuk hakları, yaşam hakkı vb. tek bir konu üzerinde odaklanmaktadır (Sert, 2012). Bir grup yada çoğunluk hareketi olarak tanımlanan aktivizm, toplumsal bir hareket olarak da ifade edilmektedir. Toplum içerisinde bir grup tarafından meydana gelmesi toplumsal bir hareketi ifade etmektedir.

Toplumsal Hareketler, 19. yüzyıl sonlarındaki işçi hareketi ile başladığını söylemek mümkündür. 1960’lardaki toplumsal hareketler genellikle siyasal iktidarı hedefleyen, ekonomik çıkar yörengeli sınıfsal farklılıkları temel alan hareketler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu hareketlere, "eski toplumsal hareketler" demek mümkündür. Günümüz toplumsal hareketleri ise “yeni toplumsal hareketler” olarak isimlendirilmekte ve 1970’lerden itibaren ortaya çıkmış olan ekoloji hareketini,

feminist hareketi, barış hareketini, nükleer karşıtı hareketleri, azınlık hareketleri konu olarak eski toplumsal hareketlerden farklılık göstermektedir (Önder, 2003 , s. 34-35).

Değişen toplumsal düzen, küreselleşme ve küreselleşme sonucunda ortaya çıkan yeni kavramlar ile birlikte toplumsal hareketlilik konuları da farklılaşmaktadır. Öncelerde temel problemler üzerine özellikle de ekonomik problemlere yönelme ve bunlar üzerine bir hareketlilik oluşturulmasına karşın değişen dünya koşulları ile birlikte değişen ve bilinç farklılaşması yaşayan bireyler dünyada var olan farklı konular üzerine odaklanmaktadır. Özellikle sanayileşme ile birlikte ortaya çıkan ekolojik problemler, çevre, yaşanan sıkıntılar sonrası ortaya çıkan savaş karşıtlığı, yaşanan göçler ve ortaya çıkan sığınmacı topluluklar ile doğan azınlık problemleri buna örnek olarak gösterilmektedir.

Castells, toplumsal hareketleri tarih boyunca, toplumun kurumlarını dönüştüren yeni değer ve hedeflerin üreticisi olduğunu ve bu durumun kurumların toplumsal hayatı örgütleyecek yeni normlar yarattığını ifade etmektedir. Toplumsal hareketler öncelikle, kurumsal iktidara sahip olanların denetiminden bağımsız özerk bir iletişim süreciyle kendi kendilerini kurarak karşı iktidarı oluşturmaktadır. Kitlesel medya büyük ölçüde hükümetler ve medya kurumları tarafından kontrol edildiğinden, ağ toplumunda iletişimsel özerklik en başta internet ağlarında ve kablosuz iletişim formlarında oluşturulmaktadır. Dijital sosyal ağlar, eylemlerin belirlenmesi ve koordinasyonunun sağlanması imkânını da sunmaktadır (Castells, 2013b, s. 23-24). Toplumsal hareketler toplumun değişim noktasını oluşturmakla birlikte genellikle gündelik yaşamın zorlaştırıcı hayat koşullarına karşı ortaya çıkmaktadır. Toplumun yöneten siyasi kurumlara karşı ortaya çıkan güvensizlik ortamı toplumsal hareketin ortaya çıkmasında etkin rol oynamaktadır (Castells, 2013b, s. 189).

Aktivist hareketlerin ortaya çıkmasında günümüz teknolojik yapısının etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Özellikle online ortamda bireylerin iletişim kurmaları bir araya gelmeleri, fikir alışveriş yapmaları ve fikir birliği yapmaları daha kolay ve kontrol edilmesi oldukça güçtür. İletişim teknolojilerinin gelişimi ve internet kullanımının yaygınlaşması bireylerin iletişim kurmalarına olanak tanıyarak aktivist hareketlerin oluşma sürecine de etki etmektedir.

İletişimde sağlanan hızın, zengin ve güçlülere münhasır bir ayrıcalık olmayışı, maliyetlerdeki büyük ucuzlama sayesinde bu imkanlardan çok geniş kesimlerin yararlanmaktadır. Böylelikle bireyler geleneksel medyanın tek taraflı iletişim hegemonyasını aşip çoklu iletişime geçmiştir. Özellikle internet sayesinde editörlerin, patronajın himayesindeki basından kurtulup bireyden bireye, bireyden topluma (bloglar), toplumdan bireye ve en önemlisi de toplumdan topluma iletişim kanalları açılmıştır. Böylece devletlerin elinde olan otoritenin güç noktası değişim göstermektedir. Özellikle internet sayesinde bireyden bireye, bireyden topluma (bloglar), toplumdan bireye ve en önemlisi de toplumdan topluma iletişim kanalları açılma imkanı bulunmaktadır. İnternetin gelişimiyle birlikte STK'lar ve devlet dışı örgütler, baskı grupları hiç olmadığı kadar aktif ve sessini duyurabilen bir konuma geçmektedirler (Karagöz, 2013, s. 136).

Aktivizm ve Yeni Medya adlı çalışmasında Morozov aktivistlerin yeni medyadan yararlanma yöntemlerini başlıklar halinde ele almaktadır. Bu başlıklaraşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Morozov'dan akt. Meriç, 2012):

- Ulaşılabilirlik ve doğru bilgi
- Belirli bir soruna karşı kamuoyu ilgisini çekme
- Seçmenlere yardımcı olmak için verileri analiz etme ve birarada bulma kolaylığı sağlama
- Politikacılar ve seçmenlerle doğrudan temas kurma
- Yeni üyelere ulaşma
- Eylemleri mobilize etmek ve lojistik destek sağlamaya yardımcı olmak
- Kolektif eylemler için yaratıcı yöntemler bulmak ve yenilikler üretmek
- Diğer sivil toplum örgütleri ve aktivistler arasında bilgi değişimi ve bunların basılmasını sağlamak.

Mankovski'ye göre aktivizm, olan bitenin daha ilgi uyandıran bir görüntüsünün oluşmasına neden olmaktır. Aktivistler, bu "olan bitenle" yani sorunla ilgili daha fazla insanı haberdar edebilmek ve kamuoyu oluşturabilmek için teknoloji ve teknolojinin sağladığı avantajlardan faydalanmaktadırlar. Böylelikle hızlı gelişen internet teknolojisi sonucu, hayatımıza giren dijital aktivizm de günümüzde etkin olarak başvurulan yeni aktivizm yollarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Sert,

2012, s. 129). Ancak gelişen teknolojilerin en başta da sosyal medya araçlarının activist hareketler için tehlikeli olabileceğini belirten yaklaşımlar da bulunmaktadır.

Aktivist hareketler açısından gelişen teknolojileri birer tehlike olarak görenlerin başında Morozov gelmektedir. Morozov, “ Teknolojinin yıllarca baskıcı yönetim altında ezilen insanlara cep telefonu mesajları, Facebook, Twitter ve her yıl ortaya çıkan başka yöntemlerle harekete geçerek, kaçınılmaz olarak isyan etme gücünü sağladığı” görüşündeki anlayışı eleştirmektedir. Morozov ’un değindiği nokta, sosyal medya araçlarının, büyük oranla siyasal örgütlenmeden çok eğlenmek amacıyla, gündelik davranışlarını paylaşmak için kullanılmaktadır. Morozov’a göre sosyal medya activist hareketleri desteklemek yerine onların yaptıkları davranışları kontrol edebilmek adına devletin denetleme imkanını arttırdığını bu nedenle de aktivistelerin takip edilme risklerinin olduğunu ifade etmektedir (Morozov, 2011).

Dijital aktivizm olarak 2000’li yıllara kadar internet kullanıcıları bilgi paylaşımlarını bloglar ya da forumlar üzerinden gerçekleştirerek bir araya gelmekteyken, daha sonra activist grupların örgütleneceği farklı platformlar yer almaya başlamıştır. Aktivistler seslerini duyurmak ve destekçi toplamak amacıyla internetin bilgiyi hızla yayması ve etkileşime imkân sağlaması gibi özelliklerinden faydalanarak “dijital aktivizm” kavramının ortaya çıkmasını sebep olmuşlardır. Çünkü bu kavramlar sadece internet üzerinden aktivizme gönderme yaparken dijital aktivizm, cep telefonları ve dijital içeriğin USB flash sürücüler yoluyla dağıtımını gibi diğer araçların kullanımını da içermektedir. “E” ön harfinin “elektronik” anlamına geldiği “e-posta” kelimesinden türetilen, “e-aktivizm” ya da “e-savunuculuk” terimleri ise, dijital uygulamaların hepsini kapsamaktadır (Sert, 2012, s. 130). Web siteleri, elektronik postalar, e posta zincirleri, hacktivizm, sosyal medya, online imza kampanyaları, kliktivizm, slaktivizm internet aracılığıyla gerçekleştirilen activist hareketlerden bazılarıdır.

3.1.8. Dijitalleşmenin Etkisinde Sanat

Sanatın teknoloji ile olan ilişkisi tarih boyunca birbiriyle doğru orantılı gelişmiştir. Aynı zamanda bu iki kavram insanı diğer varlıklardan ayıran iki temel unsur olarak var olmuştur. Dolayısıyla, bir yapıtın üretim sürecinde teknolojinin

varlığı, sanatta doğayı yansıtmaktan uzaklaşarak bir deney görüntüsü vermiştir. Sanatçı, başka araçlarla ya da tekniklerle üretmesi mümkün olmayan sanatsal yapıtlarını bilgisayar teknolojisini kullanarak üretmeye başlamıştır. Bilgisayarın devreye girmesiyle birlikte öncelikle gerçeğin anlamı, içeriği, konumu neredeyse tümünden değişmiştir. Sanallık artık her alanda ve düzeyde yerleşik gerçeğin yerini almış, sanatsal üretimde ön plana çıkmıştır. Günümüzde teknoloji temelli artan üretimler, süregelen sanat tarihinin, dijital sanatı da içine alacak şekilde yeniden ele alınması gereğini zorunlu hale getirmiştir denilebilir (Sağlamtimur, 2010, s. 216).

Geçmişten günümüze sanat ile teknoloji ilişkisini ele alabilmek adına sanatsal akımlara değinmek gerekmektedir. Özellikle sanata yeni bir bakış açısı ile yaklaşan Dadaizm, kavramı dijital sanat kavramına geçmeden önce ele alınması gereken kavramlardan biridir. Dadaizm,

Dadacılık, 1915-1916'da, New York ve Zürih'te aynı zamanda ortaya çıkmıştır. Dada'da, 'Karşı Sanat' kavramı geliştirilmiştir. E. H. Gombrich, "Sanatın Öyküsü'nde "Gerçek Sanat' diye bir şey yoktur. Sadece sanatçılar vardır, diyordu. Dada da yazarların ve sanatçıların yarattığı bir olaydı ifadeleriyle Dada'yı açıklamaktadır (E. H. Gombrich, 1993, s. 129).

Dadaizm ile anılan Duchamp'ın hazır nesnelere sanatı dahil ederek yeni bir yaklaşımı ortaya koymaktadır. Duchamp'ın rastgele seçtiği seri üretim nesnelere imzalayıp sanat sergilerine göndermektedir. Böylelikle sanatın keskin çizgilerini provoke etmektedir. Ancak bu durumda etkilenerek, 1960'lı yıllarda Duchamp'ın yaklaşımlarını referans gösteren bir dizi sanatçının çalışmaları ortaya çıkmıştır. "Yeni Gerçekçilik, Pop Art, Montaj (montage) adı verilen Yeni Dada (NeoDada) Dada'nın beslendiği (yararlandığı) şeylerden beslenmektedir. Adorno sanatta yeni kavramını ele alırken yeni olarak nitelendirilen şeyi meta toplumuna hakim olay şeyin dayatması olarak göstermektedir. Meta toplumu ancak üretilen mallar satıldığında var olabileceğinden alıcıları daima, ürünlerin yeniliğiyle etkilemektedir. Adorno sanatın bu zorunluluğa boyun eğdiğini belirtmektedir (Bürger, 2003, s. 90-92). Tüm bu gelişmeler ile birlikte sanata yeni bir yaklaşım kazandırmıştır. Bu yaklaşım ile yeni akımlar sanatın dönüşmesinde etkin olmaktadır. Sanat üzerinde etkin rol oynayan bir başka gelişme ise dijital teknolojilerinin gelişmesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

20. yüzyılın son çeyreğinde, bilgisayar teknolojisi ve onu takip eden internet teknolojisi bilginin yönetimini ele geçirmiş, paylaşım ve sanatsal faaliyetlerin en yoğun varolduğu alan olarak kabul görmüştür. Gelişen bilgisayar teknolojileri, sürekli değişim odaklı olan sanat ile birlikte hareket etme imkanı bulmakta ve birbirleriyle olan ilişkileri de artmaktadır. Günümüzde sanatçılar, internet üzerinde sergi açarak mekan sınırlamasına bağlı kalmaksızın aynı anda tüm dünyaya ulaşabilmekte, dünyanın her yeriyle bilgi ve sanatsal aktarım sağlayabilmektedir. İnternet teknolojisi, insanların sanata katılımlarını ve sanatsal eğitimi kolaylaştırmakta, web müzeleri yaygınlaşmakta, sanat eserlerinin görüntülerine erişim olanakları sağlanmaktadır (Sağlamtimur, 2010, s. 215).

Dijital sanat ile eserin bizzat kendisi dijital ortamda teknolojik imkânlar kullanılarak üretilebildiği gibi, aynı zamanda geleneksel yöntemlerle üretilmiş eserler de dijital üretim vasıtasıyla sergilenebilir ya da geniş kitlelere ulaştırılma imkanına sağlanmaktadır.

Başlangıçtan beri sanatçılar sanat eserlerini üretirken zamanının teknolojisini kullanarak malzeme zenginliği sağlamışlardır. Geçmişten günümüze sanatsal üretim “geleneksel yöntem”, “mekanik yeniden üretim” ve “dijital yöntem” olmak üzere üç aşamada ele alınabilmektedir. Geleneksel yöntemlerle üretilen eserlerin biricik ve özgünlükleri mekanik yeniden üretim yöntemleriyle son bulmuştur. Sanayi Devrimi ve mekanizasyonun gelişimiyle birlikte meydana gelen teknik gelişmeler, 1830’larda fotoğrafın bulunuşuyla yeniden üretim ve kitle iletişiminin olanaklı duruma gelmesi geleneksel yöntemlerle üretilen eserleri daha geniş kitlelere ulaştırmıştır. Bilgisayar aracılığıyla ve sayısal yoldan imge üretimi ve sanal eserler üretme günümüzde dijital yöntemle birlikte yaygınlaşmıştır. Ancak, bilgisayar sanatını kabul etmede, başlangıçta geleneksel sanat ve mekanik yeniden üretim toplumları oldukça isteksiz olmuştur. Dijital teknolojinin gelişmesiyle, çağdaş sanat tarihinin geleneksel anlamda, dijital sanat bağlamında uyarlanması zorunlu hale gelmiş, mühendisler, programcılar ve sanatçılar ortak çalışarak sanat ürünlerini yaratmaya başlamışlardır (Sağlamtimur, 2010, s. 216).

Baudelaire sanatı açıklarken “her çağın kendi tavrı, kendi bakışı ve duruşu vardır” ifadesini kullanmaktadır. Özellikle sanayi toplumları öncesinde sanatçı ve tüketici arasında var olan ve sosyal varlık alanı tarafından yönlendirilen, bütünleşmiş bir ortak zevk alanından söz etmek mümkündür. İletişim teknolojisindeki yeni gelişmeler ile birlikte küreselleşen toplum yapısında ve postmodern dönemde sanatçının yeni algı normlarını, yeni duygu ve düşünceleri sanatına yansıtmasını belli bir üslupta, tek bir sanatsal harekette aramak mümkün olmamaktadır. Dijital teknolojilerin günümüzde dünya genelinde bireyleri ve organizasyonları birbirine bağlayan sadece iletişim değil, kültürel boyutları da olan araçlar olduğu bilinmektedir. Sütçü, “Dijitalliğin en önemli fonksiyonu, nesnelere sanallaştırması, çoğaltılabilmeye ve elektronik ağlar üzerinden iletebilmeye olanak tanımasıdır”der (Sütçü, 2012, s. 84) . Bu yaklaşımla dijital teknolojilerin sanatsal yapı üzerindeki etkisine vurgu yapılmaktadır. Artık sanat eserleri ağlar üzerinden dolaşım yapabilmekte, çoğaltılmakta ve yaygın hale gelmektedir. Bu da sanat eserinin ulaşılabilir olmasını sağlamaktadır.

Teknolojik gelişmeler ile yalnızca görsel sanatlar alanında değişiklikler yaşanmamakta diğer sanat dalları da dijital teknolojilerden hem olumlu hem de olumsuz biçimde etkilenmektedir. Video ve ses sisteminin dijital ortamdan değiştirilmesi çoğaltılması ve paylaşılması buna örnek olarak gösterilebilir.

Günümüz teknolojisi ile birlikte hızlı bir biçimde video üretilebilir, çoğaltılabilir ve paylaşılabilir. video sistemlerinin ağ sistemleriyle buluşması ile birlikte fiziksel olarak, çok daha küçük alanlara kaydedilebilen sayısal video görüntüsü, ağ teknolojisinin yükselmesi ile birlikte sadece kolay üretilebilir ve çoğaltılabilir değil; aynı zamanda sınırsız defa paylaşılabilir hale gelmektedir. Sayısal görüntünün avantajlarını aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Altunay, 2012):

- Sayısal kameralar, analog kaydedicilere göre daha kaliteli görüntü ve ses kaydı yapar.
- Sayısal hâle dönüşen görüntü ve sesler tüm iletim ağlarına (kablo, uydu, karasal) uyumlu olduğu gibi, internet üzerinden de iletmeye uygundur.
- Sayısal yayınlar izleyiciyle etkileşime olanak veren uygulamaları da içerir. Böylece izleyiciler de veri iletiminde bulunabilir.

Ağ teknolojileri kendi ağ kültürün yaratmaya başlamış ve farklı video paylaşım siteleri ile birlikte görüntüler, sesler, temsiller, ifadeler; özetle görselleştirilebilen herşey ağ üzerinden paylaşılabilir hale gelmektedir.

Günümüz teknolojileri sayesinde, bir çok müze ve sanat kurumu, yeni medya sanatının edinilmesine ve sergilenmesine odaklanmaktadır. Yalnızca sergileme boyutu ile kalmayıp aynı zamanda, kayıt altına alma, belgeleme ve arşivleme gibi işlevleri de yerine getirme imkanı sunmaktadır. Dijital sanat formlarının daha da ötesinde, özellikle internet sanatının doğası olarak değişme potansiyeline sahip olduğundan ve izleyicilerin/kullanıcının katkılarına bağlı olarak farklı versiyonlarda evrileşebilmektedir. Ayrıca dijital sanat projeleri, interaktiflik imkanı sağlayarak etkileşim de oluşturmaktadır (Yengin, 2012, s. 145).

Dijital sanat, interneti, ağ bağlantılarını, özgün yazılımları, sanal gerçekliği, sanal ortamları, yapay yaşamı ve organizmaları, veri tabanlarını, robotları, bedene takılan başlıkları, protezleri, makine uzantılarını kullanmakta, yapay zeka, veri görüntüleme ve haritalama, hiper metinsel anlatılar ve oyunlar dijital sanat eseri olarak kabul edilmektedir (Çokokumuş, 2012, s. 56). Bu ifade ile dijital sanatın alanının çok geniş olduğunu ve hem üretim hem de dağıtım alanında uygulamalar kullanıldığını söylemek mümkündür.

Bilgisayar teknolojisinin yaygınlaşması ve sanatçıların bilgisayarı kısa sürede kullanmaya başlamasıyla, resim, heykel, endüstri tasarımından başka müzik, kareografî ve “somut” şiir alanlarında da kullanılmaya başlanmıştır. Çok sayıda animasyon, dijital tasarımlar dünyası büyük bir hızla ilerlemiş, müzelerde özel sergiler bölümünde, bu türden üretilmiş işler izleyiciler için sergilenmektedir. Video enstelasyonlar, üç boyutlu tasarımlar gibi “art work” yani “eser”ler boya ve tuvalin yerine, fotografik materyallerin kullanımına açılması gibi uygulamalar kullanılmaktadır. LED ışıkları da sanatsal araç olarak kullanılmaktadır (Çokokumuş, 2012, s. 56).

Christina Paul, Digital Art adlı eserinde, dijital sanat kavramını üç ayrı başlık altında ele almaktadır (Paul'den akt. Ürper, 2012, s. 21-24):

1. Araç olarak dijital teknoloji: Dijital teknolojilerin sanatın yaratım sürecinde kullanılmasını kapsamaktadır. Müzik, resim, video, fotoğraf ve heykel gibi birçok sanat disiplinin üretim süreçlerinin dijital teknolojiler ile gerçekleştirilmesini kapsamaktadır. Bilgisayar dijital sanat üretimi için merkezi işleve sahiptir. Bu durum karmaşalara yol açmaktadır. Örneğin fotoğraf ve video alanlarında gerçeklik konusunda tartışmalara yol açmaktadır. Bir diğer durum ise, kopyalama, çoğaltma ve yeniden üretim konusunda yaşanmaktadır. Böylelikle görüntüler üzerinde değişiklikler yapılabilmekte ve istenildiği kadar çoğaltılabilmektedir. Bu durumda sanat eserine değer katan “biriciklik” özelliğini ortadan kaldırmaktadır. Buna karşın demokratik bir paylaşım da olanak sağladığını söylemek mümkündür. ayrıca kolaj yapma imkanı ve röprodüksiyon yapılmış sanat eserlerine ekleme ve çıkarmalar yaparak, pastiş ürünlerin ortaya çıkmasına olanak sağlamaktadır. Böylelikle Mona Lisa'ya bıyık takmak gibi farklı yüz uygulamaları gerçekleştirilerek postmodern kültür yansımalarına rastlanılmaktadır.
2. Ortam olarak dijital teknoloji kullanımı: Dijital teknolojiler ile sanatın sunulması, sergilenmesi gibi olanaklar da sunmaktadır. Dijital ortamlar, interaktif, katılımcı, dinamik ve isteğe bağlı olarak değişme gibi özelliklere sahiptir. İnternet ile fiziki imkanların yanı sıra bir çok yeni tür sanat biçimlerinin ortaya çıkmasına olanak vermektedir. Net sanatı, ağ sanatı, yazılım sanatı, cyber sanatı, piksel sanatı, yeni medya sanatı, multimedia sanatı, interaktif film, bilgisayar tabanlı müzik gibi bir çok yeni sanat biçimlerinin hem şekillenmesi hem de yayınlanması açısından bilgisayar önemli bir ortam olarak görülmektedir.
3. İçerik olarak dijital bağlantılı konuların kullanılması: dijital sanat eserlerinde dijital medyaya özgü temalar yer verilmektedir. Yapay zeka, yapay yaşam, sanal gerçeklik, telerobotik, veri tabanı estetiği, data görselleştirmesi, net aktivizm, oyunlar, anlatsal hiper medya ortamları, beden ve kimlik konusu, dijital sanatta tema olarak çalışılmaktadır.

Benjamin, teknolojinin sanat için kullanımını, “toplumsal realitenin ‘teknolojiyi kendi amaçları için bir organ yapabilecek denli olgunlaşmış olması’ ve buna karşılık da ‘teknolojinin toplumun temel güçlerine denk düşecek denli güçlenebilmiş olması’ anlamına gelmektedir” diye ifade etmektedir. Teknolojinin yeni gelişmeler ile birlikte ortaya çıkardığı yeni bir estetisizm oluşturduğunu vurgulamaktadır. Teknolojik yeniden üretime ve kendi kamusunu kendisi yaratabilen kitle iletişim araçlarına dayanan yepyeni bir estetisizm oluştuğunu ifade etmektedir. yeni iletişim araçları ile, olayları filme çekip kaydetmek, daha sonra yeniden-üretim dağıtmak işlevine ihtiyaç duymadan çoğaltma fırsatı sunmaktadır. Böylelikle içeriği düzenleyip, yeniden biçimlendirmek ve düzeltmek mümkün olmaktadır. Özellikle radyo ve sesli filme geçiş, modern yedine üretim teknolojilerinin hem mükemmelleştirilmesi, hem de güçlü bir biçimde yaygınlaştırılması sağlanmaktadır (Benjamin, 1995, s. 61-92). Günümüzde iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi teknolojik yeniden üretime yeni bir boyut kazandırmaktadır. Gelişen bilgisayar teknolojisi ile birlikte oluşturulan yazılımlar, akıllı telefon uygulamaları gibi imkanlar aracılığı ile sanat eserlerinin yineden üretilmesi söz konusu olmaktadır.

Dijital teknolojiler ile gerçekleştirilen bir çok sanat uygulaması olmasına karşın konumuz gereği yeni medya sanatını ayrıntılı olarak ele almak gerekmektedir. Yeni medya teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte dijital sanat alanında da gelişmeler katedilmektedir. Böylelikle yeni medya teknolojileri ile sanat yeni bir boyut kazanarak yeni medya sanatı ortaya çıkmaktadır. Bu sanat tarzının ise çeşitli boyutları bulunmaktadır.

“Yeni medya sanatı” kavramının yeni medya teknolojilerinin sanat alanında kullanılmasıyla gündeme gelmektedir. Yeni Medya teknolojilerinin sanatta araç-ortam olarak kullanımı ve sanat çalışmalarının içeriğine etkileri şu şekilde sıralanabilir (Güney, 2014, s.128):

- Günümüzde çeşitli imgeler, fotoğraflar ve hareketli görüntüler bilgisayar ortamına kodlamalar ile aktarılmakta ve üzerinde her türlü değişim yapılabilmektedir.
- Yeni teknolojik donanımlar ve yazılımlar ile izleyiciyi çalışmanın içine katan, ortak hareket gerektiren eserler oluşturulmaktadır.

- Sanal ortama aktarılan veya sanal ortamda hazırlanan dijital çalışmaların anında uzun mesafelere aktarılması, paylaşımlarda bulunulması sağlanmaktadır.
- Formların yeni türleri ile tamamen simülatif bir dünya kurgulanabilmektedir. Simüle edilerek nesnesiz bir sanat fikrine dayanan sanal ortamda sergilemeler gerçekleştirilmektedir. Yeni sanat ortamı, ister istemez görüntülerin üretiminde dağıtımında ve yayılımında farklar yaratmaktadır. Biricikliğinin yok edilmesiyle dijital ortamda sınırsızcasına çoğaltılabilir değiştirilebilir, müdahale edilebilir bir sanat deneyimi oluşturulmaktadır (Şahiner'den akt. Güney, 2014, s.128)
- Yeni medya sanatının biçim değiştirme ve etkileşim özelliği sanatçı-izleyici, sanat yapıtı arasındaki ilişkileri değişime uğratmaktadır.
- Geleneksel biçimlendirme yöntemleri artık bilgisayarda değişik yazılımlar yardımıyla gerçekleştirilmektedir. Bilgisayar yazılımları sa inde günümüzde sanatsal eğitimi olmayan kişilerin sanatsal faaliyetlerde bulunmaları mümkün hale gelmektedir. Profesyonel olmayan kişiler, kolaylıkla istedikleri tasarımları oluşturabilmektedir (Whale'den akt. Güney,2014, s.129).
- Farklı sanat dalları bir arada kullanılarak, dijital teknolojiler ile birleştirilmektedir. Sanatçıların, tasarımcıların, bilgisayar yazılımcılarının, donanımlara hakim mühendislerin bir arada çalışmasını gerekli hale getiren çalışmalar bulunmaktadır. Bu durumda sanatçı sanatını icra edebilmek için yeni teknolojileri öğrenmek, yeni uzmanlık alanları geliştirmek durumunda kalmaktadır. Sanatsal süreç rastlantısal olandan uzaklaşarak, hesap edilmiş, önceden tasarlanmış, hataya yer vermeyen düzenlemelere dönüşmektedir. Dolayısıyla sanatçının dijital çağda yaşadığı en büyük değişim ise yalnızca sanatını icra etmekle kalmayarak yeni teknolojileri de öğrenmek durumunda kalmasıdır (Çuhacı'dan akt.Güney, 2014, s.129)
- Yapıt, olmuş bitmiş somut bir nesne olarak değil, oluşumunu tamamlamamış, ortaya çıkması için dışarıdan bir etkinin beklendiği bir sürece geçiş yapmaktadır (Çuhacı'dan akt.Güney, 2014, s.129)

- Manovich'e göre geleneksel estetik, resim, heykel gibi bölümlere ayrılmaktadır. Dijital teknoloji ise fotoğraf, resim, sinema, animasyon arasındaki farkı ortadan kaldırmaktadır. Çoklu ortamda varlık sürdürmektedir (Alioğlu'dan akt. Güney, 2014, s.129)

Tüm bu sıralanan uygulamaları eleştirel bir bakış olarak ele aldığımızda sanat eserinin biriciklik niteliği ortadan kaybolmaktadır. Benjamin bu durumu şöyle ifade etmektedir:

“ Başka bir deyişle, ‘hakiki’ sanat yapıtının biriciklik değeri, temelini, özgün ve ilk kullanım değerine de kaynaklık etmiş olan kutsal törende bulur. Sözü edilen temel, ne denli dolaylı olursa olsun, güzel’e hizmet edişinin en dünyevi biçimlerinde bile diden bağımsız bir tören niteliğiyle belirgindir. Rönesansla birlikte belirginleşen ve üç yüz yıl boyunca geçerliliğini koruyan bu güzellik kültü, söz konusu sürenin ardından uğradığı ilk ağır sarsıntı sırasında da temellerini açıkça sergilemiştir. Gerçek bir devrim niteliğindeki ilk yeniden üretim aracı olan fotoğrafın ortaya çıkmasıyla birlikte sanat, aradn bir yüzyıl daha geçtikten sonra artık varlığı tartışmasız olacak bunalımın yaklaştığını duyumsadığında, sanata özgü bir tanrıbilim diye tanımlanabilecek ‘sanat sanat içindir’ öğretisiyle tepki göstermiştir” (Benjamin, 2014, s. 58).

Benjamin, sanat yapıtının teknik yolla yeniden üretiminin gerçekleştirildiği çağda, sanat yapıtının birden fazla üretiminin sağladığını ve bu durumun hakikilik kavramının önemini yitirmesine yol açtığını da vurgulamaktadır. Bir defa kopyalanan bir fotoğrafın hangisinin özgün olduğunu ayırt etmek mümkün olmamaktadır. Sanatın bu durumda işlevinin değiştiğini söylemek mümkün olmaktadır.

Sosyal medya araçlarından instagram dijital sanat uygulamaları açısından önemli bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır. Profeyonel olmayan kullanıcılara da sanatsal faaliyet yapma imkanı sağlayan instagram dijital sanat için önemli mecra olarak kullanılmaktadır.

Instagram, 2010 Ekim’de, Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından ilk olarak IOS (iPhone-iPad) için geliştirilen, sahip olduğu kaliteli filtreler ve sosyal ağ özellikleri ile kısa zamanda oldukça popüler olan bir fotoğraf paylaşım uygulamasıdır. San Francisco, California’da geliştirilen uygulama, aylık 90 milyon aktif kullanıcısı bulunmaktadır. Instagram’ın hızla yayılmasında sosyal medya platformları ile entegre çalışması önemli rol oynamaktadır. Uygulama ile hazırlanan fotoğraflar facebook, flickr, twitter, foursquare ve tumblr üzerinden paylaşılabilir. Bu uygulamayı cazip hale getiren özellik ise, kullanıcıların çektikleri fotoğrafları üzerinde çok pratik bir şekilde çeşitli filtreler kullanarak, profesyonel görünüme sahip fotoğraflar yaratabilme imkanı sunması olarak ifade edilmektedir. En basit ve sıradan bir fotoğraf, uygulanan birkaç farklı efekt ile göz kamaştırıcı olabilmekte ve bunun yarattığı tatmin kısa sürede Instagram kullanıcılarının övgülerini almaktadır (Kaya, 2016).

Instagramda var olan filtre uygulamaları kullanıcılar tarafından tercih edilmesinin en önemli sebebi olarak görülmektedir. Photoshop gibi fotoğraf işleme programlarında birçok teknik işlem yapılarak ulaşılabilecek sonuçlara, instagram’da çok daha basit bir şekilde ulaşılma imkanı bulunmaktadır. Sürüm güncellemeleri ile değişiklik gösterse de instagram efektleri şu şekilde: Amaro, Mayfair, Rise, Hudson, Valencia, X-ProII, Sierra, Willow, Lo-Fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwell, Walden, Hefe, Nashville, 1977, Kelvin sıralanmaktadır. Bu uygulamalar sayesinde kullanıcılar profesyonel olmadan kendi fotoğraflarını çekip, tasarlayıp, yayma imkanı bulmaktadır.

3.1.9. Boş Zaman Etkinliği Olarak Oyunlar ve Sosyal Medya

Boş zaman kavramı tarihsel süreç içerisinde toplumsal yapı ile birlikte şekillenmektedir. Toplumların ekonomik ve sosyo kültürel yapısı boş zaman kavramına bakış açısında değişiklikler yaşanmasında etken rol oynamaktadır. Özellikle sanayi devrimi ve sonrasında toplumsal yapı değişmekte ve boş zaman kavramının önemi farklı bir boyutta ele alınmaktadır. Boş zaman kavramını tarihsel süreç içerisinde taşıdığı anlamlar bakımından ele almak gerekmektedir.

Antik Yunan döneminden başlayarak sırasıyla Roma ve Orta çağda boş zaman kavramlarına bakış açısına değinmek ve günümüz boş zaman değerlerini irdelemek gerekmektedir.

Antik Yunan döneminde; iyilik, güzellik, hakikat ve bilgi gibi önemli konularda düşünmek ve uğraşmak gibi kavramlara karşılık gelen boş zaman etkinliği bir şey yapılmayan zaman kavramının tam tersi bir anlam taşımaktadır. Boş zaman seçkinlik, derin düşünme, estetik hazlar ve beğeni oluşturma zamanı olarak değerlendirilmekte ve ruhun arındırılması, derin düşünömsellik ile uğraşmak için önemli bir zaman dilimi olarak görölmektedir. Bu dönemde çalışma ve iş yaşamı ancak sınıfsal tabakalaşmanın en alt kısmında bulunan köleler ve işçiler için geçerli iken boş zaman ise en üst sınıftan bireylerin gerçekleştirebileceği aktiviteler için kullanılmaktaydı. Özetle Antik Yunanda boş zaman sınıfların egemenliğinde olan ve üretim sürecinden ayrımlaşan insanlara özgü bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Aytaç, 2002, s. 234-235).

Romalı'lar da ise durum daha farklıdır. Romalılar boş zamanı, gevşeme/rahatlama ve eğlenceli boş vakit etkinlikleri için çalışma dışında bir zaman dilimi olarak görmektedir. Bu döneminde, boş zaman sınıfsal bir hak olarak görölmemektedir ve sosyal bir statü anlamına da gelmemektedir. Boş zamana işi destekleyici onu takviye edici bir anlam da yüklenmektedir. Kitle boş zaman türleri (oyunlar, spor, gladyatör dövüşleri vs.) bu dönemde ortaya çıkan bu bakış açısı günümüz boş zaman anlayışı ile de benzerlikler taşımaktadır (Aytaç, 2002, s. 235).

Orta çağa geldiğimizde, sadece bir dinlenme ve etkinlik zamanı değil, aynı zamanda üst sosyal tabaka arasındaki bir sosyal temsil alanıydı. Yunan düşüncesinin aksine boş zaman, işten boşalma ve hangi etkinliğe katılacağını seçme özgürlüğünü ifade ediyordu. Geç orta çağda, boş zaman; gösteriş, lüks, haz ve israfı doğru dönüşmeye başladı (Aytaç, 2002, s. 235).

Aydoğan boş zaman kavramını serbest zaman olarak ele almakta ve anlamını İngilizcedeki 'leisure' Latince'deki 'licere' özgür olma sözcüğünden türediğini belirtmektedir. Bu nedenle, serbest olarak yapılan, sınırlanmamış, özgürce yapılan etkinlik olarak da yorumlanmaktadır. Kişisel doyumu sağlamak amacıyla özgürce seçilebilmesine de vurgu yapılmaktadır. İncinebilir düşüncelerimiz için, kendimiz için ayırdığımız farklı bir varoluş biçimi olarak da ifade edilen boş zaman, bizi rahat

bırakmayan yaşamın sorunlarını göz ardı etmeme ve kendimiz olabilme imkanı da tanımaktadır (Aydoğan, 2000, s. 21).

Geçmişten günümüze kadar bir çok anlam yüklediğimiz boş zaman kavramı günümüzde iş yaşamı ve kargaşadan arta kalan zamana karşılık gelmektedir. Bireyin iş yaşamından artan süre olarak, kendi için ayırdığı kişisel zamanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Antik Yunan'dan günümüze kadar ele alınmış bir kavram olan boş zaman, günümüz teknolojileri ile birlikte anlamsal açıdan büyük değişimler de yaşamaktadır.

Bir etkinlik biçimi olarak boş zamanı ele aldığımızda, oyun kavramı karşımıza çıkmaktadır. Bireyi zaman, mekan ve kurallardan ayıran oyun, bireyin gizli kalmış yönlerini geliştirmesine ve kendini ifade edebilmesine de olanak sağlamaktadır. Oyun, toplumsal kişiliğin herşeyi kapsayan taleplerinden kurtulmak isteyen kişiye birselliğini gerçekleştirebileceği bir alan tanımaktadır (Aydoğan, 2000, s. 23).

Oyun konusunu incelerken üç farklı bakış açısıyla anlatmakta fayda vardır. Öncelikle düşünürlerden Freud oyun kavramını konu edinenlerdendir. Oyun olgusunu ruh çözümleme açısından ele alan Freud oyunu, zorunluluk alanının dışında kalan bir kavram olarak ifade etmektedir. O'na göre bilinç alanının dışında kalan tek alan oyun alanlarıdır. Schiller ise modern toplumdaki bireyin bütünden kopmasını sağlayan bir faktör olarak oyunu değerlendirmektedir. Schiller, estetikteki güzelliğin özgürlüğe yol açtığını ifade ederek, siyasal sorunların çözümüne giderken dahi oyun alanından geçilmesi gerektiğini belirtmektedir. Ona göre insan ancak iç ve dış baskıların olmadığı ortamlarda özgürleşmektedir. Huizinga oyun kavramını irdeleyen bir diğer düşünürdür. Huizinga, kültür tarihçisi olarak, kültürün oyundan doğduğunu ileri sürmektedir. İlkel toplumlarda avlanma gibi zorunlu gereksinimlerin dahi oyun biçiminde yapıldığını belirtmektedir. Bu topluluklarda oyun yaşamın bir parçası haline geldiğini savunur ve tapınma, şiir, müzik, dans, bilim, ilkel dönemlerde bir oyun olarak karşılık bulmaktadır (Aydoğan, 2000, s. 23-25).

Bu söylemlerden yola çıkarak oyunun toplum içinde bireyin konumlanmasından, bireyin edindiği rollere kadar uzun bir kapsamı içerdiğini söylemek mümkündür. Birey oyun aracılığıyla kültürlenmekte, toplumsallaşmakta, özgür iradesine kavuşmakta ve zorunluluklarından sıyrılmaktadır. Sanal ortamda

oynanan oyunlarda da birey kendi kimliğinden arınabilmekte, başka kimliklere bürünebilmektedir. Kültürel açıdan ele aldığımızda oyunu, her oyun kendi kültürünü oluşturduğunu söylemek yanlış bir ifade etmeyecektir. Her oyunun kuralları, gereklilikleri ve sorumlulukları yer almaktadır. Belli bir zaman dilimi içerisinde, bir süre aralığında, belli kurallar ve başarılar alınan ödüller, oyunun birer parçası olarak görülmektedir.

Sosyal medya araçları ile oynanan oyunlar çeşitli uygulamalar yüklenerek, bir sanal cemaat oluşturmasına olanak vermektedir. Örneğin facebook üzerinden oynanan oyunlarda belli sürelerde can yüklenmesi, canı olmayan oyuncuların diğer oyuncularından can isteyebilmesi, yeni oyuncular davet ederek oyuna yeni bireyler kazandırılması gibi işlevler ile ortak davranışlar sergileyen bir topluluk oluşturulma durumu söz konusudur.

Bir başka ifadeyle, bireyin gündelik yaşamının bir parçasını haline gelen dijital oyunlar, erkek kadın gözetmeksizin her yaşta insanın yaşamının bir parçası haline gelmektedir. Dijital oyunlar ile sanal cemaatler oluşturulmakta ve toplumsallaşma sağlanmaktadır. Bu durum bizi hareketsiz toplumsallaşma kavramına götürmektedir. Burada bireyler hayali topluluklar oluşturmakta ve bu topluluklar bireyin hem çevrimiçi hem de çevrim dışında birbirine bağlanmasına sebep olmaktadır. Dijital oyun cemaatlerinin çevrim içinden çevrim dışına taşınan ilişkilenebilirli bu türdendir. Oyuncular, gerçek yaşamdaki habituslarını oyun içinde inşa ettikleri sanal kimlikler aracılığıyla sanal uzama taşımaktadır. Bireyin yaşı, toplumsal cinsiyet kimliği deneyimleri, toplumsal sınıf aidiyetleri, etnik kimliği, ideolojik görüşü, kültürel ve sosyal sermayesi birer kimlik bagajı olarak oyundaki karakterine/avatarına da yansımaktadır (Binark, 2014). Burada bireyler dijital oyunlar aracılığıyla zorunlu birer üye olmaktadır. Oyunda başarı için başkalarının yardımına ihtiyaç duymakta, başkaları ile birleşerek oyunun üstesinden gelmekte, birlikte stratejiler geliştirmekte ve kısıtlı imkanlar ile birleşerek başarıya ulaşma durumu da söz konusu olmaktadır. Bu nedenle sanal cemaatler oluşturulmaktadır.

4. BÖLÜM DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE DÖNÜŞEN KÜLTÜR VE YAŞAM TARZLARI: KUŞAKLAR ÜZERİNE BİR TİPOLOJİ ARAŞTIRMASI

4.1. Araştırmanın Yöntemi

Verilerin analizi SPSS 23 programı ile yapılmış ve %95 güven düzeyi ile çalışılmıştır. Çalışmada parametrik olmayan test tekniklerinden Mann Whitney ve Kruskal Wallis kullanılmıştır. Mann Whitney bağımsız iki grubun nicel bir değişken açısından karşılaştırılmasında, Kruskal Wallis bağımsız k grubun ($k>2$) nicel bir değişken açısından karşılaştırılmasında kullanılan test tekniğidir.

Çalışmada ölçek sorularının katılım düzeyi puanlarının değişkenlere göre farklılık gösterme durumu Mann Whitney ve Kruskal Wallis testleri ile analiz edilmiştir. KMO ve Bartlett, Faktör Analizi ve Güvenirlilik Analizi yapılmıştır.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak 45 sorudan oluşan bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Ankette kullanılan soru tipleri ise, çoktan seçmeli sorular, doğrusal ölçek sorusu olarak 5'li Likert, Onay soruları yer almaktadır. 5'li Likert Ölçeği kullanılarak katılımcılardan “kesinlikle katılmıyorum,” “katılmıyorum”, “kararsızım”, “katılıyorum”, “kesinlikle katılıyorum” seçeneklerinden birini seçmesi istenmiştir. Onay sorularında birden fazla şık seçme imkanı bulunmaktadır. Seçmeli sorularda ise açık uçlu soru tipi kullanılarak anket sorusuna ‘diğer’ seçeneği eklenmiştir.

Betimsel İstatistik yöntemlerinden, tablo ve grafik yöntemleri ile özetlenmiş, sonra yordamsal istatistik yöntemlerle analiz edilerek ileri analizler yapılmıştır. İnternet ortamına ilave olarak yüz yüze anketler, çalışmanın kalitatif boyunda derinleştirilmesini sağlamış, sayısal analizler üzerine yorumlar gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada anket iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Birincisi internet üzerinden google formlar ile oluşturulan anket sorularının linkini online paylaşımıyla, ikinci kısım ise yüzyüze görüşmeler ile gerçekleştirilmiştir. Toplamda 600 kişiye ulaşılmıştır. Ancak anket formlarından hatalı yanıtları elenerek 450 geçerli anket sonucu elde edilmiştir. Anket sonuçları değerlendirilirken yaş gruplarının eşit oranda

olmasına dikkat edilmiştir. Bu araştırma Ekim 2016 tarihinde başlamıştır ve Ocak 2017 tarihinde sonuçlandırılmıştır.

4.2. Örneklem

Araştırmanın evreni internet kullanıcılarıdır. Araştırma için kullanılan örneklem tipi, kümeli örneklem tipidir. Kuşaklar kümelendirilerek örnekleme dahil edilmiştir. Bu nedenden dolayı ankette var olan yaş aralıklarını temsilini sağlayan kişi sayıları eşit olarak alınmıştır. Örnekleme göre evrendeki eleman sayısı biliniyorsa uygulanan formül aşağıdaki gibidir.

$$n = \frac{Nt^2 pq}{d^2 (N - 1) + t^2 pq}$$

Formüllerde;

N= Evrendeki birey sayısı

n= Örneklem alınacak birey sayısı

p= İncelenecek olayın görülüş sıklığı (olasılığı)

q= İncelenecek olayın görülmeyiş sıklığı (1-p)

t= Belirli serbestlik derecesinde ve saptanan yanılma düzeyinde t tablosunda bulunan teorik değer

d= Olayın görülüş sıklığına göre yapılmak istenen \pm sapma olarak simgelenmiştir.

Tablo 4-1 Örneklem Büyüklükleri

Evren Büyük- lüğü	± 0.03 örnekleme hatası (d)			±0.05 örnekleme hatası (d)			±0.10 örnekleme hatası (d)		
	p=0.5	p=0.8	p=0.3	p=0.5	p=0.8	p=0.3	p=0.5	p=0.8	p=0.3
	q=0.5	q= 0.2	q=0.7	q=0.5	q= 0.2	q=0.7	q=0.5	q= 0.2	q=0.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

Kaynak: Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.50

Yukarıdaki formül ve tabloya göre 0,5 örnekleme hatası ile en az 384 kişi üzerinde çalışma yapmak uygun görülmektedir. Yapılan anket çalışmasında toplam 405 kişiye ulaşılmıştır.

4.3. Bulgular

Çalışmada elde edilen veriler öncelikle güvenilirlik açısından değerlendirilmekte ve faktörel dağılımlar ve güvenilirlik analizi yapılmıştır. Daha sonraki aşamada araştırmanın betimsel olarak ele alınması ve değerlendirilmesi gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın analizi çaprazlama yapılarak sonuçlar değerlendirilmiş ve araştırmadaki sorular arasında ilişkiler saptanmıştır.

Son olarak da araştırma için elde edilen veriler doğrultusunda ortaya konulan hipotezlerin doğruluğu incelenmiştir.

4.3.1. Faktörel Analiz ve Güvenilirlik Analizi

Çalışmanın güvenilirlik analizi ve faktörel dağılımı aşağıdaki Tablo 4-2 Ölçeklerin Maddelerinin Faktör Dağılımı ve Güvenirlik Analizi Sonuçları ile hesaplanmıştır.

Tablo 4-2 Ölçeklerin Maddelerinin Faktör Dağılımı ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

Boyut	Madde	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans Oranı	Cronbach's Alfa
Boyut1	Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar	,747	13,555	0,758
	Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum	,746		
	Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar	,699		
	E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm	,557		
	Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	,536		
	İnternette alışverişi güvenli bulurum	,506		
	İnternette alışveriş yaparım	,465		
	Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşıyorum	,455		
	Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım	,404		
	Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım	,394		
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	,388			
Boyut2	Yakınlarım ile iletişim kurmak için	,780	12,712	0,789

	fotoğraf ve video paylaşımı yaparım		
	Arkadaş, akraba ya da hayranlık duyduğum kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederim	,761	
	Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım (facebook, twitter, instagram vb)	,743	
	Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm (tango, viber, messenger, whatsapp)	,713	
	Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarını takip eder, yorum ve beğeni yaparım	,640	
	Çektiğim fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşırım	,570	
	Online sanat eserleri ve online müzeleri takip ederim	,402	
	Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım	,768	
	Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	,740	
	Sosyal medyada başkalarının yaptığı paylaşımları takip ederim	,697	
Boyut3	Online toplumsal kampanyaları etkili bulurum ve desteklerim(çevre, siyaset, eğitim, zam vb)	,687	12,407
	Sosyal medyada takip edilmek, yer imlemesi yapmak ve paylaşımlarda bulunmak özgürlüğüme engel olmaz	,669	
	Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulurum	,610	
	Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanırım	,352	
Toplam	KMO=0,726 , X²=3285,326 , p<0,05		38,668
			0,697

Ölçeğin faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi amacıyla yapılan KMO ve Bartlett testi sonuçları tablo 4.2. de verilmiştir. Analiz sonucuna göre KMO değeri 0,500'den büyük ve Bartlett X^2 testi anlamlı bulunmuştur. Buna göre ölçek faktör analizine uygundur.

Ölçeğin 1. faktörünün faktör yükleri 0,747 ile 0,388 arasında değişen 11 maddeden oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %13,555 ve güvenilirlik katsayısı 0,758'dir. Buna göre faktörün güvenilirlik düzeyi yüksektir.

Ölçeğin 2. faktörünün faktör yükleri 0,780 ile 0,402 arasında değişen 7 maddeden oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %12,712 ve güvenilirlik katsayısı 0,789'dur. Buna göre faktörün güvenilirlik düzeyi yüksektir.

Ölçeğin 3. faktörünün faktör yükleri 0,768 ile 0,352 arasında değişen 7 maddeden oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %12,407 ve

güvenirlilik katsayısı 0,771'dir. Buna göre faktörün güvenilirlik düzeyi yüksektir. Ölçeğin güvenirlilik katsayısı 0,697'dir. Buna göre ölçeğin güvenilirlik düzeyi yüksektir.

4.3.2. Betimsel Analiz

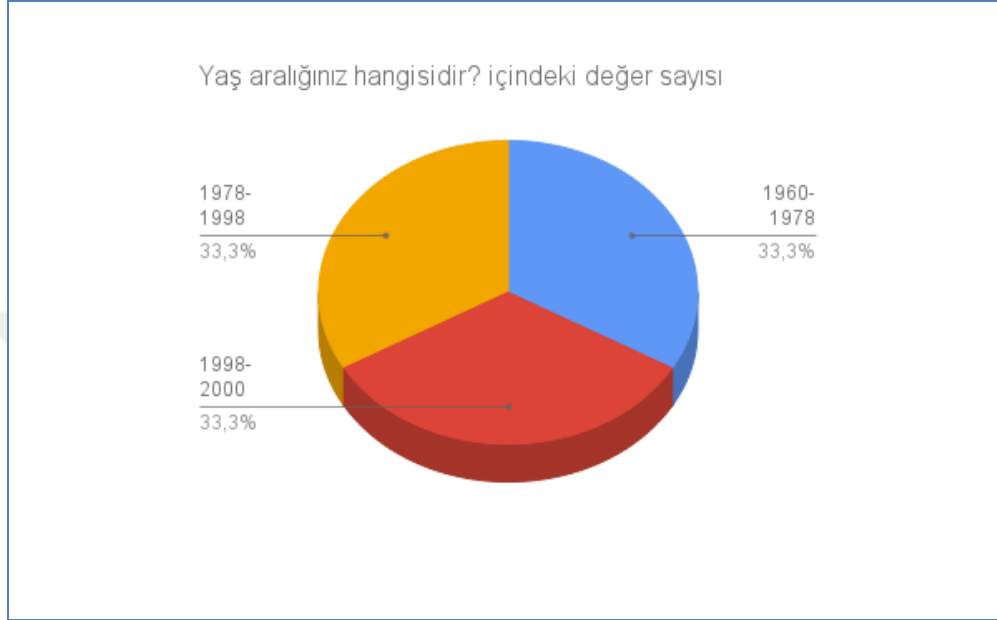
Aşağıdaki Tablo 4-3 de katılımcıların kişisel bilgileri görülmektedir.

Tablo 4-3 Kişisel Bilgilerinin Dağılımı

		n	%
Yaş aralığınız hangisidir?	1960-1977	135	33,3
	1978-1997	135	33,3
	1998-2000	135	33,3
Cinsiyet	Kadın	203	50,1
	Erkek	202	49,9
Eğitim Durumunuz	İlkokul	23	5,7
	Ortaokul	38	9,4
	Lise	133	32,8
	Önlisans	65	16,0
	Üniversite	112	27,7
	Yüksek lisans	30	7,4
	Doktora	4	1,0
Çalışma durumunuz	Çalışıyor	199	49,1
	Çalışmıyor	51	12,6
	Öğrenci	148	36,5
	Diğer	7	1,7

Katılımcıların çoğunluğu kadın (%50,1), lise mezunu (%32,8), çalışanlardır (%49,1). Katılımcıların kuşak dağılımı eşit orandadır.

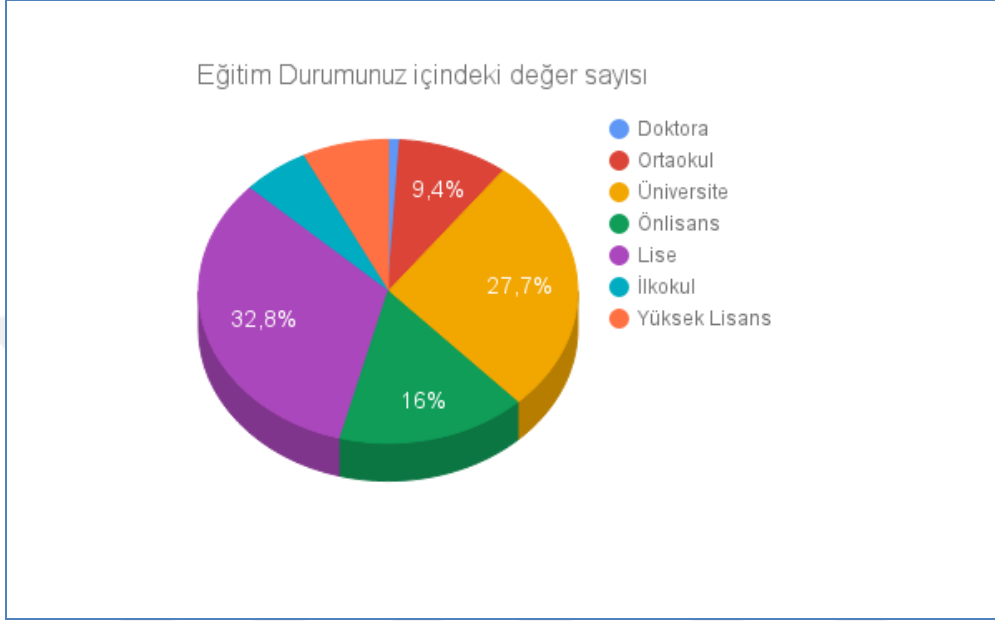
Grafik 4-1 Yaş Aralığı Değer Sayısı



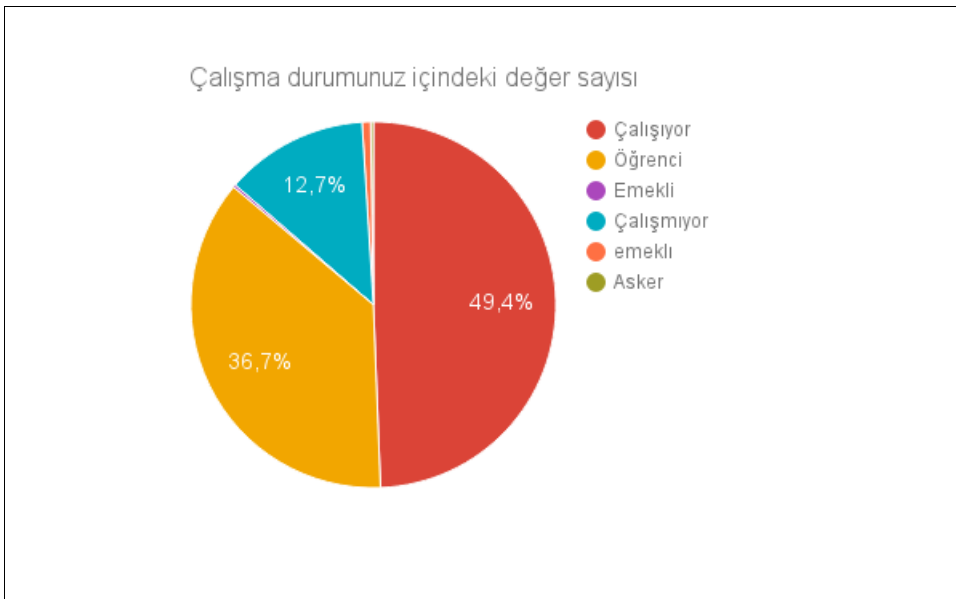
Grafik 4-2 Cinsiyet Dağılımı



Grafik 4-3 Eğitim Durumu Dağılımı



Grafik 4-4 Çalışma Durumu Dağılımı



Tablo 4-4 E-Devlet Kullanım Bilgilerinin Dağılımı

		n	%
E devlet şifreniz var mı?	Evet	333	82,2
	Hayır	72	17,8
E devlet kullanım amacı; e bordro	Evet	60	14,8
	Hayır	346	85,2
E devlet kullanım amacı; adli işlemler	Evet	77	19,0
	Hayır	329	81,0
E devlet kullanım amacı; borç sorgulama	Evet	108	26,6
	Hayır	298	73,4
E devlet kullanım amacı; bilgi edinme	Evet	277	68,2
	Hayır	129	31,8
E devlet kullanım amacı; diğer	Evet	40	9,9
	Hayır	366	90,1

Tabloda katılımcıların E-Devlet kullanım bilgileri görülmektedir.

Katılımcıların çoğunluğunun e-devlet şifresi bulunmaktadır (%82,2). E devlet kullanım amacı; e bordro olanların oranı %14,8; adli işlemler olanların oranı %19,0; borç sorgulama olanların oranı %26,6; bilgi edinme olanların oranı %68,2; diğer nedenler olanların oranı %9,9'dur.

Grafik 4-5 E Devlet Şifresi Sahiplik Durumu



Grafik 4-6 E Devlet Şifresi Kullanım Durumu



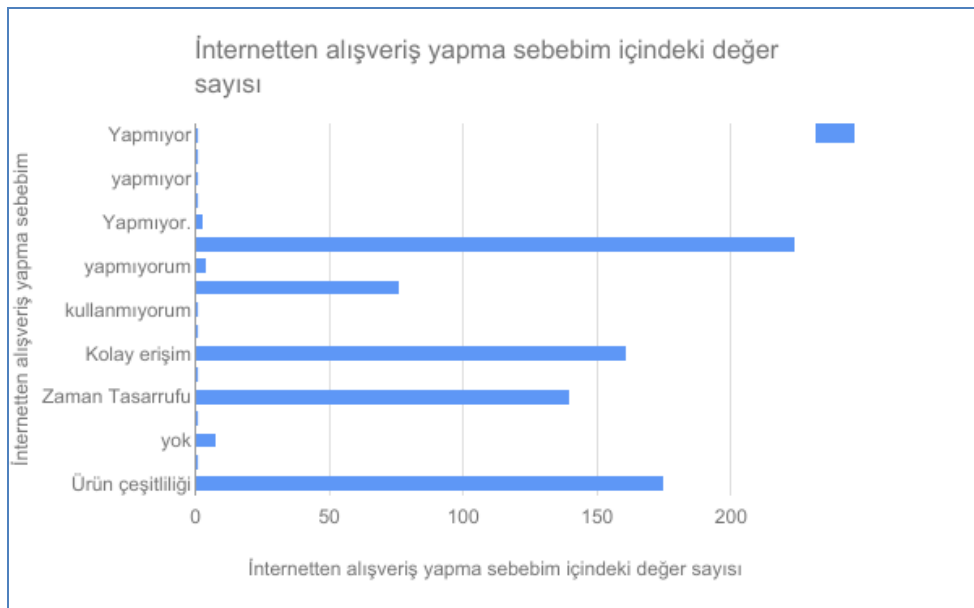
Tablo 4-5 İnternet Alışverişi Bilgilerinin Dağılımı

		n	%
İnternet alışveriş sebebi; zaman tasarrufu	Evet	140	34,5
	Hayır	266	65,5
İnternet alışveriş sebebi; indirim - uygun fiyat aralığı	Evet	224	55,2
	Hayır	182	44,8
İnternet alışveriş sebebi; kolay erişim	Evet	158	38,9
	Hayır	248	61,1
İnternet alışveriş sebebi; kullanıcı deneyimlerine ulaşabilme imkanı	Evet	76	18,7
	Hayır	330	81,3
İnternet alışveriş sebebi; ürün çeşitliliği	Evet	173	42,6
	Hayır	233	57,4
İnternet alışveriş sebebi; diğer	Evet	22	5,4
	Hayır	384	94,6

Tabloda katılımcıların internet alışverişi bilgileri görülmektedir.

İnternet alışveriş sebebi; zaman tasarrufu olanların oranı %34,5; indirim-uygun fiyat aralığı olanların oranı %55,2; kolay erişim olanların oranı %38,9; kullanıcı deneyimlerine ulaşabilme imkanı olanların oranı %18,7; ürün çeşitliliği olanların oranı %42,6; diğer sebepler olanların oranı %5,4'tür.

Grafik 4-7 İnternette Alış Veriş Yapma Sebep Durumu



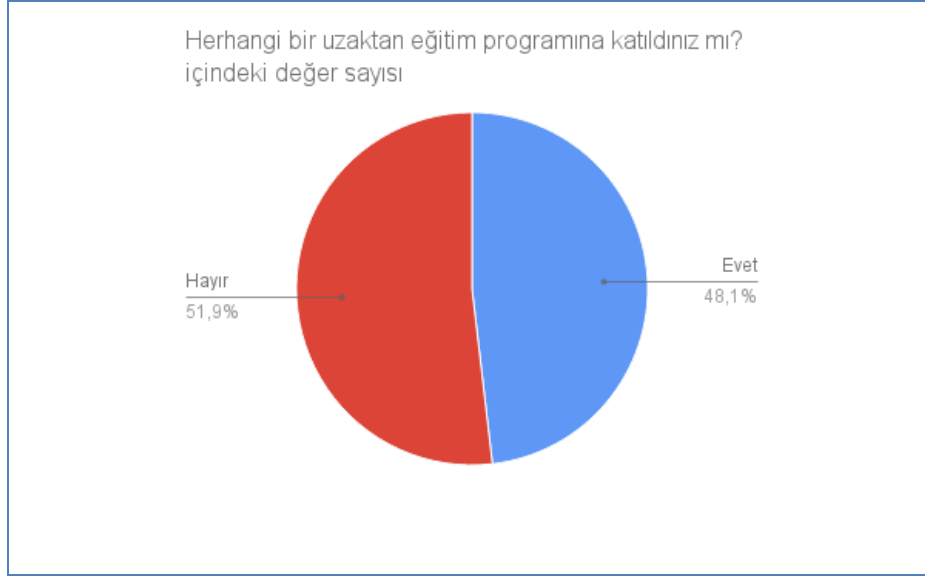
Tablo 4-6 Uzaktan Eğitim Programı Bilgilerinin Dağılımı

		n	%
Herhangi bir uzaktan eğitim programına katıldınız mı?	Evet	195	48,1
	Hayır	210	51,9
Uzaktan eğitim katılım amacı; yabancı dil öğrenmek	Evet	47	11,6
	Hayır	359	88,4
Uzaktan eğitim katılım amacı; sınavlara hazırlık eğitimi	Evet	68	16,7
	Hayır	338	83,3
Uzaktan eğitim katılım amacı; işte uzmanlık amacıyla eğitim	Evet	45	11,1
	Hayır	361	88,9
Uzaktan eğitim katılım amacı; üniversite eğitim	Evet	40	9,9
	Hayır	366	90,1
Uzaktan eğitim katılım amacı; okulda uzaktan eğitim dersi almak	Evet	83	20,4
	Hayır	323	79,6
Uzaktan eğitim katılım amacı; diğer	Evet	22	5,4
	Hayır	384	94,6

Yukarıdaki Tabloda katılımcıların uzaktan eğitim programı bilgileri görülmektedir. Katılımcıların %48,1'i herhangi bir uzaktan eğitim programına katılmıştır.

Uzaktan eğitim katılım amacı; yabancı dil öğrenmek olanların oranı %11,6; sınavlara hazırlık eğitimi olanların oranı %16,7; işte uzmanlık amacıyla eğitim olanların oranı %11,1; üniversite eğitimi olanların oranı %9,9; okulda uzaktan eğitim dersi almak olanların oranı %20,4; diğer nedenler olanların oranı %5,4'tür.

Grafik 4-8 Uzaktan Eğitim Programına Katılım Durumu



Uzaktan eğitim programına katılanların oranı evet % 48,1 hayır % 51.9 olarak görülmektedir.

Tablo 4-7 Sosyal Medya Bilgilerinin Dağılımı

		n	%
Sosyal medya araçlarını kullanım amacı; eğitim	Evet	185	45,6
	Hayır	221	54,4
Sosyal medya araçlarını kullanım amacı; öğretmenler/öğrenciler ile iletişim kurma	Evet	103	25,4
	Hayır	303	74,6
Sosyal medya araçlarını kullanım amacı; kitap, kaynak, materyal tarama	Evet	127	31,3
	Hayır	279	68,7
Sosyal medya araçlarını kullanım amacı; ders, ödev, sunum hazırlama	Evet	124	30,5
	Hayır	282	69,5
Sosyal medya araçlarını kullanım amacı; diğer	Evet	86	21,2
	Hayır	320	78,8
Online haber sitelerine, e dergi, blog yada web sayfalarına herhangi bir konuda haber yada yazı yazdınız mı?(sağlık, siyaset, yeme-içme, tavsiye, seyahat vb)	Evet	126	31,1
	Hayır	279	68,9
Facebook hesabınız var mı?	Evet	345	85,0
	Hayır	61	15,0
Twitter hesabınız var mı?	Evet	218	53,7
	Hayır	188	46,3
Instagram hesabınız var mı?	Evet	283	69,7
	Hayır	123	30,3
Snapchat hesabınız var mı?	Evet	161	39,7
	Hayır	245	60,3
Youtube hesabınız var mı?	Evet	170	41,9
	Hayır	236	58,1
Diğer sosyal medya hesaplarınız var mı?	Evet	23	5,7
	Hayır	383	94,3
Sosyal medya araçlarında; haber takibi yaparım	Evet	325	80,0
	Hayır	81	20,0
Sosyal medya araçlarında; bağımsız haber portallarını gezerim	Evet	183	45,1
	Hayır	223	54,9
Sosyal medya araçlarında; etrafımda olup biten olayların görüntülerini paylaşıyorum	Evet	161	39,7
	Hayır	245	60,3
Sosyal medya araçlarında; var olan haberlere yorum yaparım	Evet	139	34,2
	Hayır	267	65,8
Sosyal medya araçlarında; diğer	Evet	22	5,4
	Hayır	384	94,6
Sosyal medyada var olan hesabınız, mail adresiniz şifreleri başkaları tarafından ele geçirildi mi?	Evet	72	17,8
	Hayır	333	82,2
Farklı bir isim yada sahte hesap kullanarak sosyal medya hesabı oluşturduunuz mu?	Evet	89	22,0
	Hayır	316	78,0

Tabloda katılımcıların sosyal medya bilgileri görülmektedir.

Sosyal medya araçlarını kullanım amacı; eğitim olanların oranı %45,6; öğretmenler/öğrenciler ile iletişim kurma olanların oranı %25,4; kitap,kaynak,materyal tarama olanların oranı %31,3; ders,ödev,sunum hazırlama olanların oranı %30,5; diğer nedenler olanların oranı %21,2'dir.

Katılımcıların %31,1'i online haber sitelerine, e dergi, blog yada web sayfalarına sağlık ,siyaset, yeme-içme,tavsiye, seyahat vb. konularından biriyle ilgili haber yada yazı yazmış, %85,0'nin facebook hesabı, %53,7'sinin twitter hesabı, %69,7'nin instagram hesabı, %39,7'nin snapchat hesabı, %41,9'unun youtube hesabı ve %5,7'sinin diğer sosyal medya hesaplarından biri vardır.

Sosyal medya araçlarında; haber takibi yapanların oranı %80,0; bağımsız haber portallarını gezenlerin oranı %45,1; etrafında olup biten olayların görüntülerini paylaşanların oranı %39,7; var olan haberlere yorum yapanların oranı %34,2; diğer şekillerde yararlananların oranı %5,4'tür.

Katılımcıların %17,8'inin sosyal medyada var olan hesabı, mail adresi şifreleri bir başkası tarafından ele geçirilmiş ve %22,0'ı farklı bir isim ya da sahte hesap kullanarak sosyal medya hesabı oluşturmuştur.

Tablo 4-8 İşyeri Bilgilerinin Dağılımı

		n	%
İş yerinde çalışma ortamınız kamera sistemi ile izleniyor mu?	Evet	211	60,5
	Hayır	138	39,5
Farklı bir isim yada sahte hesap kullanarak sosyal medya hesabı oluşturduğunuz mu?	Evet	89	22,0
	Hayır	316	78,0
İş yerinde kart basmak, göz-el okutmak gibi sistemler kullanılıyor mu?	Evet	139	39,7
	Hayır	211	60,3

Tabloda katılımcıların işyeri bilgileri görülmektedir.

Katılımcıların %60,5'inin iş yerinde çalışma ortamı kamera sistemi ile izlenmekte, %22,0'ı farklı bir isim yada sahte hesap kullanarak sosyal medya hesabı oluşturmuş, %39,7'sinin iş yerinde kart basmak, göz-el okutmak gibi sistemler kullanılmaktadır.

Tablo 4-9 Oyun Oynama Bilgilerinin Dağılımı

		n	%
Oyun oynama aracı; facebook	Evet	179	44,1
	Hayır	227	55,9
Oyun oynama aracı; playstation	Evet	87	21,4
	Hayır	319	78,6
Oyun oynama aracı; telefon - tablet	Evet	175	43,1
	Hayır	231	56,9
Oyun oynama aracı; online oyun siteleri	Evet	73	18,0
	Hayır	333	82,0
Oyun oynama aracı; diğer	Evet	22	5,4
	Hayır	384	94,6

Tabloda katılımcıların oyun oynama bilgileri görülmektedir.

Oyun oynama aracı olarak; facebook kullananların oranı %44,1; playstation kullananların oranı 21,4; telefon-tablet kullananların oranı %43,1; online oyun sitelerini kullananların oranı %18,0; diğer araçları kullananların oranı %5,4'tür.

Tablo 4-10 Ölçek Sorularına Katılım Düzeylerinin Dağılımı

	Kesinlikle katılmıyor		Katılmıyor		Kararsız		Katılıyor		Kesinlikle katılıyor		Ortalama
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
E devlet sistemin aktif kullanım	106	26,2	56	13,8	105	25,9	62	15,3	76	18,8	2,87
E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm	50	12,3	32	7,9	105	25,9	94	23,2	124	30,6	3,52
Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım	176	43,5	64	15,8	68	16,8	37	9,1	60	14,8	2,36
İnternette alışveriş güvenli bulurum	92	22,7	44	10,9	122	30,1	86	21,2	61	15,1	2,95
İnternette alışveriş yaparım	100	24,7	46	11,4	76	18,8	72	17,8	111	27,4	3,12
Uzaktan Eğitim Programlarının güvenli bulurum	58	14,3	51	12,6	138	34,1	85	21,0	73	18,0	3,16
Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar	53	13,1	34	8,4	114	28,1	104	25,7	100	24,7	3,40
Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar	54	13,3	36	8,9	123	30,4	95	23,5	97	24,0	3,36
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın	153	38,2	70	17,5	75	18,7	49	12,2	54	13,5	2,45

yaparak kaza anımı ya da olay anımı paylaşıyorum												
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım	206	50,9	69	17,0	57	14,1	27	6,7	46	11,4	2,11	
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	69	17,0	57	14,1	72	17,8	116	28,6	91	22,5	3,25	
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	57	14,1	73	18,0	180	44,4	60	14,8	35	8,6	2,86	
Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmek beni rahatsız eder	135	33,3	54	13,3	89	22,0	57	14,1	70	17,3	2,69	
Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasını destek veririm	93	23,0	47	11,6	98	24,2	71	17,5	96	23,7	3,07	
Online toplumsal kampanyaları etkili bulurum ve desteklerim (çevre, siyaset, eğitim, zam vb)	62	15,5	47	11,8	114	28,5	94	23,5	83	20,8	3,22	
Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım	46	11,4	24	5,9	68	16,8	112	27,7	155	38,3	3,76	
Sosyal medyada başkalarının yaptığı paylaşımları takip ederim	33	8,1	23	5,7	64	15,8	109	26,9	176	43,5	3,92	
Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını	142	35,3	68	16,9	113	28,1	43	10,7	36	9,0	2,41	

**güvenli
bulurum**

Sosyal medyada takip edilmek, yer imlemesi yapmak ve paylaşımlarda bulunmak özgürlüğüme engel olmaz	59	14,7	47	11,7	106	26,4	81	20,2	108	26,9	3,33
Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanırım	135	33,3	59	14,6	62	15,3	82	20,2	67	16,5	2,72
Çektiğim fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşırım	230	56,8	48	11,9	49	12,1	39	9,6	39	9,6	2,03
Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarımı takip eder, yorum ve beğeni yaparım	107	26,4	50	12,3	88	21,7	67	16,5	93	23,0	2,97
Online sanat eserleri ve online müzeleri takip ederim	184	45,9	68	17,0	73	18,2	36	9,0	40	10,0	2,20
Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım (facebook, twitter, instagram vb)	85	21,0	58	14,3	99	24,4	80	19,8	83	20,5	3,04
Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm (tango, viber, messenger, whatsapp)	34	8,5	30	7,5	56	13,9	123	30,6	159	39,6	3,85
Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım	49	12,2	39	9,7	81	20,2	98	24,4	134	33,4	3,57

Arkadaş, akraba ya da hayranlık duyduğum kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederim	42	10,4	38	9,4	64	15,8	97	24,0	164	40,5	3,75
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	------	----	-----	----	------	----	------	-----	------	-------------

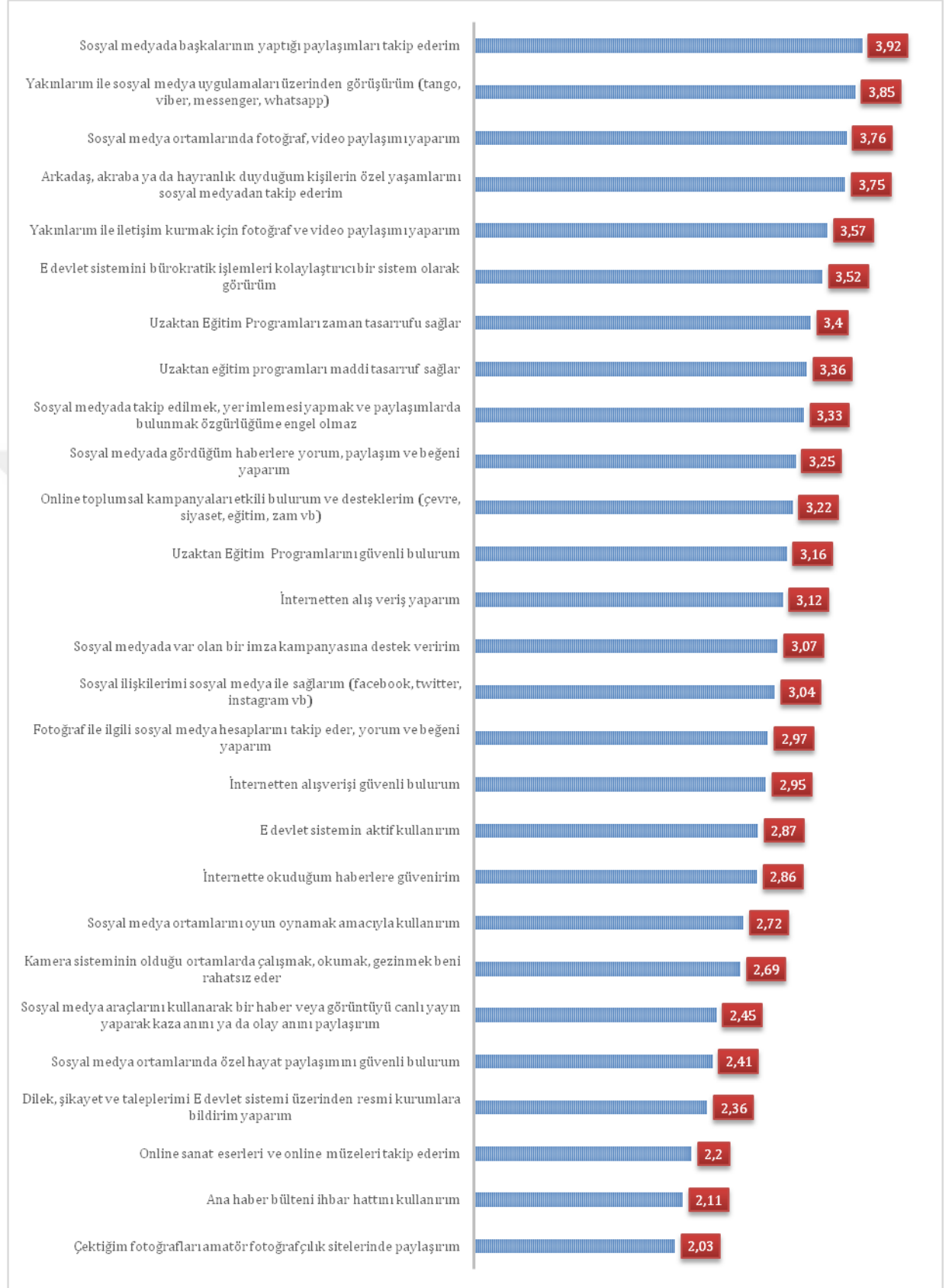
Tabloda katılımcıların ölçek sorularına ilişkin katılım düzeyi dağılımları görülmektedir. Tablodaki veriler ışığında elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- “E devlet sistemin aktif kullanım” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 2,87’dir.
- “E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 3,52’dir.
- “Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 2,36’dir.
- “İnternette alışveriş güvenli bulurum” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 2,95’tir.
- “İnternette alışveriş yaparım” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 3,12’dir.
- “Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 3,16’dir.
- “Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 3,40’dir.
- “Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 3,36’dir.

- “Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşırım” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 2,45’tir.
- “Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 2,11’dir.
- “Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 3,25’tir.
- “İnternette okuduğum haberlere güvenirim” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 2,86’dır.
- “Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmek beni rahatsız eder” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 2,69’dur.
- “Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 3,07’dir.
- “Online toplumsal kampanyaları etkili bulurum ve desteklerim(çevre, siyaset, eğitim, zam vb)” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 3,22’dir.
- “Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 3,76’dır.
- “Sosyal medyada başkalarının yaptığı paylaşımları takip ederim” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 3,92’dir.
- “Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulurum” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 2,41’dir.
- “Sosyal medyada takip edilmek, yer imlemesi yapmak ve paylaşımlarda bulunmak özgürlüğüme engel olmaz” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 3,33’tür.

- “Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanırım” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 2,72’dir.
- “Çektiğim fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşıyorum” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 2,03’tür.
- “Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarını takip eder, yorum ve beğeni yaparım” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 2,97’dir.
- “Online sanat eserleri ve online müzeleri takip ederim” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 2,20’dir.
- “Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlıyorum (facebook, twitter, instagram vb)” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 3,04’tür.
- “Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm (tango, viber, messenger, whatsapp)” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 3,85’tir.
- “Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 3,57’dir.
- “Arkadaş, akraba ya da hayranlık duyduğum kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederim” ifadesine ankete cevap verenlerin katılım düzeyi ortalaması 3,75’tir.

Tablo 4-11 Araştırmaya katılım oranları



Araştırma sonucuna göre en fazla katılım gösterilen ifadeler:

- Sosyal medyada başkalarının yaptığı paylaşımları takip ederim
- Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm (tango, viber, messenger, whatsapp)
- Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım
- Arkadaş, akraba ya da hayranlık duyduğum kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederim
- Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım
- E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm

4.3.3. İlişkisel Analizler

Tablo 4-12 Çalışma Durumunun Sosyal Medya Araçlarını Kullanım Amacının Kuşaklara Göre Dağılımı ve İlişki Testi

Kuşak			Çalışma durumunuz				X ²	p
			Çalışıyor		Çalışmıyor			
			n	%	n	%		
1960-1977	Sosyal medya araçlarını kullanım amacı; eğitim	Evet	46	47,4	15	39,5	0,413	0,521
		Hayır	51	52,6	23	60,5		
1978-1997	Sosyal medya araçlarını kullanım amacı; eğitim	Evet	38	50,7	32	53,3	0,095	0,758
		Hayır	37	49,3	28	46,7		
1998-2000	Sosyal medya araçlarını kullanım amacı; eğitim	Evet	9	33,3	45	41,7	0,326	0,568
		Hayır	18	66,7	63	58,3		

1960-1977 kuşağında Çalışma durumu çalışıyor olanların ve çalışmıyor olanların çoğunluğu sosyal medya araçlarını eğitim amacıyla kullanmamıştır.

Çalışma durumu ile sosyal medya araçlarını kullanım amacı arasında istatistiksel anlamlı ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$).

1978-1997 kuşağında Çalışma durumu çalışıyor olanların ve çalışmıyor olanların çoğunluğu sosyal medya araçlarını eğitim amacıyla kullanmıştır.

Çalışma durumu ile sosyal medya araçlarını kullanım amacı arasında istatistiksel anlamlı ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$).

1998-2000 kuşağında Çalışma durumu çalışıyor olanların ve çalışmıyor olanların çoğunluğu sosyal medya araçlarını eğitim amacıyla kullanmamıştır.

Çalışma durumu ile sosyal medya araçlarını kullanım amacı arasında istatistiksel anlamlı ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 4-13 Kuşak Gruplarının Ölçek İfadelerine Katılım Düzeyinin İlişki Analizi

Kuşak	E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm	Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım
1960-1977	r	-,064
	p	,002
	n	135
1978-1997	r	,149
	p	,085
	n	135
1998-2000	r	-,022
	p	,796
	n	135
1960-1977	r	1
	p	,396**
	n	135
1978-1997	r	1
	p	,000
	n	135
1998-2000	r	1
	p	,304**
	n	135

Tabloda kuşak gruplarının ölçek ifadelerine katılım düzeyinin ilişki testi sonuçları görülmektedir.

1960-1977 kuşağında;

“E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm” ifadesine katılım düzeyi ile “Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım” ifadesine katılım düzeyi arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki bulunmaktadır.

1978-1997 kuşağında;

“E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm” ifadesine katılım düzeyi ile “Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım” ifadesine katılım düzeyi arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki bulunmaktadır.

1998-2000 kuşağında;

“E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm” ifadesine katılım düzeyi ile “Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım” ifadesine katılım düzeyi arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 4-14 Kuşak Gruplarının Ölçek İfadelerine Katılım Düzeyinin İlişki Analizi

Kuşak	1960-1978	İnternette alışveriş yaparım
1960-1978	İnternette alışveriş güvenli bulurum	r ,793**
		p ,000
		n 135
1978-1998	İnternette alışveriş güvenli bulurum	r ,776**
		p ,000
		n 135
1998-2000	İnternette alışveriş güvenli bulurum	r ,739**
		p ,000
		n 135

Tabloda kuşak gruplarının ölçek ifadelerine katılım düzeyinin ilişki testi sonuçları görülmektedir.

1960-1977 kuşağında;

“İnternette alışverişini güvenli bulurum” ifadesine katılım düzeyi ile “İnternette alışveriş yaparım” ifadesine katılım düzeyi arasında pozitif yönlü çok güçlü bir ilişki bulunmaktadır.

1978-1997 kuşağında;

“İnternette alışverişini güvenli bulurum” ifadesine katılım düzeyi ile “İnternette alışveriş yaparım” ifadesine katılım düzeyi arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişki bulunmaktadır.

1998-2000 kuşağında;

“İnternette alışverişini güvenli bulurum” ifadesine katılım düzeyi ile “İnternette alışveriş yaparım” ifadesine katılım düzeyi arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 4-15 Kuşak Gruplarının Ölçek İfadelerine Katılım Düzeyinin İlişki Analizi

Kuşak		Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarımı takip eder, yorum ve beğeni yaparım
1960-1978	Çektiğim fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşırım	r ,380** p ,000 n 135
1978-1998	Çektiğim fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşırım	r ,412** p ,000 n 135
1998-2000	Çektiğim fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşırım	r ,641** p ,000 n 135

Tabloda kuşak gruplarının ölçek ifadelerine katılım düzeyinin ilişki testi sonuçları görülmektedir.

1960-1977 kuşağında;

“Çektiğim fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşırım” ifadesine katılım düzeyi ile “Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarımı takip eder, yorum ve beğeni yaparım” ifadesine katılım düzeyi arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki bulunmaktadır.

1978-1997 kuşağında;

“Çektiğim fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşırım” ifadesine katılım düzeyi ile “Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarımı takip eder, yorum ve beğeni yaparım” ifadesine katılım düzeyi arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki bulunmaktadır.

1998-2000 kuşağında;

“Çektiğim fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşırım” ifadesine katılım düzeyi ile “Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarımı takip eder, yorum ve beğeni yaparım” ifadesine katılım düzeyi arasında pozitif yönlü orta bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 4-16 Kuşak Gruplarının Ölçek İfadelerine Katılım Düzeyinin İlişki Analizi

Kuşak	Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm	Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım
1960-1977	Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım r ,414** p ,000 n 135	,425** ,000 135
	Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm r 1 p ,000 n 135	,579** ,000 135
1978-1997	Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım r ,455** p ,000 n 135	,537** ,000 135
	Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm r 1 p ,000 n 135	,729** ,000 135
1998-2000	Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım r ,564** p ,000 n 135	,594** ,000 135
	Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm r 1 p ,000 n 135	,663** ,000 135

Tabloda kuşak gruplarının ölçek ifadelerine katılım düzeyinin ilişki testi sonuçları görülmektedir.

1960-1977 kuşağında;

“Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım” ifadesine katılım düzeyi ile “Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm” ifadesine katılım

düzeıı ve “Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım” ifadesine katılım düzeyi arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki bulunmaktadır.

“Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm” ifadesine katılım düzeyi ile “Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım” ifadesine katılım düzeyi arasında pozitif yönlü orta bir ilişki bulunmaktadır.

1978-1997 kuşagında;

“Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım” ifadesine katılım düzeyi ile “Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm” ifadesine katılım düzeyi arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki, “Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım” ifadesine katılım düzeyi arasında pozitif yönlü orta bir ilişki bulunmaktadır.

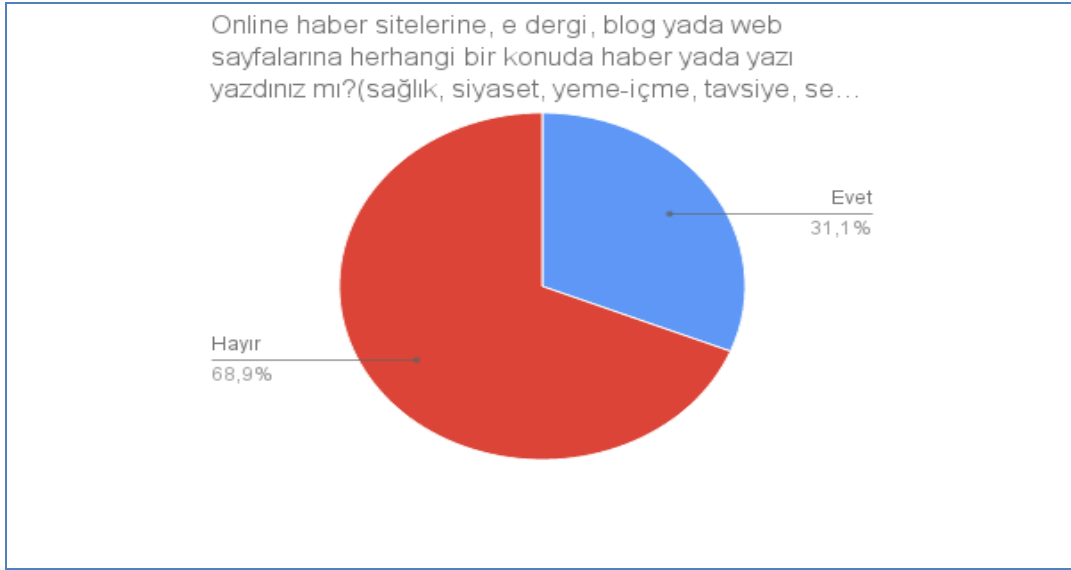
“Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm” ifadesine katılım düzeyi ile “Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım” ifadesine katılım düzeyi arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişki bulunmaktadır.

1998-2000 kuşagında;

“Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım” ifadesine katılım düzeyi ile “Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm” ifadesine katılım düzeyi ve “Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım” ifadesine katılım düzeyi arasında pozitif yönlü orta bir ilişki bulunmaktadır.

“Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm” ifadesine katılım düzeyi ile “Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım” ifadesine katılım düzeyi arasında pozitif yönlü orta bir ilişki bulunmaktadır.

Grafik 4-9 Online Haber Sitelerine, E Dergi, Blog ya da Web Sayfalarına Haber yada Yorum Yazma Durumu



Tablo 4-17 Kuşak Gruplarının Ölçek İfadelerine Katılım Düzeyinin İlişki Analizi

Kuşak	Arkadaş, akraba ya da hayranlık duyduğum kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederim
1960-1977	Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulurum r ,126 p ,144 n 135
1978-1997	Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulurum r -,114 p ,187 n 135
1998-2000	Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulurum r -,067 p ,439 n 135

Tabloda kuşak gruplarının ölçek ifadelerine katılım düzeyinin ilişki testi sonuçları görülmektedir.

Kuşaklar arasında “Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulurum” ifadesine katılım düzeyi ile “Arkadaş, akraba ya da hayranlık duyduğum kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederim” ifadesine katılım düzeyi arasında ilişki bulunmamaktadır.

4.3.4. Karşılaştırma Analizleri

Tablo 4-18 Kuşak Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Yaş aralığınız hangisidir?	n	Sıra Ortalama	X ²	p
E devlet sistemin aktif kullanım	1960-1977	135	201,90	6,302 0,043*
	1978-1997	135	220,97	
	1998-2000	135	186,13	
E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm	1960-1977	135	194,93	1,026 0,599
	1978-1997	135	207,06	
	1998-2000	135	207,01	
Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım	1960-1977	135	224,99	8,657 0,013*
	1978-1997	135	197,94	
	1998-2000	135	186,07	
İnternette alışveriş güvenli bulurum	1960-1977	135	199,29	0,815 0,665
	1978-1997	135	210,23	
	1998-2000	135	199,49	
İnternette alışveriş yaparım	1960-1978	135	204,14	0,142 0,931
	1978-1998	135	204,85	
	1998-2000	135	200,00	
Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum	1960-1977	135	198,29	0,350 0,840
	1978-1997	135	205,50	
	1998-2000	135	205,21	
Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar	1960-1977	135	203,67	0,053 0,974
	1978-1997	135	204,15	
	1998-2000	135	201,18	
Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar	1960-1977	135	199,47	1,665 0,435
	1978-1997	135	213,15	
	1998-2000	135	196,38	
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşırım	1960-1977	135	210,15	0,814 0,666
	1978-1997	135	199,33	
	1998-2000	135	199,52	
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım	1960-1977	135	203,04	0,020 0,990
	1978-1997	135	203,91	
	1998-2000	135	202,05	
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	1960-1977	135	201,17	0,079 0,961
	1978-1997	135	202,78	
	1998-2000	135	205,05	
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	1960-1977	135	189,95	2,935 0,230
	1978-1997	135	212,03	
	1998-2000	135	207,03	
Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmek beni rahatsız eder	1960-1977	135	204,34	3,290 0,193
	1978-1997	135	214,82	
	1998-2000	135	189,84	
Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	1960-1977	135	199,42	0,255 0,880
	1978-1997	135	206,44	
	1998-2000	135	203,13	

Online toplumsal kampanyaları etkili bulurum ve desteklerim(çevre, siyaset, eğitim, zam vb)	1960-1978	135	181,77	8,178	0,017*
	1978-1998	135	206,19		
	1998-2000	135	221,05		
Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım	1960-1977	135	195,50	1,267	0,531
	1978-1997	135	202,66		
	1998-2000	135	210,84		
Sosyal medyada başkalarının yaptığı paylaşımları takip ederim	1960-1977	135	196,40	1,263	0,532
	1978-1997	135	211,26		
	1998-2000	135	201,34		
Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulurum	1960-1977	135	204,88	0,367	0,832
	1978-1997	135	205,88		
	1998-2000	135	198,24		
Sosyal medyada takip edilmek, yer imlemesi yapmak ve paylaşımlarda bulunmak özgürlüğüme engel olmaz	1960-1977	135	206,69	1,498	0,473
	1978-1997	135	193,29		
	1998-2000	135	209,02		
Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanırım	1960-1977	135	226,16	8,916	0,012*
	1978-1997	135	196,43		
	1998-2000	135	186,41		
Çektiğim fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşıyorum	1960-1977	135	200,74	2,921	0,232
	1978-1997	135	193,33		
	1998-2000	135	214,92		
Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarımı takip eder, yorum ve beğeni yaparım	1960-1977	135	197,91	0,760	0,684
	1978-1997	135	201,39		
	1998-2000	135	209,71		
Online sanat eserleri ve online müzeleri takip ederim	1960-1977	135	194,12	1,525	0,467
	1978-1997	135	204,29		
	1998-2000	135	210,59		
Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım (facebook, twitter, instagram vb)	1960-1977	135	205,33	0,285	0,867
	1978-1997	135	204,96		
	1998-2000	135	198,71		
Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm (tango, viber, messenger, whatsapp)	1960-1977	135	208,42	0,730	0,694
	1978-1997	135	203,69		
	1998-2000	135	196,89		
Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım	1960-1977	135	200,68	0,188	0,910
	1978-1997	135	201,94		
	1998-2000	135	206,38		
Arkadaş, akraba ya da hayranlık duyduğum kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederim	1960-1977	135	204,55	0,103	0,950
	1978-1997	135	203,95		
	1998-2000	135	200,50		

***p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok**

Tabloda kuşak grupları arasında ölçek ifadeleri katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak grupları için yapılan Kruskal Wallis testine göre;

Kuşak grupları arasında “E-devlet sistemini aktif kullanırım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($X^2=6,302$, $p<0,05$). 1960-1977 kuşağındakilerin puan sıra ortalaması 201,90, 1978-1997 kuşağındakilerin 220,97, 1998-2000 kuşağındakilerin 186,13’tür. Buna göre söz konusu ifadeye 1978-1997 kuşağındakilerin katılım düzeyi daha yüksektir.

Kuşak grupları arasında “Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($X^2 =8,657$, $p<0,05$). 1960-1977 kuşağındakilerin puan sıra ortalaması 224,99, 1978-1997 kuşağındakilerin 197,94, 1998-2000 kuşağındakilerin 186,07’dir. Buna göre söz konusu ifadeye 1960-1977 kuşağındakilerin katılım düzeyi daha yüksektir.

Kuşak grupları arasında “Online toplumsal kampanyaları etkili bulurum ve desteklerim (çevre, siyaset, eğitim, zam vb)” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($X^2 =8,178$, $p<0,05$). 1960-1977 kuşağındakilerin puan sıra ortalaması 181,77, 1978-1997 kuşağındakilerin 206,19, 1998-2000 kuşağındakilerin 221,05’tir. Buna göre söz konusu ifadeye 1998-2000 kuşağındakilerin katılım düzeyi daha yüksektir.

Kuşak grupları arasında “Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanırım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($X^2 =8,916$, $p<0,05$). 1960-1977 kuşağındakilerin puan sıra ortalaması 226,16 , 1978-1997 kuşağındakilerin 196,43, 1998-2000 kuşağındakilerin 186,41’dir. Buna göre söz konusu ifadeye 1960-1977 kuşağındakilerin katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 4-19 (1960-1977) Kuşağında Cinsiyet Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Cinsiyet	n	Sıra Ortalama	U	p
E devlet sistemin aktif kullanım	Kadın	62 62,02	1892,0	0,092
	Erkek	73 73,08		
E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm	Kadın	62 66,35	2161,0	0,643
	Erkek	73 69,40		
Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım	Kadın	62 75,06	1825,5	0,047*
	Erkek	73 62,01		
İnternette alışverişini güvenli bulurum	Kadın	62 74,10	1885,0	0,086
	Erkek	73 62,82		
İnternette alışveriş yaparım	Kadın	62 73,27	1936,0	0,136
	Erkek	73 63,52		
Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum	Kadın	62 75,69	1786,5	0,030*
	Erkek	73 61,47		
Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar	Kadın	62 67,45	2229,0	0,877
	Erkek	73 68,47		
Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar	Kadın	62 72,50	1984,0	0,205
	Erkek	73 64,18		
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşıyorum	Kadın	62 69,56	2166,0	0,658
	Erkek	73 66,67		
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım	Kadın	62 70,56	2104,5	0,448
	Erkek	73 65,83		
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Kadın	62 72,76	1968,0	0,182
	Erkek	73 63,96		
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Kadın	62 70,89	2084,0	0,404
	Erkek	73 65,55		
Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmek beni rahatsız eder	Kadın	62 67,85	2253,5	0,965
	Erkek	73 68,13		
Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Kadın	62 69,31	2181,5	0,712
	Erkek	73 66,88		
Online toplumsal kampanyaları etkili bulurum ve desteklerim(çevre, siyaset, eğitim, zam vb)	Kadın	62 68,43	2236,5	0,905
	Erkek	73 67,64		
Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım	Kadın	62 67,68	2243,0	0,927
	Erkek	73 68,27		
Sosyal medyada başkalarının yaptığı paylaşımları takip ederim	Kadın	62 69,06	2197,5	0,761
	Erkek	73 67,10		
Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulurum	Kadın	62 66,14	2147,5	0,597
	Erkek	73 69,58		
Sosyal medyada takip edilmek, yer imlemesi yapmak ve paylaşımlarda bulunmak özgürlüğüme engel olmaz	Kadın	62 68,27	2246,5	0,940
	Erkek	73 67,77		
Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanırım	Kadın	62 69,10	2195,0	0,758
	Erkek	73 67,07		
Çektiğim fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşıyorum	Kadın	62 62,42	1917,0	0,090
	Erkek	73 72,74		
Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarını takip eder, yorum ve beğeni yaparım	Kadın	62 68,47	2234,0	0,895
	Erkek	73 67,60		

Online sanat eserleri ve online müzeleri takip ederim	Kadın	62	62,12	1898,5	0,086
	Erkek	73	72,99		
Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım (facebook, twitter, instagram vb)	Kadın	62	67,23	2215,0	0,828
	Erkek	73	68,66		
Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm (tango, viber, messenger, whatsapp)	Kadın	62	71,34	2056,0	0,335
	Erkek	73	65,16		
Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım	Kadın	62	72,03	2013,0	0,254
	Erkek	73	64,58		
Arkadaş, akraba ya da hayranlık duyduğum kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederim	Kadın	62	71,43	2050,5	0,326
	Erkek	73	65,09		

***p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok**

Tabloda kuşak gruplarına göre cinsiyet grupları arasında ölçek ifadeleri katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında erkekler ve kadınlar için yapılan Mann Whitney testine göre;

1960-1977 kuşağındaki kadınlar ve erkekler arasında “Dilek, şikayet ve taleplerimi e-devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır (U=1825,5 , p<0,05). Kadınların puan sıra ortalaması 75,06 iken erkeklerin 62,01’dir. Buna göre kadınların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1960-1977 kuşağındaki kadınlar ve erkekler arasında “Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır (U=1786,5 , p<0,05). Kadınların puan sıra ortalaması 75,69 iken erkeklerin 61,47’dir. Buna göre kadınların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 4-20 (1978-1997) Kuşağında Cinsiyet Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Cinsiyet	n	Sıra Ortalama	U	p
E devlet sistemin aktif kullanım	Kadın	61 63,03	1954,0	0,167
	Erkek	74 72,09		
E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm	Kadın	61 73,25	1937,0	0,142
	Erkek	74 63,68		
Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım	Kadın	61 65,46	2102,0	0,467
	Erkek	74 70,09		
İnternette alışverişi güvenli bulurum	Kadın	61 69,71	2152,5	0,635
	Erkek	74 66,59		
İnternette alışveriş yaparım	Kadın	61 68,69	2215,0	0,849
	Erkek	74 67,43		
Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum	Kadın	61 71,52	2042,0	0,326
	Erkek	74 65,09		
Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar	Kadın	61 72,40	1988,5	0,221
	Erkek	74 64,37		
Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar	Kadın	61 68,49	2227,0	0,891
	Erkek	74 67,59		
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşıyorum	Kadın	61 72,01	2012,5	0,260
	Erkek	74 64,70		
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım	Kadın	61 73,86	1899,5	0,089
	Erkek	74 63,17		
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Kadın	61 71,32	2054,5	0,357
	Erkek	74 65,26		
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Kadın	61 72,61	1975,5	0,181
	Erkek	74 64,20		
Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmek beni rahatsız eder	Kadın	61 67,12	2203,5	0,809
	Erkek	74 68,72		
Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Kadın	61 65,25	2089,0	0,446
	Erkek	74 70,27		
Online toplumsal kampanyaları etkili bulurum ve desteklerim(çevre, siyaset, eğitim, zam vb)	Kadın	61 65,41	2099,0	0,471
	Erkek	74 70,14		
Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım	Kadın	61 66,09	2140,5	0,590
	Erkek	74 69,57		
Sosyal medyada başkalarının yaptığı paylaşımları takip ederim	Kadın	61 67,07	2200,5	0,789
	Erkek	74 68,76		
Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulurum	Kadın	61 65,75	2120,0	0,531
	Erkek	74 69,85		
Sosyal medyada takip edilmek, yer imlemesi yapmak ve paylaşımlarda bulunmak özgürlüğüme engel olmaz	Kadın	61 63,30	1970,5	0,194
	Erkek	74 71,87		
Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanırım	Kadın	61 60,61	1806,0	0,039*
	Erkek	74 74,09		
Çektiğim fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşıyorum	Kadın	61 66,23	2149,0	0,585
	Erkek	74 69,46		
Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarını takip eder, yorum ve beğeni yaparım	Kadın	61 64,74	2058,0	0,368
	Erkek	74 70,69		

Online sanat eserleri ve online müzeleri takip ederim	Kadın	61	66,66	2175,0	0,701
	Erkek	74	69,11		
Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım (facebook, twitter, instagram vb)	Kadın	61	67,18	2207,0	0,821
	Erkek	74	68,68		
Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm (tango, viber, messenger, whatsapp)	Kadın	61	69,09	2190,5	0,757
	Erkek	74	67,10		
Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım	Kadın	61	73,24	1937,5	0,144
	Erkek	74	63,68		
Arkadaş, akraba ya da hayranlık duyduğum kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederim	Kadın	61	71,14	2065,5	0,376
	Erkek	74	65,41		

***p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok**

Tabloda kuşak gruplarına göre cinsiyet grupları arasında ölçek ifadeleri katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında erkekler ve kadınlar için yapılan Mann Whitney testine göre;

1978-1997 kuşağındaki kadınlar ve erkekler arasında “Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanırım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır (U=1806,0 , p<0,05). Kadınların puan sıra ortalaması 60,61 iken erkeklerin 74,09’dur. Buna göre erkeklerin söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 4-21 (1998-2000) Kuşağında Cinsiyet Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Cinsiyet	n	Sıra Ortalama	U	p
E devlet sistemin aktif kullanım	Kadın	80 65,18	1974,0	0,298
	Erkek	55 72,11		
E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm	Kadın	80 71,38	1929,5	0,210
	Erkek	55 63,08		
Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım	Kadın	80 69,51	2079,0	0,558
	Erkek	55 65,80		
İnternette alışverişi güvenli bulurum	Kadın	80 68,21	2183,5	0,939
	Erkek	55 67,70		
İnternette alışveriş yaparım	Kadın	80 69,77	2058,5	0,516
	Erkek	55 65,43		
Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum	Kadın	80 69,20	2104,0	0,658
	Erkek	55 66,25		
Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar	Kadın	80 71,61	1911,0	0,182
	Erkek	55 62,75		
Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar	Kadın	80 69,49	2080,5	0,580
	Erkek	55 65,83		
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşıyorum	Kadın	80 66,60	2088,0	0,602
	Erkek	55 70,04		
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım	Kadın	80 68,47	2162,5	0,856
	Erkek	55 67,32		
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Kadın	80 69,51	2079,5	0,580
	Erkek	55 65,81		
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Kadın	80 73,74	1741,0	0,033*
	Erkek	55 59,65		
Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmek beni rahatsız eder	Kadın	80 69,92	2046,5	0,475
	Erkek	55 65,21		
Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Kadın	80 70,63	1990,0	0,335
	Erkek	55 64,18		
Online toplumsal kampanyaları etkili bulurum ve desteklerim(çevre, siyaset, eğitim, zam vb)	Kadın	80 74,33	1694,0	0,019*
	Erkek	55 58,80		
Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım	Kadın	80 66,97	2117,5	0,698
	Erkek	55 69,50		
Sosyal medyada başkalarının yaptığı paylaşımları takip ederim	Kadın	80 68,83	2134,0	0,755
	Erkek	55 66,80		
Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulurum	Kadın	80 67,60	2168,0	0,881
	Erkek	55 68,58		
Sosyal medyada takip edilmek, yer imlemesi yapmak ve paylaşımlarda bulunmak özgürlüğüme engel olmaz	Kadın	80 64,05	1884,0	0,145
	Erkek	55 73,75		
Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanırım	Kadın	80 66,86	2108,5	0,670
	Erkek	55 69,66		
Çektğim fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşıyorum	Kadın	80 69,11	2111,5	0,667
	Erkek	55 66,39		
Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarımı takip eder, yorum ve beğeni yaparım	Kadın	80 67,06	2125,0	0,730
	Erkek	55 69,36		

Online sanat eserleri ve online müzeleri takip ederim	Kadın	80	66,23	2058,5	0,505
	Erkek	55	70,57		
Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım (facebook, twitter, instagram vb)	Kadın	80	65,46	1997,0	0,353
	Erkek	55	71,69		
Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm (tango, viber, messenger, whatsapp)	Kadın	80	66,97	2117,5	0,700
	Erkek	55	69,50		
Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım	Kadın	80	63,67	1853,5	0,107
	Erkek	55	74,30		
Arkadaş, akraba ya da hayranlık duyduğum kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederim	Kadın	80	66,91	2112,5	0,681
	Erkek	55	69,59		

***p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok**

Tabloda kuşak gruplarına göre cinsiyet grupları arasında ölçek ifadeleri katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında erkekler ve kadınlar için yapılan Mann Whitney testine göre;

1998-2000 kuşağındaki kadınlar ve erkekler arasında “İnternette okuduğum haberlere güvenirim” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır (U=1741,0 , p<0,05). Kadınların puan sıra ortalaması 73,74 iken erkeklerin 59,65’tir. Buna göre kadınların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1998-2000 kuşağındaki kadınlar ve erkekler arasında “Online toplumsal kampanyaları etkili bulurum ve desteklerim (çevre, siyaset, eğitim, zam vb)” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır (U=1694,0 , p<0,05). Kadınların puan sıra ortalaması 74,33 iken erkeklerin 58,80’dir. Buna göre kadınların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 4-22 (1960-1977) Kuşağında Çalışma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Çalışma durumunuz		n	Sıra Ortalama	U	p
E devlet sistemin aktif kullanım	Çalışıyor	97	76,68	1001,0	0,000*
	Çalışmıyor	38	45,84		
E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm	Çalışıyor	97	69,10	1736,0	0,591
	Çalışmıyor	38	65,18		
Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım	Çalışıyor	97	64,42	1495,5	0,080
	Çalışmıyor	38	77,14		
İnternette alışverişi güvenli bulurum	Çalışıyor	97	67,01	1747,0	0,629
	Çalışmıyor	38	70,53		
İnternette alışveriş yaparım	Çalışıyor	97	70,15	1634,5	0,292
	Çalışmıyor	38	62,51		
Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum	Çalışıyor	97	67,92	1835,5	0,970
	Çalışmıyor	38	68,20		
Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar	Çalışıyor	97	68,66	1778,5	0,745
	Çalışmıyor	38	66,30		
Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar	Çalışıyor	97	66,15	1663,5	0,366
	Çalışmıyor	38	72,72		
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşıyorum	Çalışıyor	97	65,88	1637,5	0,366
	Çalışmıyor	38	73,41		
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanım	Çalışıyor	97	67,97	1840,5	0,299
	Çalışmıyor	38	68,07		
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Çalışıyor	97	65,91	1640,0	0,989
	Çalışmıyor	38	73,34		
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Çalışıyor	97	68,18	1825,5	0,309
	Çalışmıyor	38	67,54		
Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmek beni rahatsız eder	Çalışıyor	97	71,30	1523,0	0,928
	Çalışmıyor	38	59,58		
Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Çalışıyor	97	69,88	1660,5	0,106
	Çalışmıyor	38	63,20		
Online toplumsal kampanyaları etkili bulurum ve desteklerim(çevre, siyaset, eğitim, zam vb)	Çalışıyor	97	71,09	1543,5	0,360
	Çalışmıyor	38	60,12		
Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım	Çalışıyor	97	67,47	1792,0	0,133
	Çalışmıyor	38	69,34		
Sosyal medyada başkalarının yaptığı paylaşımları takip ederim	Çalışıyor	97	66,11	1659,5	0,795
	Çalışmıyor	38	72,83		
Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulurum	Çalışıyor	97	68,22	1821,5	0,346
	Çalışmıyor	38	67,43		
Sosyal medyada takip edilmek, yer imlemesi yapmak ve paylaşımlarda bulunmak özgürlüğüme engel olmaz	Çalışıyor	97	69,13	1733,0	0,581
	Çalışmıyor	38	65,11		
Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanım	Çalışıyor	97	66,02	1651,0	0,335
	Çalışmıyor	38	73,05		
Çektğim fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşıyorum	Çalışıyor	97	68,13	1830,5	0,946
	Çalışmıyor	38	67,67		
Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarını takip eder, yorum ve beğeni yaparım	Çalışıyor	97	67,85	1828,0	0,940
	Çalışmıyor	38	68,39		

Online sanat eserleri ve online müzeleri takip ederim	Çalışıyor	97	68,93	1753,0 0,639
	Çalışmıyor	38	65,63	
Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım (facebook, twitter, instagram vb)	Çalışıyor	97	69,21	1726,0 0,558
	Çalışmıyor	38	64,92	
Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm (tango, viber, messenger, whatsapp)	Çalışıyor	97	66,50	1697,5 0,453
	Çalışmıyor	38	71,83	
Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım	Çalışıyor	97	67,57	1801,5 0,834
	Çalışmıyor	38	69,09	
Arkadaş, akraba ya da hayranlık duyduğum kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederim	Çalışıyor	97	67,25	1770,5 0,711
	Çalışmıyor	38	69,91	

***p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok**

Tabloda kuşak gruplarına göre çalışma durumu arasında ölçek ifadeleri katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında çalışma durumu için yapılan Mann Whitney testine göre;

1960-1977 kuşağındakilerin çalışma durumu arasında “E devlet sistemin aktif kullanım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır. (U=1001,0 , p<0,05). Çalışıyor olanların puan sıra ortalaması 76,68 iken çalışmıyor olanların 45,84’tür. Buna göre çalışıyor olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 4-23 (1978-1997) Kuşağında Çalışma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Çalışma durumunuz (1978-1998)	n	Sıra Ortalama	U	p
E devlet sistemin aktif kullanım	Çalışıyor	75 74,45	1766,5	0,027*
	Çalışmıyor	60 59,94		
E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm	Çalışıyor	75 67,12	2184,0	0,762
	Çalışmıyor	60 69,10		
Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım	Çalışıyor	75 73,92	1806,0	0,037*
	Çalışmıyor	60 60,60		
İnternette alışverişi güvenli bulurum	Çalışıyor	75 66,84	2163,0	0,692
	Çalışmıyor	60 69,45		
İnternette alışveriş yaparım	Çalışıyor	75 71,31	2002,0	0,261
	Çalışmıyor	60 63,87		
Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum	Çalışıyor	75 65,04	2028,0	0,310
	Çalışmıyor	60 71,70		
Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar	Çalışıyor	75 66,41	2130,5	0,586
	Çalışmıyor	60 69,99		
Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar	Çalışıyor	75 66,48	2136,0	0,603
	Çalışmıyor	60 69,90		
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşıyorum	Çalışıyor	75 63,80	1935,0	0,146
	Çalışmıyor	60 73,25		
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanım	Çalışıyor	75 65,87	2090,0	0,445
	Çalışmıyor	60 70,67		
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Çalışıyor	75 62,90	1867,5	0,082
	Çalışmıyor	60 74,38		
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Çalışıyor	75 59,79	1634,0	0,003*
	Çalışmıyor	60 78,27		
Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmek beni rahatsız eder	Çalışıyor	75 69,17	2162,5	0,691
	Çalışmıyor	60 66,54		
Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Çalışıyor	75 64,41	1981,0	0,222
	Çalışmıyor	60 72,48		
Online toplumsal kampanyaları etkili bulurum ve desteklerim(çevre, siyaset, eğitim, zam vb)	Çalışıyor	75 63,79	1934,5	0,149
	Çalışmıyor	60 73,26		
Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım	Çalışıyor	75 64,24	1968,0	0,192
	Çalışmıyor	60 72,70		
Sosyal medyada başkalarının yaptığı paylaşımları takip ederim	Çalışıyor	75 67,13	2185,0	0,758
	Çalışmıyor	60 69,08		
Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulurum	Çalışıyor	75 62,73	1854,5	0,070
	Çalışmıyor	60 74,59		
Sosyal medyada takip edilmek, yer imlemesi yapmak ve paylaşımlarda bulunmak özgürlüğüme engel olmaz	Çalışıyor	75 65,96	2097,0	0,487
	Çalışmıyor	60 70,55		
Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanım	Çalışıyor	75 67,35	2201,0	0,823
	Çalışmıyor	60 68,82		
Çektüğüm fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşıyorum	Çalışıyor	75 68,41	2219,0	0,875
	Çalışmıyor	60 67,48		
Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarını takip eder, yorum ve beğeni yaparım	Çalışıyor	75 68,21	2234,0	0,942
	Çalışmıyor	60 67,73		

Online sanat eserleri ve online müzeleri takip ederim	Çalışıyor	75	68,69	2198,0	0,807
	Çalışmıyor	60	67,13		
Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım (facebook, twitter, instagram vb)	Çalışıyor	75	70,04	2097,0	0,488
	Çalışmıyor	60	65,45		
Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm (tango, viber, messenger, whatsapp)	Çalışıyor	75	70,84	2037,0	0,321
	Çalışmıyor	60	64,45		
Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım	Çalışıyor	75	70,83	2038,0	0,332
	Çalışmıyor	60	64,47		
Arkadaş, akraba ya da hayranlık duyduğum kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederim	Çalışıyor	75	69,59	2130,5	0,580
	Çalışmıyor	60	66,01		

* $p < 0,05$ anlamlı fark var ; $p > 0,05$ anlamlı fark yok

Tabloda kuşak gruplarına göre çalışma durumu arasında ölçek ifadeleri katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında çalışma durumu için yapılan Mann Whitney testine göre;

1978-1997 kuşağındakilerin çalışma durumu arasında “E devlet sistemin aktif kullanım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1766,5$, $p < 0,05$). Çalışıyor olanların puan sıra ortalaması 74,45 iken çalışmıyor olanların 59,94’tür. Buna göre çalışıyor olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1978-1997 kuşağındakilerin çalışma durumu arasında “Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1806,0$, $p < 0,05$). Çalışıyor olanların puan sıra ortalaması 73,92 iken çalışmıyor olanların 60,60’dır. Buna göre çalışıyor olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1978-1997 kuşağındakilerin çalışma durumu arasında “İnternette okuduğum haberlere güvenirim” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1634,0$, $p < 0,05$). Çalışıyor olanların puan sıra ortalaması 59,79 iken çalışmıyor olanların 78,27’dir. Buna göre çalışmıyor olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 4-24 (1998-2000) Kuşağında Çalışma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Çalışma durumunuz (1998-2000)		n	Sıra Ortalama	U	p
E devlet sistemin aktif kullanım	Çalışıyor	27	85,93	974,0	0,006*
	Çalışmıyor	108	63,52		
E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm	Çalışıyor	27	54,24	1086,5	0,035*
	Çalışmıyor	108	71,44		
Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım	Çalışıyor	27	50,98	998,5	0,006*
	Çalışmıyor	108	72,25		
İnternette alışverişi güvenli bulurum	Çalışıyor	27	67,30	1439,0	0,914
	Çalışmıyor	108	68,18		
İnternette alışveriş yaparım	Çalışıyor	27	67,07	1433,0	0,888
	Çalışmıyor	108	68,23		
Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum	Çalışıyor	27	61,96	1295,0	0,355
	Çalışmıyor	108	69,51		
Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar	Çalışıyor	27	52,76	1046,5	0,020*
	Çalışmıyor	108	71,81		
Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar	Çalışıyor	27	53,93	1078,0	0,031*
	Çalışmıyor	108	71,52		
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşıyorum	Çalışıyor	27	68,41	1447,0	0,950
	Çalışmıyor	108	67,90		
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanım	Çalışıyor	27	66,37	1414,0	0,794
	Çalışmıyor	108	68,41		
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Çalışıyor	27	68,26	1451,0	0,969
	Çalışmıyor	108	67,94		
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Çalışıyor	27	72,61	1333,5	0,476
	Çalışmıyor	108	66,85		
Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmek beni rahatsız eder	Çalışıyor	27	60,91	1266,5	0,274
	Çalışmıyor	108	69,77		
Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Çalışıyor	27	54,06	1081,5	0,034*
	Çalışmıyor	108	71,49		
Online toplumsal kampanyaları etkili bulurum ve desteklerim(çevre, siyaset, eğitim, zam vb)	Çalışıyor	27	51,13	1002,5	0,010*
	Çalışmıyor	108	72,22		
Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım	Çalışıyor	27	57,74	1181,0	0,109
	Çalışmıyor	108	70,56		
Sosyal medyada başkalarının yaptığı paylaşımları takip ederim	Çalışıyor	27	59,61	1231,5	0,188
	Çalışmıyor	108	70,10		
Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulurum	Çalışıyor	27	60,91	1266,5	0,270
	Çalışmıyor	108	69,77		
Sosyal medyada takip edilmek, yer imlemesi yapmak ve paylaşımlarda bulunmak özgürlüğüme engel olmaz	Çalışıyor	27	68,24	1451,5	0,971
	Çalışmıyor	108	67,94		
Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanım	Çalışıyor	27	68,11	1455,0	0,986
	Çalışmıyor	108	67,97		
Çektığım fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşıyorum	Çalışıyor	27	80,50	1120,5	0,044*
	Çalışmıyor	108	64,88		
Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarını takip eder, yorum ve beğeni yaparım	Çalışıyor	27	77,91	1190,5	0,130
	Çalışmıyor	108	65,52		

Online sanat eserleri ve online müzeleri takip ederim	Çalışıyor	27	71,09	1374,5 0,629
	Çalışmıyor	108	67,23	
Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım (facebook, twitter, instagram vb)	Çalışıyor	27	66,26	1411,0 0,792
	Çalışmıyor	108	68,44	
Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm (tango, viber, messenger, whatsapp)	Çalışıyor	27	68,24	1451,5 0,970
	Çalışmıyor	108	67,94	
Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım	Çalışıyor	27	77,09	1212,5 0,161
	Çalışmıyor	108	65,73	
Arkadaş, akraba ya da hayranlık duyduğum kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederim	Çalışıyor	27	68,46	1445,5 0,942
	Çalışmıyor	108	67,88	

***p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok**

Tabloda kuşak gruplarına göre çalışma durumu arasında ölçek ifadeleri katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında çalışma durumu için yapılan Mann Whitney testine göre;

1998-2000 kuşağındakilerin çalışma durumu arasında “E devlet sistemin aktif kullanım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır (U=974,0 , p<0,05). Çalışıyor olanların puan sıra ortalaması 85,93 iken çalışmıyor olanların 63,52’dir. Buna göre çalışıyor olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1998-2000 kuşağındakilerin çalışma durumu arasında “E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır (U=1086,5 , p<0,05). Çalışıyor olanların puan sıra ortalaması 54,24 iken çalışmıyor olanların 71,44’tür. Buna göre çalışmıyor olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1998-2000 kuşağındakilerin çalışma durumu arasında “Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır (U=998,5 , p<0,05). Çalışıyor olanların puan sıra ortalaması 50,98 iken çalışmıyor olanların 72,25’tir. Buna göre çalışmıyor olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1998-2000 kuşagındakilerin çalışma durumu arasında “Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1046,5$, $p<0,05$). Çalışıyor olanların puan sıra ortalaması 52,76 iken çalışmıyor olanların 71,81’dir. Buna göre çalışmıyor olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1998-2000 kuşagındakilerin çalışma durumu arasında “Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1078,0$, $p<0,05$). Çalışıyor olanların puan sıra ortalaması 53,93 iken çalışmıyor olanların 71,52’dir. Buna göre çalışmıyor olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1998-2000 kuşagındakilerin çalışma durumu arasında “Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1081,5$, $p<0,05$). Çalışıyor olanların puan sıra ortalaması 54,06 iken çalışmıyor olanların 71,49’dur. Buna göre çalışmıyor olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1998-2000 kuşagındakilerin çalışma durumu arasında “Online toplumsal kampanyaları etkili bulurum ve desteklerim(çevre, siyaset, eğitim, zam vb)” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1002,5$, $p<0,05$). Çalışıyor olanların puan sıra ortalaması 51,13 iken çalışmıyor olanların 72,22’dir. Buna göre çalışmıyor olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1998-2000 kuşagındakilerin çalışma durumu arasında “Çektiğim fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşırım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1120,5$, $p<0,05$). Çalışıyor olanların puan sıra ortalaması 80,50 iken çalışmıyor olanların 64,88’dir. Buna göre çalışıyor olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 4-25 (1960-1977) Kuşağında Eğitim Durumu Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Eğitim Durumunuz	n	Sıra Ortalama	X2	p
E devlet sistemin aktif kullanım	İlkokul	19	35,68	25,732 0,000*
	Ortaokul	20	59,10	
	Lise	34	63,47	
	Önlisans	17	80,59	
	Üniversite	30	81,83	
	Yüksek lisans Doktora	15	89,13	
E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm	İlkokul	19	73,58	6,802 0,236
	Ortaokul	20	61,35	
	Lise	34	73,82	
	Önlisans	17	81,00	
	Üniversite	30	56,07	
	Yüksek lisans Doktora	15	65,73	
Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım	İlkokul	19	67,47	4,453 0,486
	Ortaokul	20	63,40	
	Lise	34	76,75	
	Önlisans	17	65,97	
	Üniversite	30	58,88	
	Yüksek lisans Doktora	15	75,50	
İnternette alışverişini güvenli bulurum	İlkokul	19	62,32	4,013 0,548
	Ortaokul	20	80,35	
	Lise	34	63,94	
	Önlisans	17	72,21	
	Üniversite	30	62,78	
	Yüksek lisans Doktora	15	73,60	
İnternette alışverişini yaparım	İlkokul	19	63,08	3,793 0,580
	Ortaokul	20	70,00	
	Lise	34	62,26	
	Önlisans	17	78,26	
	Üniversite	30	65,08	
	Yüksek lisans Doktora	15	78,77	
Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum	İlkokul	19	68,84	2,801 0,731
	Ortaokul	20	62,15	
	Lise	34	67,63	
	Önlisans	17	72,21	
	Üniversite	30	74,70	
	Yüksek lisans Doktora	15	57,40	
Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar	İlkokul	19	78,11	3,904 0,563
	Ortaokul	20	63,53	
	Lise	34	60,87	

	Önlisans	17	74,74		
	Üniversite	30	71,50		
	Yüksek lisans	-	15	62,70	
	Doktora				
Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar	İlkokul	19	75,13		
	Ortaokul	20	65,45		
	Lise	34	67,93		
	Önlisans	17	66,59	1,146	0,950
	Üniversite	30	68,95		
	Yüksek lisans	-	15	62,23	
	Doktora				
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşırım	İlkokul	19	64,82		
	Ortaokul	20	61,13		
	Lise	34	77,46		
	Önlisans	17	67,56	3,144	0,678
	Üniversite	30	64,95		
	Yüksek lisans	-	15	66,37	
	Doktora				
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım	İlkokul	19	67,66		
	Ortaokul	20	53,78		
	Lise	34	79,76		
	Önlisans	17	70,26	7,609	0,179
	Üniversite	30	67,27		
	Yüksek lisans	-	15	59,63	
	Doktora				
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	İlkokul	19	60,84		
	Ortaokul	20	74,25		
	Lise	34	74,00		
	Önlisans	17	67,59	2,589	0,763
	Üniversite	30	64,37		
	Yüksek lisans	-	15	62,87	
	Doktora				
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	İlkokul	19	56,39		
	Ortaokul	20	62,03		
	Lise	34	72,06		
	Önlisans	17	71,56	3,273	0,658
	Üniversite	30	71,03		
	Yüksek lisans	-	15	71,37	
	Doktora				
Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmek beni rahatsız eder	İlkokul	19	55,13		
	Ortaokul	20	73,48		
	Lise	34	63,51		
	Önlisans	17	65,03	9,238	0,100
	Üniversite	30	67,27		
	Yüksek lisans	-	15	92,00	
	Doktora				
Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	İlkokul	19	63,16		
	Ortaokul	20	69,80		
	Lise	34	69,50	2,034	0,844
	Önlisans	17	77,76		
	Üniversite	30	63,00		

	Yüksek lisans	-	15	67,27		
	Doktora					
	İlkokul		19	54,42		
	Ortaokul		20	70,20		
Online toplumsal kampanyaları etkili bulurum ve desteklerim(çevre, siyaset, eğitim, zam vb)	Lise		34	60,91	9,124	0,104
	Önlisans		17	87,53		
	Üniversite		30	67,13		
	Yüksek lisans	-	15	77,93		
	Doktora					
	İlkokul		19	71,68		
	Ortaokul		20	75,75		
Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım	Lise		34	60,56	6,212	0,286
	Önlisans		17	83,26		
	Üniversite		30	64,68		
	Yüksek lisans	-	15	59,20		
	Doktora					
	İlkokul		19	84,18		
	Ortaokul		20	72,50		
Sosyal medyada başkalarının yaptığı paylaşımları takip ederim	Lise		34	64,21	5,511	0,357
	Önlisans		17	68,03		
	Üniversite		30	63,40		
	Yüksek lisans	-	15	59,27		
	Doktora					
	İlkokul		19	67,37		
	Ortaokul		20	80,33		
Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulurum	Lise		34	67,00	3,158	0,676
	Önlisans		17	69,47		
	Üniversite		30	64,63		
	Yüksek lisans	-	15	59,70		
	Doktora					
	İlkokul		19	66,63		
	Ortaokul		20	84,48		
Sosyal medyada takip edilmek, yer imlemesi yapmak ve paylaşımlarda bulunmak özgürlüğüme engel olmaz	Lise		34	61,28	5,568	0,351
	Önlisans		17	68,82		
	Üniversite		30	62,87		
	Yüksek lisans	-	15	72,33		
	Doktora					
	İlkokul		19	74,95		
	Ortaokul		20	93,00		
Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanırım	Lise		34	59,24	12,265	0,031*
	Önlisans		17	63,18		
	Üniversite		30	62,13		
	Yüksek lisans	-	15	62,93		
	Doktora					
	İlkokul		19	76,13		
	Ortaokul		20	65,90		
Çektiğim fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşıyorum	Lise		34	71,71	6,020	0,304
	Önlisans		17	77,29		
	Üniversite		30	62,03		
	Yüksek lisans	-	15	53,50		
	Doktora					

Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarımı takip eder, yorum ve beğeni yaparım	İlkokul	19	63,37	4,666	0,458
	Ortaokul	20	67,50		
	Lise	34	78,93		
	Önlisans	17	65,35		
	Üniversite	30	66,27		
	Yüksek lisans Doktora	- 15	56,23		
Online sanat eserleri ve online müzeleri takip ederim	İlkokul	19	64,76	4,318	0,505
	Ortaokul	20	65,00		
	Lise	34	72,63		
	Önlisans	17	81,44		
	Üniversite	30	61,22		
	Yüksek lisans Doktora	- 15	63,93		
Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım (facebook, twitter, instagram vb)	İlkokul	19	68,05	4,209	0,520
	Ortaokul	20	53,45		
	Lise	34	66,82		
	Önlisans	17	71,47		
	Üniversite	30	74,57		
	Yüksek lisans Doktora	- 15	72,93		
Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm (tango, viber, messenger, whatsapp)	İlkokul	19	80,58	3,737	0,588
	Ortaokul	20	65,50		
	Lise	34	60,94		
	Önlisans	17	66,91		
	Üniversite	30	70,97		
	Yüksek lisans Doktora	- 15	66,70		
Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım	İlkokul	19	74,21	1,512	0,912
	Ortaokul	20	66,75		
	Lise	34	67,43		
	Önlisans	17	59,65		
	Üniversite	30	68,47		
	Yüksek lisans Doktora	- 15	71,63		
Arkadaş, akraba ya da hayranlık duyduğum kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederim	İlkokul	19	66,58	6,498	0,261
	Ortaokul	20	67,58		
	Lise	34	70,97		
	Önlisans	17	48,41		
	Üniversite	30	71,30		
	Yüksek lisans Doktora	- 15	79,23		

*p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok

Tabloda kuşak gruplarına göre eğitim durumu grupları arasında ölçek ifadeleri katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında eğitim durumu grupları için yapılan Kruskal Wallis testine göre;

1960-1977 kuşağındaki eğitim durumu grupları arasında “E devlet sistemin aktif kullanım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($X^2=25,732$, $p<0,05$). İlkokul mezunu olanların puan sıra ortalaması 35,68 , ortaokul mezunu olanların 59,10 , lise mezunu olanların 63,47 , önlisans mezunu olanların 80,59 , üniversite mezunu olanların 81,83 , yüksek lisans-doktora mezunu olanların 89,13’tür. Buna göre yüksek lisans-doktora mezunu olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1960-1977 kuşağındaki eğitim durumu grupları arasında “Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($X^2=12,265$, $p<0,05$). İlkokul mezunu olanların puan sıra ortalaması 74,95 , ortaokul mezunu olanların 93,00 , lise mezunu olanların 59,24 , önlisans mezunu olanların 63,18 , üniversite mezunu olanların 62,13, yüksek lisans-doktora mezunu olanların 62,93’tür. Buna göre ortaokul mezunu olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 4-26 (1978-1997) Kuşağında Eğitim Durumu Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Eğitim Durumunuz	n	Sıra Ortalama	X2	p
E devlet sistemin aktif kullanım	Lise ve altı	23 64,41	6,398	0,094
	Önlisans	24 64,48		
	Üniversite	69 64,80		
	Yüksek lisans - Doktora	19 88,39		
E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm	Lise ve altı	23 48,61	7,368	0,061
	Önlisans	24 72,96		
	Üniversite	69 71,49		
	Yüksek lisans - Doktora	19 72,53		
Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım	Lise ve altı	23 69,74	1,981	0,576
	Önlisans	24 67,25		
	Üniversite	69 64,90		
	Yüksek lisans - Doktora	19 78,11		
İnternette alışverişini güvenli bulurum	Lise ve altı	23 70,91	3,478	0,324
	Önlisans	24 79,92		
	Üniversite	69 63,83		
	Yüksek lisans - Doktora	19 64,58		
İnternette alışveriş yaparım	Lise ve altı	23 72,52	4,243	0,236
	Önlisans	24 75,83		
	Üniversite	69 61,48		
	Yüksek lisans - Doktora	19 76,32		
Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum	Lise ve altı	23 58,59	1,786	0,618
	Önlisans	24 69,90		
	Üniversite	69 70,52		
	Yüksek lisans - Doktora	19 67,84		
Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar	Lise ve altı	23 66,98	1,060	0,787
	Önlisans	24 74,77		
	Üniversite	69 67,18		
	Yüksek lisans - Doktora	19 63,66		
Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar	Lise ve altı	23 54,61	6,456	0,091
	Önlisans	24 81,83		
	Üniversite	69 66,41		
	Yüksek lisans - Doktora	19 72,53		
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşıyorum	Lise ve altı	23 65,26	0,865	0,834
	Önlisans	24 64,19		
	Üniversite	69 70,91		
	Yüksek lisans - Doktora	19 65,55		
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım	Lise ve altı	23 51,46	5,934	0,115
	Önlisans	24 72,81		
	Üniversite	69 70,26		

	Yüksek lisans	-	19	73,74		
	Doktora					
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Lise ve altı		23	45,83		
	Önlisans		24	81,02		
	Üniversite		69	69,80	10,981	0,012*
	Yüksek lisans	-	19	71,84		
	Doktora					
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Lise ve altı		23	50,74		
	Önlisans		24	73,42		
	Üniversite		69	73,21	7,474	0,058
	Yüksek lisans	-	19	63,13		
	Doktora					
Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmek beni rahatsız eder	Lise ve altı		23	78,13		
	Önlisans		24	68,02		
	Üniversite		69	65,35	2,044	0,563
	Yüksek lisans	-	19	65,34		
	Doktora					
Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Lise ve altı		23	64,61		
	Önlisans		24	74,77		
	Üniversite		69	69,49	2,310	0,511
	Yüksek lisans	-	19	58,16		
	Doktora					
Online toplumsal kampanyaları etkili bulurum ve desteklerim(çevre, siyaset, eğitim, zam vb)	Lise ve altı		23	69,39		
	Önlisans		24	78,06		
	Üniversite		69	68,17	4,702	0,195
	Yüksek lisans	-	19	53,00		
	Doktora					
Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım	Lise ve altı		23	64,52		
	Önlisans		24	80,81		
	Üniversite		69	67,85	4,783	0,188
	Yüksek lisans	-	19	56,58		
	Doktora					
Sosyal medyada başkalarının yaptığı paylaşımları takip ederim	Lise ve altı		23	69,39		
	Önlisans		24	76,35		
	Üniversite		69	65,59	1,766	0,622
	Yüksek lisans	-	19	64,53		
	Doktora					
Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulurum	Lise ve altı		23	72,50		
	Önlisans		24	77,38		
	Üniversite		69	67,54	5,053	0,168
	Yüksek lisans	-	19	52,37		
	Doktora					
Sosyal medyada takip edilmek, yer imlemesi yapmak ve paylaşımlarda bulunmak özgürlüğüme engel olmaz	Lise ve altı		23	74,11		
	Önlisans		24	75,85		
	Üniversite		69	65,82	2,989	0,393
	Yüksek lisans	-	19	58,61		
	Doktora					
Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanırım	Lise ve altı		23	69,61		
	Önlisans		24	78,46		
	Üniversite		69	64,32	2,568	0,463
	Yüksek lisans	-	19	66,21		
	Doktora					
Çektiğim fotoğrafları amatör	Lise ve altı		23	69,26	0,648	0,885

fotoğrafçılık sitelerinde paylaşırım	Önlisans	24	72,42		
	Üniversite	69	66,09		
	Yüksek lisans	-	19	67,84	
	Doktora				
Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarımı takip eder, yorum ve beğeni yaparım	Lise ve altı	23	62,87		
	Önlisans	24	70,35		
	Üniversite	69	69,28	0,609	0,894
	Yüksek lisans	-	19	66,58	
Online sanat eserleri ve online müzeleri takip ederim	Doktora				
	Lise ve altı	23	73,39		
	Önlisans	24	72,44		
	Üniversite	69	65,03	1,308	0,727
Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım (facebook, twitter, instagram vb)	Yüksek lisans	-	19	66,66	
	Doktora				
	Lise ve altı	23	69,98		
	Önlisans	24	71,85		
Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm (tango, viber, messenger, whatsapp)	Üniversite	69	67,18	0,577	0,902
	Yüksek lisans	-	19	63,71	
	Doktora				
	Lise ve altı	23	57,37		
Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım	Önlisans	24	74,67		
	Üniversite	69	70,09	3,006	0,391
	Yüksek lisans	-	19	64,84	
	Doktora				
Arkadaş, akraba ya da hayranlık duyduğum kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederim	Lise ve altı	23	52,70		
	Önlisans	24	64,73		
	Üniversite	69	75,45	6,868	0,076
	Yüksek lisans	-	19	63,61	
	Doktora				
	Lise ve altı	23	52,98		
	Önlisans	24	70,00		
	Üniversite	69	68,25	6,730	0,081
	Yüksek lisans	-	19	82,74	
	Doktora				

***p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok**

Tabloda kuşak gruplarına göre eğitim durumu grupları arasında ölçek ifadeleri katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında eğitim durumu grupları için yapılan Kruskal Wallis testine göre;

1978-1997 kuşağındaki eğitim durumu grupları arasında “Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($X^2=10,981$, $p<0,05$). Lise ve altı mezunu olanların puan sıra ortalaması 45,83, önlisans mezunu olanların

81,02, üniversite mezunu olanların 69,80 , yüksek lisan-doktora mezunu olanların 71,84'tür. Buna göre önlisans mezunu olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 4-27 (1998-2000) Kuşağında Eğitim Durumu Gruplarının Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Eğitim Durumunuz		n	Sıra Ortalama	X2	p
E devlet sistemin aktif kullanım	Lise ve altı	98	64,86	8,001	0,018*
	Önlisans	24	87,17		
	Üniversite	13	56,31		
E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm	Lise ve altı	98	68,06	1,600	0,449
	Önlisans	24	73,63		
	Üniversite	13	57,15		
Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım	Lise ve altı	98	73,09	7,074	0,029*
	Önlisans	24	54,52		
	Üniversite	13	54,54		
İnternette alışveriş güvenli bulurum	Lise ve altı	98	68,34	1,757	0,415
	Önlisans	24	61,06		
	Üniversite	13	78,27		
İnternette alışveriş yaparım	Lise ve altı	98	71,00	4,354	0,113
	Önlisans	24	53,29		
	Üniversite	13	72,54		
Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum	Lise ve altı	98	66,79	0,434	0,805
	Önlisans	24	69,98		
	Üniversite	13	73,46		
Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar	Lise ve altı	98	67,33	0,441	0,802
	Önlisans	24	72,42		
	Üniversite	13	64,92		
Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar	Lise ve altı	98	66,31	5,173	0,075
	Önlisans	24	82,15		
	Üniversite	13	54,65		
Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşıyorum	Lise ve altı	98	68,12	2,825	0,243
	Önlisans	24	75,33		
	Üniversite	13	53,58		
Ana haber bülteni ihbar hattını kullanırım	Lise ve altı	98	65,98	2,196	0,334
	Önlisans	24	77,94		
	Üniversite	13	64,88		
Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Lise ve altı	98	68,80	0,712	0,701
	Önlisans	24	69,33		
	Üniversite	13	59,54		
İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Lise ve altı	98	65,95	2,108	0,349
	Önlisans	24	78,08		
	Üniversite	13	64,81		
Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmek beni rahatsız eder	Lise ve altı	98	66,96	1,967	0,374
	Önlisans	24	76,69		
	Üniversite	13	59,81		

Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Lise ve altı	98	68,05	0,778	0,678
	Önlisans	24	63,79		
	Üniversite	13	75,38		
Online toplumsal kampanyaları etkili bulurum ve desteklerim(çevre, siyaset, eğitim, zam vb)	Lise ve altı	98	63,71	5,220	0,074
	Önlisans	24	75,71		
	Üniversite	13	86,12		
Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım	Lise ve altı	98	65,79	2,844	0,241
	Önlisans	24	68,19		
	Üniversite	13	84,31		
Sosyal medyada başkalarının yaptığı paylaşımları takip ederim	Lise ve altı	98	64,81	5,347	0,069
	Önlisans	24	69,08		
	Üniversite	13	90,04		
Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulurum	Lise ve altı	98	65,37	1,772	0,412
	Önlisans	24	75,06		
	Üniversite	13	74,77		
Sosyal medyada takip edilmek, yer imlemesi yapmak ve paylaşımlarda bulunmak özgürlüğüme engel olmaz	Lise ve altı	98	65,61	3,154	0,207
	Önlisans	24	68,27		
	Üniversite	13	85,50		
Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanırım	Lise ve altı	98	65,53	1,723	0,422
	Önlisans	24	72,63		
	Üniversite	13	78,12		
Çektığım fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşırım	Lise ve altı	98	67,34	0,737	0,692
	Önlisans	24	73,17		
	Üniversite	13	63,42		
Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarını takip eder, yorum ve beğeni yaparım	Lise ve altı	98	69,09	0,382	0,826
	Önlisans	24	66,50		
	Üniversite	13	62,58		
Online sanat eserleri ve online müzeleri takip ederim	Lise ve altı	98	67,95	0,332	0,847
	Önlisans	24	70,71		
	Üniversite	13	63,35		
Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım (facebook, twitter, instagram vb)	Lise ve altı	98	71,25	3,942	0,139
	Önlisans	24	64,81		
	Üniversite	13	49,38		
Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm (tango, viber, messenger, whatsapp)	Lise ve altı	98	71,21	3,541	0,170
	Önlisans	24	63,83		
	Üniversite	13	51,50		
Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım	Lise ve altı	98	71,34	3,912	0,141
	Önlisans	24	63,96		
	Üniversite	13	50,31		
Arkadaş, akraba ya da hayranlık duyduğum kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederim	Lise ve altı	98	71,70	3,996	0,136
	Önlisans	24	61,29		
	Üniversite	13	52,50		

*p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok

Tabloda kuşak gruplarına göre eğitim durumu grupları arasında ölçek ifadeleri katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında eğitim durumu grupları için yapılan Kruskal Wallis testine göre;

1998-2000 kuşağındaki eğitim durumu grupları arasında “E devlet sistemin aktif kullanım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($X^2=8,001$, $p<0,05$). Lise ve altı mezunu olanların puan sıra ortalaması 64,86 , önlisans mezunu olanların 87,17 , üniversite mezunu olanların 56,31’dir. Buna göre önlisans mezunu olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1998-2000 kuşağındaki eğitim durumu grupları arasında “Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($X^2=7,074$, $p<0,05$). Lise ve altı mezunu olanların puan sıra ortalaması 73,09, önlisans mezunu olanların 54,52 , üniversite mezunu olanların 54,54’tür. Buna göre lise ve altı mezunu olanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 4-28 E Devlet Şifresi Olma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Kuşak	E devlet şifreniz var mı?	n	Sıra Ortalama	U	p	
1960-1977	E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm	Evet	111	68,55	1271,0	0,718
		Hayır	24	65,46		
	E devlet sistemin aktif kullanım	Evet	111	75,63	485,0	0,000*
		Hayır	24	32,71		
	Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım	Evet	111	69,37	1179,5	0,367
		Hayır	24	61,65		
1978-1997	E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm	Evet	124	67,81	659,0	0,848
		Hayır	11	70,09		
	E devlet sistemin aktif kullanım	Evet	124	71,98	189,0	0,000*
		Hayır	11	23,18		
	Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet	Evet	124	68,31	644,0	0,745
		Hayır	11	64,55		

	sistemi resmi bildirim yaparım	üzerinden kurumlara					
1998-2000	E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm		Evet	98	69,67		
			Hayır	37	63,58	1649,5	0,404
	E devlet sistemin aktif kullanımım		Evet	98	83,62	282,0	0,000*
			Hayır	37	26,62		
	Dilek, şikayet ve taleplerimi E devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım		Evet	98	64,65		
			Hayır	37	76,88	1484,5	0,080

* $p < 0,05$ anlamlı fark var ; $p > 0,05$ anlamlı fark yok

Tabloda kuşak gruplarına göre e devlet şifresi olma durumu arasında ölçek ifadeleri katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırılma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında e devlet şifresi olma durumu için yapılan Mann Whitney testine göre;

1960-1977 kuşağındakilerin e devlet şifresi olma durumu arasında “E devlet sistemin aktif kullanımım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=485,0$, $p < 0,05$). E devlet sistemini aktif olarak kullananların puan sıra ortalaması 75,63 , aktif olarak kullanmayanların 32,71’dir. Buna göre e devlet sistemini aktif olarak kullananların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1978-1997 kuşağındakilerin e devlet şifresi olma durumu arasında “E devlet sistemin aktif kullanımım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=189,0$, $p < 0,05$). E devlet sistemini aktif olarak kullananların puan sıra ortalaması 71,98 , aktif olarak kullanmayanların 23,18’dir. Buna göre e devlet sistemini aktif olarak kullananların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1998-2000 kuşağındakilerin e devlet şifresi olma durumu arasında “E devlet sistemin aktif kullanımım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=282,0$, $p < 0,05$). E devlet sistemini aktif olarak kullananların puan sıra ortalaması 83,62 , aktif olarak kullanmayanların 26,62’dir.

Buna göre e devlet sistemini aktif olarak kullananların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 4-29 Uzaktan Eğitim Programına Katılma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Kuşak	Herhangi bir uzaktan eğitim programına katıldınız mı?	N	Sıra Ortalama	U	p
1960-1977	Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum	Evet 63 Hayır 72	80,84	1459,0	0,000*
	Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar	Evet 63 Hayır 72	74,36	1867,5	0,069
	Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar	Evet 63 Hayır 72	72,20	2003,5	0,230
	Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum	Evet 58 Hayır 77	85,50	1218,0	0,000*
1978-1997	Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar	Evet 58 Hayır 77	80,28	1521,0	0,001*
	Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar	Evet 58 Hayır 77	77,66	1673,0	0,010*
	Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum	Evet 74 Hayır 61	81,61	1250,0	0,000*
1998-2000	Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar	Evet 74 Hayır 61	80,78	1311,0	0,000*
	Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar	Evet 74 Hayır 61	81,11	1286,5	0,000*

*p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok

Tabloda kuşak gruplarına göre uzaktan eğitim programına katılma durumu arasında ölçek ifadeleri katılım düzeyi bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında uzaktan eğitim programına katılma durumu için yapılan Mann Whitney testine göre;

1960-1977 kuşağındakilerin uzaktan eğitim programına katılma durumu arasında “Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır (U=1459,0 , p<0,05). Uzaktan eğitim programlarını güvenli bulanların puan sıra ortalaması 80,84 , güvenli

bulmayanların 56,76'dır. Buna göre uzaktan eğitim programlarını güvenli bulanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1978-1997 kuşağındakilerin uzaktan eğitim programına katılma durumu arasında "Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum" ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1218,0$, $p<0,05$). Uzaktan eğitim programlarını güvenli bulanların puan sıra ortalaması 85,50 , güvenli bulmayanların 54,82'dir. Buna göre uzaktan eğitim programlarını güvenli bulanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1978-1997 kuşağındakilerin uzaktan eğitim programına katılma durumu arasında "Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar" ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1521,0$, $p<0,05$). Uzaktan eğitim programlarının zaman tasarrufu sağladığını düşünenlerin puan sıra ortalaması 80,28, zaman tasarrufu sağlamadığını düşünenlerin 58,75'tir. Buna göre uzaktan eğitim programlarının zaman tasarrufu sağladığını düşünenlerin söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1978-1997 kuşağındakilerin uzaktan eğitim programına katılma durumu arasında "Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar" ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1673,0$, $p<0,05$). Uzaktan eğitim programlarının maddi tasarruf sağladığını düşünenlerin puan sıra ortalaması 77,66, maddi tasarruf sağlamadığını düşünenlerin 60,73'tür. Buna göre uzaktan eğitim programının maddi tasarruf sağladığını düşünenlerin söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1998-2000 kuşağındakilerin uzaktan eğitim programına katılma durumu arasında "Uzaktan Eğitim Programlarını güvenli bulurum" ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1250,0$, $p<0,05$). Uzaktan eğitim programlarını güvenli bulanların puan sıra ortalaması 81,61 , güvenli bulmayanların 51,49'dur. Buna göre uzaktan eğitim programlarını güvenli bulanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1998-2000 kuşağındakilerin uzaktan eğitim programına katılma durumu arasında "Uzaktan Eğitim Programları zaman tasarrufu sağlar" ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1311,0$, $p<0,05$). Uzaktan eğitim programlarının zaman tasarrufu sağladığını düşünenlerin

puan sıra ortalaması 80,78 , zaman tasarrufu sağlamadığını düşünenlerin 52,49'dur. Buna göre uzaktan eğitim programlarının zaman tasarrufu sağladığını düşünenlerin söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1998-2000 kuşağındakilerin uzaktan eğitim programına katılma durumu arasında "Uzaktan eğitim programları maddi tasarruf sağlar" ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1286,5$, $p<0,05$). Uzaktan eğitim programlarının maddi tasarruf sağladığını düşünenlerin puan sıra ortalaması 81,11 , maddi tasarruf sağlamadığını düşünenlerin 52,09'dur. Buna göre uzaktan eğitim programının maddi tasarruf sağladığını düşünenlerin söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 4-30 Online Haber Sitelerine, E Dergi, Blog yada Web Sayfalarına Herhangi Bir Konuda Haber Yazma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Kuşak	Online haber sitelerine, e dergi, blog yada web sayfalarına herhangi bir konuda haber yada yazı yazdınız mı?	n	Sıra Ortalama	U	p
1960-1977	Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Evet 41	86,68	1161,0	0,000*
	Hayır 94	59,85			
	İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Evet 41	70,59	1821,0	0,592
	Hayır 94	66,87			
1978-1997	Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Evet 48	79,19	1551,0	0,011*
	Hayır 87	61,83			
	İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Evet 48	76,29	1690,0	0,049*
	Hayır 87	63,43			
1998-2000	Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım	Evet 37	83,04	1256,5	0,005*
	Hayır 98	62,32			
	İnternette okuduğum haberlere güvenirim	Evet 37	75,78	1525,0	0,140
	Hayır 98	65,06			

* $p<0,05$ anlamlı fark var ; $p>0,05$ anlamlı fark yok

Tabloda kuşak gruplarına göre online haber sitelerine, e dergi, blog yada web sayfalarına herhangi bir konuda haber yazma durumu arasında ölçek ifadeleri katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırılma testi görülmektedir;

Farklı kuşak gruplarında online haber sitelerine, e dergi, blog yada web sayfalarına herhangi bir konuda haber yazma durumu için yapılan Mann Whitney testine göre;

1960-1977 kuşağındaki online haber sitelerine, e dergi, blog yada web sayfalarına herhangi bir konuda haber yazma durumu arasında “Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1161,0$, $p<0,05$). Sosyal medyada gördüğü haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yapanların puan sıra ortalaması 86,68, yorum, paylaşım ve beğeni yapmayanların 59,85’tir. Buna göre sosyal medyada gördüğü haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yapanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1978-1997 kuşağındaki online haber sitelerine, e dergi, blog yada web sayfalarına herhangi bir konuda haber yazma durumu arasında “Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım”ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1551,0$, $p<0,05$). Sosyal medyada gördüğü haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yapanların puan sıra ortalaması 79,19 , yorum,paylaşım ve beğeni yapmayanların 61,83’tür. Buna göre sosyal medyada gördüğü haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yapanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1978-1997 kuşağındaki online haber sitelerine, e dergi, blog yada web sayfalarına herhangi bir konuda haber yazma durumu arasında “İnternette okuduğum haberlere güvenirim” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1690,0$, $p<0,05$). İnternette okuduğu haberlere güvenenlerin puan sıra ortalaması 76,29, güvenmeyenlerin 63,43’tür. Buna göre internette okuduğu haberlere güvenenlerin söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1998-2000 kuşağındaki online haber sitelerine, e dergi, blog yada web sayfalarına herhangi bir konuda haber yazma durumu arasında “Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır ($U=1256,5$, $p<0,05$). Sosyal medyada gördüğü haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yapanların puan sıra ortalaması 83,04 , yorum,paylaşım ve beğeni yapmayanların 62,32’dir. Buna göre

sosyal medyada gördüğü haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yapanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 4-31 Sosyal Medyada Var Olan Hesabın, Mail Adresinin Şifrelerinin Başkası Tarafından Ele Geçirilme Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Kuşak	Sosyal medyada var olan hesabınız, mail adresiniz şifreleri başkaları tarafından ele geçirildi mi?	n	Sıra Ortalama	U	p	
1960-1977	Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım	Evet	25	69,60	1335,0	0,814
		Hayır	110	67,64		
1978-1997	Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım	Evet	26	81,10	1076,5	0,047*
		Hayır	109	64,88		
1998-2000	Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım	Evet	21	82,71	867,0	0,040*
		Hayır	113	64,67		

*p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok

Tabloda kuşak gruplarına ilişkin sosyal medyada var olan hesabın, mail adresinin şifrelerinin başkası tarafından ele geçirilme durumu arasında ölçek ifadeleri katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırılma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında sosyal medyada var olan hesabın, mail adresinin şifrelerinin başkası tarafından ele geçirilme durumu için yapılan Mann Whitney testine göre;

1978-1997 kuşağında sosyal medyada var olan hesabın, mail adresinin şifrelerinin başkası tarafından ele geçirilme durumu arasında “Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır (U=1076,5 , p<0,05). Sosyal medya ortamlarında fotoğraf video paylaşımı yapanların puan sıra ortalaması 81,10 , paylaşım yapmayanların 64,88’dir. Buna göre sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yapanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

1998-2000 kuşağında sosyal medyada var olan hesabın, mail adresinin şifrelerinin başkası tarafından ele geçirilme durumu arasında “Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır (U=867,0 , p<0,05). Sosyal

medya ortamlarında fotoğraf video paylaşımı yapanların puan sıra ortalaması 82,71 , paylaşım yapmayanların 64,67'dir. Buna göre sosyal medya ortamlarında fotoğraf,video paylaşımı yapanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 4-32 Oyun Oynama Aracı; Facebook Olma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Kuşak	Oyun oynama aracı; facebook	n	Sıra Ortalama	U	p	
1960-1977	Sosyal ortamlarını oynamak amacıyla kullanırım	medya oyun amaciyla Evet	47	59,32	1660,0	0,053
		Hayır	88	72,64		
1978-1997	Sosyal ortamlarını oynamak amacıyla kullanırım	medya oyun amaciyla Evet	97	59,74	1042,0	0,000*
		Hayır	38	89,08		
1998-2000	Sosyal ortamlarını oynamak amacıyla kullanırım	medya oyun amaciyla Evet	35	63,80	1603,0	0,443
		Hayır	100	69,47		

*p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok

Tabloda kuşak gruplarına göre oyun oynama aracı; facebook olma durumu arasında ölçek ifadeleri katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında oyun oynama aracı; facebook olma durumu için yapılan Mann Whitney testine göre;

1978-1997 kuşağında oyun oynama aracı; facebook olma durumu arasında “Sosyal medya ortamlarını oynamak amacıyla kullanırım” ifadesine katılım düzeyi puanı bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır (U=1042,0 , p<0,05). Sosyal medya ortamını oynamak amacıyla kullananların puan sıra ortalaması 59,74 , oynamak amacıyla kullanmayanların 89,08'dir. Buna göre sosyal medya ortamlarını oynamak amacıyla kullanmayanların söz konusu ifadeye katılım düzeyi daha yüksektir.

Tablo 4-33 İş Yerinde Kart Basmak, Göz-El Okutmak Gibi Sistemleri Kullanma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Kuşak	İş yerinde kart basmak, göz-el okutmak gb sistemler kullanılıyor mu?	n	Sıra Ortalama	U	p	
1960-1977	Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmek beni rahatsız eder	Evet	44	61,81	1306,5	0,198
		Hayır	69	53,93		
1978-1997	Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmek beni rahatsız eder	Evet	46	55,08	1452,5	0,250
		Hayır	72	62,33		
1998-2000	Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmek beni rahatsız eder	Evet	49	53,54	1398,5	0,098
		Hayır	69	63,73		

***p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok**

Tabloda kuşak gruplarına göre iş yerinde kart basmak, göz-el okutmak gibi sistemleri kullanma durumu arasında ölçek ifadelerine katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında iş yerinde kart basmak, göz-el okutmak gibi sistemleri kullanma durumu için yapılan Mann Whitney testine göre;

Farklı kuşaklar arasında “Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmek beni rahatsız eder” ifadesine katılım düzeyi bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmamaktadır (p>0,05).

Tablo 4-34 Facebook Hesabının Olma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Kuşak	Facebook hesabınız var mı?	n	Sıra Ortalama	U	p	
1960-1977	Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Evet	112	70,90	963,5	0,052
		Hayır	23	53,89		
1978-1997	Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Evet	120	68,21	874,5	0,855
		Hayır	15	66,30		
1998-2000	Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Evet	113	66,99	1129,0	0,487
		Hayır	22	73,18		

***p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok**

Tabloda kuşak gruplarına göre facebook hesabının olma durumu arasında ölçek ifadelerine katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında facebook hesabının olma durumu için yapılan Mann Whitney testine göre;

Kuşaklar arasında “Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm” ifadesine katılım düzeyi bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 4-35 Twitter Hesabının Olma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Kuşak	Twitter hesabınız var mı?		n	Sıra Ortalama	U	p
1960-1977	Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Evet	67	68,76	2227,0	0,818
		Hayır	68	67,25		
1978-1997	Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Evet	76	64,28	1959,0	0,198
		Hayır	59	72,80		
1998-2000	Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Evet	75	71,71	1971,5	0,207
		Hayır	60	63,36		

*** $p<0,05$ anlamlı fark var ; $p>0,05$ anlamlı fark yok**

Tabloda kuşak gruplarına göre twitter hesabının olma durumu arasında ölçek ifadelerine katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında twitter hesabının olma durumu için yapılan Mann Whitney testine göre;

Kuşaklar arasında “Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm” ifadesine katılım düzeyi bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 4-36 Instagram Hesabının Olma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Kuşak	Instagram hesabınız var mı?	n	Sıra Ortalama	U	p	
1960-1977	Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Evet	92	71,70	1638,0	0,100
		Hayır	43	60,09		
1978-1997	Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Evet	90	67,17	1950,0	0,719
		Hayır	45	69,67		
1998-2000	Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Evet	101	69,03	1612,5	0,587
		Hayır	34	64,93		

***p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok**

Tabloda kuşak gruplarına göre instagram hesabının olma durumu arasında ölçek ifadelerine katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında instagram hesabının olma durumu için yapılan Mann Whitney testine göre;

Kuşaklar arasında “Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm” ifadesine katılım düzeyi bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 4-37 Snapchat Hesabının Olma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Kuşak	Snapchat hesabınız var mı?	n	Sıra Ortalama	U	p	
1960-1977	Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Evet	53	66,73	2105,5	0,755
		Hayır	82	68,82		
1978-1997	Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Evet	46	63,59	1844,0	0,334
		Hayır	89	70,28		
1998-2000	Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Evet	62	71,65	2036,5	0,306
		Hayır	73	64,90		

***p<0,05 anlamlı fark var ; p>0,05 anlamlı fark yok**

Tabloda kuşak gruplarına göre snapchat hesabının olma durumu arasında ölçek ifadelerine katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında snapchat hesabının olma durumu için yapılan Mann Whitney testine göre;

Kuşaklar arasında “Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm” ifadesine katılım düzeyi bakımında istatistiksel anlamlı farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 4-38 Youtube Hesabının Olma Durumunun Ölçek İfadeleri Katılım Düzeyi Bakımından Karşılaştırılması

Kuşak	Youtube hesabınız var mı?	n	Sıra Ortalama	U	p	
1960-1977	Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Evet	57	69,00	2166,0	0,795
		Hayır	78	67,27		
1978-1997	Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Evet	56	68,66	2175,0	0,865
		Hayır	79	67,53		
1998-2000	Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm	Evet	57	71,67	2014,0	0,340
		Hayır	78	65,32		

* $p<0,05$ anlamlı fark var ; $p>0,05$ anlamlı fark yok

Tabloda kuşak gruplarına göre youtube hesabının olma durumu arasında ölçek ifadelerine katılım düzeyi puanları bakımından karşılaştırma testi görülmektedir.

Farklı kuşak gruplarında youtube hesabının olma durumu için yapılan Mann Whitney testine göre;

Kuşaklar arasında “Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm” ifadesine katılım düzeyi bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$).

4.4. Değerlendirme

Yapılan anket çalışmasının sonucuna göre:

1960-1977 yaş grubu, x kuşak bireyin dijital kültürden etkilenme düzeyine göre oluşturulan pre-tekno, birey kişilik yapısında elde edilen sonuçlara göre bu bireyler yaşları ile de doğru orantılı olarak sosyal medya araçlarını eğitim amaçlı olarak kullanmayan, e devlet sistemini kullanan ve bunu bürokratik işleri hafifletici bir sistem olarak görmektedir. Bu kişilerden interneti güvenli görenler internetten alışveriş yapmayı tercih etmektedir. Fotoğrafçılığa amatör olarak ilgi duyan ve bu sitelerde paylaşan bireyler aynı zamanda sosyal medyada fotoğraflar ile ilgili hesapları takip eden, yorum ve beğeni yapan kişilerdir. Sosyal ilişkilerini sosyal medya ile sağlayan bireylerden pozitif ancak zayıf bir katılımı yakınları ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaptıklarını belirtmektedirler. E devlet sistemini kullanımının yaygın olduğu y kuşağından ikinci kuşaktır. E devlet sistemini bürokratik açıdan kolaylaştırıcı bulma düzeyi diğer yaş gruplarına göre daha düşüktür. Buna karşın bu yaş grubu, dilek, şikayet ve taleplerini e devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım deme oranları diğer yaş gruplarına göre daha yüksektir. Bu grubun interneti güvenilir bulma oranı post tekno birey ile aynı oranda ve tekno bireyden daha düşüktür. İnternette alışveriş yapma oranı tekno birey ile aynı düzeydedir ve post tekno bireyden fazladır. Uzaktan eğitim programını güvenli bulma oranı diğer iki gruptan daha düşüktür. Uzaktan eğitimin zaman tasarrufu sağladığını düşünme oranı ikinci en yüksek kuşaktır. Uzaktan eğitimin maddi tasarruf sağladığı düşüncesinin kuvvetli olduğunu düşünen ikinci kuşaktır.

1978-1997 yaş grubu, y kuşağı bireylerin dijital kültürden etkilenme düzeyine göre, tekno birey kişilik yapısında elde edilen sonuçlara göre bu bireyler, sosyal medya araçlarını eğitim amaçlı olarak kullanmakta, e devlet sistemini kullanan ve bunu bürokratik işleri hafifletici bir sistem olarak görmektedir. Bu kişilerden interneti güvenli görenler internetten alışveriş yapmayı tercih etmektedir. Fotoğrafçılığa amatör olarak ilgi duyan ve bu sitelerde paylaşan bireyler aynı zamanda sosyal medyada fotoğraflar ile ilgili hesapları takip eden, yorum ve beğeni

yapan kişilerdir. Sosyal ilişkilerini sosyal medya ile sağlayan bireylerden pozitif yönlü orta düzey bir katılımı yakınları ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaptıklarını belirtmektedirler. E devlet sistemini en yaygın kullanan kuşaktır. Tekno birey ve post tekno bireyin e devlet sistemini bürokratik işleri kolaylaştırıcı bir sistem görme verileri aynı orandadır. Dilek, şikayet ve taleplerini e devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım yaklaşımı post tekno birey ile benzerlikler göstermektedir. İnternette alışverişi en güvenli bulma grubudur. İnternette alışveriş yapma oranı pre tekno birey ile aynı düzeydedir ve post tekno bireyden fazladır. Uzaktan eğitimi güvenli bulma durumu pre tekno bireyden fazladır ve post tekno birey ile aynıdır. Uzaktan eğitimin zaman tasarrufu sağladığını düşünme oranı en yüksek kuşaktır. Uzaktan eğitimin maddi tasarruf sağladığı düşüncesinin en kuvvetli olduğu kuşaktır.

1998-2000 yaş grubu, z kuşağı bireylerin dijital kültürden etkilenme düzeyine göre sosyal medyayı eğitim amaçlı kullanmamaktadır. e devlet sistemini kullanan ve bunu bürokratik işleri hafifletici bir sistem olarak görmektedir. Bu kişilerden interneti güvenli görenler internette alışveriş yapmayı tercih etmektedir. Fotoğrafçılığa amatör olarak ilgi duyan ve bu sitelerde paylaşan bireyler aynı zamanda sosyal medyada fotoğraflar ile ilgili hesapları takip eden, yorum ve beğeni yapan kişilerdir. Ancak bu kişilerin katılımı diğer kuşaklara göre daha güçlü bir katılım içermektedir. Sosyal ilişkilerini sosyal medya ile sağlayan bireylerden pozitif yönlü orta düzey bir katılımı yakınları ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaptıklarını belirtmektedirler. E devlet sistemini en az kullanan kuşaktır. Tekno birey ve post tekno bireyin e devlet sistemini bürokratik işleri kolaylaştırıcı bir sistem görme verileri aynı orandadır. Dilek, şikayet ve taleplerini e devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım yaklaşımı tekno birey ile benzerlikler göstermektedir. Bu grubun interneti güvenilir bulma oranı pre tekno birey ile aynı oranda ve tekno bireyden daha düşük orandadır. İnternette alışveriş yapma oranı da diğer gruplara göre daha düşüktür. Uzaktan eğitimi güvenli bulma durumu pre tekno bireyden fazladır ve tekno birey ile aynıdır. Uzaktan eğitimin zaman tasarrufu sağladığını düşünme oranı en düşük kuşaktır. Uzaktan eğitimin maddi tasarruf sağladığı düşüncesi diğer kuşaklara göre daha zayıftır.

Aşağıdaki tabloda anket sonuçlarına göre oluşturulan birey tipolojileri ve onların taşıdıkları özelliklerin tablosu yer almaktadır.



Tablo 4-39 Pre Tekno Birey Özellikler Tablosu

Pre Tekno Birey	<ul style="list-style-type: none">- E devlet şifresini post tekno bireylerden daha aktif kullanırlar. Aktif kullanımda ikinci sırada yer alırlar.- E devlet sistemini bürokratik işleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görme oranları en düşüktür.- Dilek, şikayet ve taleplerini e-devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yapma oranları en yüksektir.- İnternette alışverişi güvenli bulma durumları en düşük grup olmalarına karşın internette alışveriş yapmak oranları en yüksektir.- Uzaktan eğitim programlarına güven duyguları düşüktür.- Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşma oranları en yüksek olan gruptur.- Sosyal medyada gördükleri haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yapma düzeyi en düşüktür.- İnternette okudukları haberlere güvenleri en zayıf kişilerdir.- Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmekten rahatsız olma durumları orta düzeydedir.- Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek verme oranları en düşüktür.- Online toplumsal kampanyaları etkili bulma ve destekleme durumları en zayıftır.
------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

- Sosyal medyada en az fotoğraf ve video paylaşımını yapan kişilerdir.
- Sosyal medyada başkalarının paylaşımlarını takip oranı en düşük gruptur.
- Sosyal medya ortamlarının oyun oynamak amacıyla en yaygın kullanan kişilerdir.
- Çektikleri fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde en çok paylaşan gruptur.
- Online sanat eserleri ve online müzeleri takip oranları en düşüktür.
- Sosyal ilişkilerini sosyal medya ile sağlama oranları en yüksektir.
- Yakınları ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşme oranları en yüksek kişilerdir.
- Yakınları ile iletişim kurmak amacıyla fotoğraf ve video paylaşma oranları en düşük gruptur.
- Arkadaş, akraba ya da hayranlık duydukları kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan en çok takip eden kişilerdir.

Tablo 4-40 Tekno Birey Özellikler Tablosu

Tekno Birey	<ul style="list-style-type: none">- E devlet sistemini en aktif kullanan kişilerdir.- E devlet sistemini bürokratik işlerde kolaylaştırıcı olarak görme oranı diğerlerinden yüksektir.- İnternette alışveriş en güvenilir bulan kişilerdir.- İnternette alışveriş yapma oranları en yüksek kişilerdir.- Uzaktan eğitim programını zaman tasarruflu bulma oranları en yüksek kişilerdir.- Uzaktan eğitim programını maddi tasarruflu bulurlar.- İnternette okudukları haberlere güven duygusu en fazla olan kişilerdir.- Kameralı ortamlarda çalışmaktan rahatsızlık duyma oranları en yüksek kişilerdir.- Sosyal medyada olan imza kampanyalarına en yüksek desteği vermektedirler.- Sosyal medyada başkalarının yaptığı paylaşımları takip oranları diğerlerinden daha yüksektir.- Sosyal medyadan özel hayat paylaşımını en güvenli bulan gruptur.
--------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

- | | |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none">- Sosyal medyada takip edilmek, yer imlemesi yapmak ve paylaşımlarda bulunmanın özgürlüklerine engel olduğunu düşünmektedirler.- Sosyal medyayı oyun amaçlı kullanım oranları pre tekno bireylere göre daha düşüktür.- Çektikleri fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinden paylaşım yapma oranları en düşük gruptur.- Online sanat eserleri ve online müzeleri takip oranları orta düzeydedir.- Sosyal ilişkileri sosyal medya ile sağlama oranları orta düzeydedir.- Yakınları ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşme oranları orta düzeydedir.- Arkadaş, akraba ya da hayranlık duydukları kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip etme oranları orta düzeydedir. |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Tablo 4-41 Post Tekno Birey Özellikler Tablosu

Post Tekno Birey	<ul style="list-style-type: none">- E devlet sistemini aktif kullanımı en düşük gruptur.- E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görme düzeyleri orta seviyedir.- Dilek şikayet ve taleplerini e devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yapma düzeyi en düşük gruptur.- İnternette alışveriş güvenli bulma durumu orta düzeydedir.- İnternette alışveriş yapma oranları en düşük kişilerdir.- Uzaktan eğitim programlarını güvenli bulurlar.- Uzaktan eğitimin zaman tasarrufu sağladığı düşünme oranı en düşük kişilerdir.- Uzaktan eğitimin maddi tasarrufu sağladığı düşünme oranı en düşük gruptur.- Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşma oranı orta düzeyde kalmıştır.- Sosyal medyada gördükleri haberlere yorum, paylaşım, beğeni yapma düzeyleri en yüksek kişilerdir.- İnternette okudukları haberlere güvenme durumu orta düzeydedir.- Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmekten rahatsız olma durumu oranı en düşük gruptur.- Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek verme durumu orta düzeydedir.
-------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

- Online toplumsal kampanyaları etkili bulma ve destekleme durumu en yüksek gruptur.
- Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, vide paylaşımı yapma düzeyleri en yüksek kişilerdir.
- Sosyal medyada başkalarının paylaşımlarını takip oranları orta düzeydir.
- Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulma durumu en zayıf kişilerdir.
- Sosyal medyada takip edilmek, yer imlemesi yapmak ve paylaşımlarda bulunmayı özgürlüklerine engel olarak görme durumu en zayıf kişilerdir.
- Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanma durumu en düşük gruptur.
- Çektikleri fotoğrafları amatör fotoğraf sitelerinde paylaşma oranı en yüksek kişilerdir.
- Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarını takip etmek, yorum ve beğeni yapmak oranları en yüksek kişilerdir.
- Online sanat eserleri ve online müzeleri takip etme oranları en yüksek kişilerdir.
- Sosyal ilişkilerini sosyal medya ile sağlama oranları en düşüktür.
- Yakınları ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşme durumu en düşük kişilerdir.
- Yakınları ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yapma oranları en yüksek kişilerdir.
- Arkadaş, akraba yada hayranlık duydukları kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip etme oranı en düşük kişilerdir.

Tablo 4-42 Tipolojilere göre yaşam tarzlarını biçimlendirme sürecinde dijital kültür ve etki alanlarının yansımaları

Yaşam Tarzlarını Biçimlendirme Sürecinde Dijital Kültür ve Etki Alanları	Pre Tekno Birey	Tekno Birey	Post Tekno Birey
Emek ve sermayeye etki bakımından dijital kültür ve dönüşen ticaret anlayışı e ticaret	<ul style="list-style-type: none">- İnternette alışverişi güvenli bulma durumları en düşük grup olmalarına karşın internette alışveriş yapmak oranları en yüksektir.	<ul style="list-style-type: none">- İnternette alışverişi en güvenilir bulan kişilerdir.- İnternette alışveriş yapma oranları en yüksek kişilerdir.	<ul style="list-style-type: none">- İnternette alışverişi güvenli bulma durumu orta düzeydir.- İnternette alışveriş yapma oranları en düşük kişilerdir.
Kamusal alanın dönüşümü ve sosyal ağlar	<ul style="list-style-type: none">- Sosyal ilişkilerini sosyal medya ile sağlama oranları en yüksektir.- Yakınları ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşme oranları en yüksek kişilerdir.- Yakınları ile iletişim kurmak amacıyla fotoğraf ve video paylaşma oranları en düşük gruptur.- Arkadaş, akraba ya da hayranlık duydukları kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan en çok takip eden kişilerdir.	<ul style="list-style-type: none">- Sosyal ilişkileri sosyal medya ile sağlama oranları orta düzeydedir.- Yakınları ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşme oranları orta düzeydedir.- Arkadaş, akraba ya da hayranlık duydukları kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip etme oranları orta düzeydedir.	<ul style="list-style-type: none">- Sosyal ilişkilerini sosyal medya ile sağlama oranları en düşüktür.- Yakınları ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşme durumu en düşük kişilerdir.- Yakınları ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yapma oranları en yüksek kişilerdir.- Arkadaş, akraba ya da hayranlık duydukları kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip etme oranı en düşük kişilerdir.

<p>Eğitimin dönüşümü ve uzaktan eğitim</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Uzaktan eğitim programlarına güven duyguları düşüktür. 	<ul style="list-style-type: none"> - Uzaktan eğitim programını zaman tasarruflu bulma oranları en yüksek kişilerdir. - Uzaktan eğitim programını maddi tasarruflu bulurlar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Uzaktan eğitim programlarını güvenli bulurlar. - Uzaktan eğitimin zaman tasarrufu sağladığı düşünme oranı en düşük kişilerdir. - Uzaktan eğitimin maddi tasarrufu sağladığı düşünme oranı en düşük gruptur.
<p>Gözetim toplumu ve bireyselliğin yok oluşu</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmekten rahatsız olma durumları orta düzeydedir. - Sosyal medyada en az fotoğraf ve video paylaşımını yapan kişilerdir. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kameralı ortamlarda çalışmaktan rahatsızlık duyma oranları en yüksek kişilerdir. - Sosyal medyada başkalarının yaptığı paylaşımları takip oranları diğerlerinden daha yüksektir. - Sosyal medyadan özel hayat paylaşımını en güvenli bulan gruptur. - Sosyal medyada takip edilmek, yer imlemesi yapmak ve paylaşımlarda bulunmanın özgürlüklerine engel olduğunu düşünmektedirler. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmekten rahatsız olma durumu oranı en düşük gruptur.

<p>Değişen Gazetecilik Anlayışı Olarak Yurttaş Gazeteciliği ve Sosyal Ağlar</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşma oranları en yüksek olan gruptur. - Sosyal medyada gördükleri haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yapma düzeyi en düşüktür. - İnternette okudukları haberlere güvenleri en zayıf kişilerdir. 	<ul style="list-style-type: none"> - İnternette okudukları haberlere güven duygusu en fazla olan kişilerdir 	<ul style="list-style-type: none"> - Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayın yaparak kaza anını yada olay anını paylaşma oranı orta düzeyde kalmıştır. - Sosyal medyada gördükleri haberlere yorum, paylaşım, beğeni yapma düzeyleri en yüksek kişilerdir. - İnternette okudukları haberlere güvenme durumu orta düzeydedir.
<p>Bilgi toplumu ve e devlet</p>	<ul style="list-style-type: none"> - E devlet şifresini post tekno bireylerden daha aktif kullanırlar. Aktif kullanımda ikinci sırada yer alırlar. - E devlet sistemini bürokratik işleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görme oranları en düşüktür. - Dilek, şikayet ve taleplerini e-devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yapma oranları en yüksektir. 	<ul style="list-style-type: none"> - E devlet sistemini en aktif kullan kişilerdir. - E devlet sistemini bürokratik işlerde kolaylaştırıcı olarak görme oranı diğerlerinden yüksektir. 	<ul style="list-style-type: none"> - E devlet sistemini en aktif kullan kişilerdir. - Dilek şikayet ve taleplerini e devlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yapma düzeyi en düşük gruptur. - E devlet sistemini bürokratik işlerde kolaylaştırıcı olarak görme oranı diğerlerinden yüksektir.

Dijital aktivizm ve siber terör	<ul style="list-style-type: none"> - Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek verme oranları en düşüktür. - Online toplumsal kampanyaları etkili bulma ve destekleme durumları en zayıftır 	<ul style="list-style-type: none"> - Sosyal medyada olan imza kampanyalarına en yüksek desteği vermektedirler. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek verme durumu orta düzeydedir. - Online toplumsal kampanyaları etkili bulma ve destekleme durumu en yüksek gruptur.
Dijitalleşme etkisinde sanat	<ul style="list-style-type: none"> - Çektikleri fotoğrafları amatör fotoğraf sitelerinde paylaşma oranı en yüksek kişilerdir. - Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarını takip etmek, yorum ve beğeni yapmak oranları en yüksek kişilerdir. - Online sanat eserleri ve online müzeleri takip etme oranları en yüksek kişilerdir. 	<ul style="list-style-type: none"> - Çektikleri fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinden paylaşım yapma oranları en düşük gruptur. - Online sanat eserleri ve online müzeleri takip oranları orta düzeydedir. 	<ul style="list-style-type: none"> - Çektikleri fotoğrafları amatör fotoğraf sitelerinde paylaşma oranı en yüksek kişilerdir. - Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarını takip etmek, yorum ve beğeni yapmak oranları en yüksek kişilerdir. - Online sanat eserleri ve online müzeleri takip etme oranları en yüksek kişilerdir.
Boş zaman etkinliği olarak oyunlar ve sosyal medya	<ul style="list-style-type: none"> - Sosyal medya ortamlarının oyun oynamak amacıyla en yaygın kullanan kişilerdir. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sosyal medyayı oyun amaçlı kullanım oranları pre tekno bireylere göre daha düşüktür. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanma durumu en düşük gruptur.

5. SONUÇ

Kültür kavramı toplumsal gelişmeler ile birlikte başkalaşımın geçiren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. İlkel toplumlardan başlayarak, değişen ve dönüşen kültür, sanayi devrimi süreciyle teknolojik gelişmeler ekseninde büyük değişimlere maruz kalmaktadır. Özellikle toplumda kullanılan araç gereçler, toplumların ekonomik yapısı, ticari ilişkiler ve nihayetinde iletişim teknolojileri kültürün yapısını şekillendirmektedir.

Modernizm ile birlikte başkalaşan kültür, bireylerin yaşam biçimlerinde ve hayatı yorumlayış biçimlerinde farklılıklar yaşanmasına sebep olmaktadır. Yaşanan toplumsal olaylar ile birlikte hayata daha ciddi bakan bireyler, çalışma yaşamında aktif hale gelmekte ve daha resmi ilişkiler ile daha yüksek sorumluluklara maruz kalmaktadır. Modernizm üzerine literatürde birçok tanım ve yorum yer almakla birlikte, ekonomik ve endüstriyel temelli değişimin söz konusu olduğu bir çok düşünür tarafından dile getirilmektedir. Sanayi devrimi sonrası iş yaşamına adapte olmaya çalışan birey, aynı zamanda sosyal yaşamda ortaya çıkan değişim ve zorluklara da adapte olmak durumunda kalmaktadır. Bu dönemde karşımıza aydınlanma kavramı çıkmaktadır. Bilimin, deneyciliğin, akılcılığın, mutluluk ve doğanın ön plana çıktığı bir süreç olan aydınlanma çağı modernizm tarafından geliştirilmiştir.

Modernizmin biçimlendirdiği hayata daha ciddi bakan, sorumluluklar yüklenen, ekonomik sıkıntılarla yüz yüze kalan bireye karşı postmodern süreçte tüm bunlarla taban tabana zıt bireyler çıkmaktadır. Yaşamın ciddiyetinden uzak kalmayı arzu eden, düzen, otorite ve tek düzeliğe karşı olan postmodern bireyler oluşmuştur. Postmodernizm tüketimin en yoğun yaşandığı bireyin mutluluğu ve hazzı tüketim ile bulduğu bir dönemdir. Bu dönemde kültür tüketim ile ilişkilendirilmektedir ve tüketim kültürü bireyleri etkisi altına almaktadır. Sınırsız haz, eğlence sektörünün gelişmesi, zevk ve isteklerin ön plana çıktığı bir zaman dilimine denk gelmektedir. Postmodern insan bütün zıtlıkları bünyesinde barındıran, gelenekseli modernini yorumlayarak iç içe geçirebilen ve tüm zıtlıklardan beslenen yapıdadır. Bu dönem kültürü her alanda etkisi altına almaktadır. mimariden, moda akımlarına kadar geniş

bir kültürel değişim yelpazesiz oluşturmuştur. Kültürel başkalaşım için önemli bir dönüşümü sağlayan tüketim üretim dönüşümüdür. Üretim dönüşümü ilkel toplumlardan başlayarak günümüze kadar üretim ve tüketim anlayışlarındaki değişim ile birlikte kültürel değişimleri sağlamaktadır. Üretim aynı zamanda ekonomik yapı ile ilişkili olma durumu, ekonomik yapının kültürel yapının alt yapısı olduğu ve bilim, kültür, inanç ve değerlerin de ekonomik tabandan etkilendiği düşünce ile yorumladığımızda, üretim dönüşümünün kültür üzerinde yadsınamaz bir etkisi olduğunu söylemek mümkündür. Marx'ın alt yapı üst yapıyı biçimlendirir teziyle bu dönüşümü açıklama mümkündür. Aynı bu dönüşümde mihenk taşı olan endüstri devrimi, üretim anlayışını başlı başına değiştirmektedir. Kendine yetecek kadar üretmekle başlayan üretici, daha sonraki aşamada değiş tokuş amacı ile üretimi arttırmakta ve kişisel çaba ve imkanlar ile üretim sağlamaktayken, endüstri devrimi ile birlikte büyük sermaye sahiplerinin oluşturduğu üretim ağı ile üretim yapılmakta ve bireyler bu sermayedarlar için çalışmaktadır.

İlkeze belli bir ücret karşılığında çalışan ve düzenli bir gelir elde eden bireyler, kazandıkları paraları harcamalarını sağlayan bir dönüşüme maruz kalmaktadır. Üretim sürecinin devamlılığı için çalışanların tüketiminin arttırılması ihtiyacı doğmaktadır. Bu da tüketimin canlandırılmasına, hatta tüketim odaklı toplumlar oluşturulmasına etken olmuştur. Kazandıkça tüketen ve tüketim için çalışan bireylerin kültürel yapıya tüketim odaklı olmaktadır.

Tüketim kültürünün doğu da postmodern kültürün bir uzantısı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kültürde, geleneksel ayrılıklar önemini yitirmekte, çok kültürlülük ve popülarite ve farklılık ön plana çıkarılmaktadır. Gerçek nesnelere, arzuların yerine konan şeylerden ibarettir. Gerçek bir tüketim değil de arzu duyulan, haz alınan şeyler ön plana çıkmaktadır.

Kültürün aktarımında en önemli rolü üstelenen iletişim aynı zamanda kültürün de bir parçası olarak görölmektedir. İletişim ve kültüre eleştirel yaklaşan Postman'ın teknopoli yaklaşımı ele alınmaktadır. Burada bireylerin geliştirdiği teknolojik aletlerin bireyleri nasıl şekillendirdiği onları nasıl etkisi altına aldığı yorumundan yola çıkarak aslında bireyin geliştirdiği teknolojinin yine bireyi etkisi altına aldığını hatta bireyin özgürlüğüne olumsuz etkiler yapıldığı sonucu karşımıza çıkmaktadır. Bugün var olan internet teknolojisi bireyin gündelik yaşantısını etkisi altına almakta

kişiler bu teknolojiden uzak kalamamakta ve bu teknolojinin esareti altına girmektedir.

Teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak dijitalleşme kavramı karşımıza çıkmaktadır. Dijitalleşme, bireyin yaşamının her alanında etkin olmaktadır. Öyle ki birey, iş yaşamında yoğun bir biçimde dijital teknolojileri kullanırken yolda aracında, evinde tüm yaşam alanlarında dijitalleşmenin etki alanına dahil olmaktadır. İşinden çıkan birey işini ofisinde bırakmamakta var olan dosyasını taşınabilir bilgisayarı sayesinde evden iş takibi yapabilmekte, yoldan sipariş takibi yapabilmekte, gelen maillerine yanıt yazabilmekte hatta tatilde de gelen aramaları yanıtlamaktadır. Böylelikle var olan dijital teknolojiler bireyin hareket alanını daraltmaktadır. Medya yakınsaması ile tüm teknolojik aletler birbiriyle etkileşim halinde kullanılmaktadır. Akıllı televizyonlar ile internete bağlanılmakta, facebook hesabına giriş yapılmakta hatta internet ağı üzerinden arama gerçekleştirilmekteyken, akıllı telefonunuzdan televizyon izlenmekte, filmleri indirebilmekte ve haber takibi yapılmaktadır. Bu yakınsamanın en bariz örneği olarak karışımıza çıkmaktadır.

İnternetin geliştirilmesi ve bireylerin kullanımına açılması ile yaygınlaşması yeni arayışlara etken olmuş ve yeni medya kavramının yaşamımıza girmesini sağlamıştır. Yeni medya bireylerin yaşamlarında yeni bir kültürün gelişmesine katkı sağlamaktadır. Geliştirilen uygulamaların akıllı telefonlar ile kullanımının yaygınlaşması bireylerin iletişim biçimlerinden, problem çözme yöntemlerine, hobilerinden acil ihtiyaçlarına, bankacılık işlemlerinden, bürokratik işlemlere kadar çok geniş bir alanda bireylerin kullanımı sağlanırken bireylerin yaşam biçimlerine de etki etmektedir.

Bu çalışmada gerçekleştirilen literatür araştırmasının son aşaması olarak karşımıza çıkan dijital kültürün yaşam alanlarını nasıl biçimlendirdiğini konu edinen üçüncü bölümde; yaşam alanlarının dijital kültürün yansıması olarak yeni medyanın gündelik hayatta nasıl yer edindiğini ifade etmek ve araştırma için gerekli bilgilerin ortaya konulmasını sağlamak için gerekli görülmüştür. Bu bölümde özellikle bireylerin gündelik yaşantısında önemli rol oynayan ve dijital kültürün yansıması olarak bireyleri kuşatan alanlar incelenerek anket çalışmasına geçişi sağlayacak bilgilere yer verilmiştir.

Bu bölümde, bireylerin gündelik yaşamlarını etkisi altına aldığı alanları ortaya koymak adına öncelikle, emek ve sermayeye etki bakımından dijital kültür ve dönüşen ticaret anlayışı olarak e ticaret konusu irdelenmiştir. Bu konu iki ayrı açıdan ele alınmıştır. Öncelikle bireylerin gelişen teknolojiler ile birlikte aktif hale geldiği yeni medya ortamları bakımından değerlendirme yapılmaktadır. İnternet teknolojisinin bir sonucu olarak karışımıza maddi olmayan emek ya da dijital emek kavramı çıkmaktadır. Burada interaktif internet kullanımını sonucu her bir kullanıcının yeni fırsatlar yakalaması sonucu ortaya çıkan dijital emek kavramı, bireylerin web 2.0 ile elde ettikleri özgür hareket etme özelliği sayesinde her bir kullanıcının artık üretici konumuna geçerek, yorum yapan, fotoğraf paylaşan, yemek tarifi veren yada beğenme gibi uygulamaları gerçekleştirilmesi ile bir emeğin ortaya çıkma durumu söz konusu olur. İnternet kullanıcılarını pasif bir takipçi olmaktan çıkarıp üretici konumuna gelmeyi sağlayan bir durum söz konusu olmaktadır. Burada karşımıza emeği karşılığı para kazanan ve kazanmayan bireyler çıkmaktadır. Ancak elde edilen verilerin reklam şirketlerine satılması ile büyük gelirler elde eden platform hizmeti sunan şirketler çıkmaktadır ki, bu şirketler üretici konumunda olan kullanıcıların emeğinin sömürülmesine neden olmaktadır. Bir diğer açıdan baktığımızda ise ticari yaklaşımın değişmesi ve bunun sonucu olarak e ticaret gelişmesi ve yaygınlaşması durumu ortaya çıkmaktadır. Bireylerin tüketim alışkanlıklarının, dijital teknolojiler ve yeni medya araçlarını kullanarak nasıl biçimlendirdikleri konusu ele alınmaktadır. Gündelik hayatta alışveriş yapma biçimlerinin dijital kültür ile yeniden şekillendiğini ortaya koymak ve değişen ticaret anlayışının ve küresel ekonominin yansıması olarak bireylerin bu alışkanlıklara nasıl uyum sağladığını ortaya koyulmuştur.

İkinci konu olarak, kamusal alan dönüşümü ve sosyal ağlar konusu dijital kültürün biçimlendirdiği alanlardan bir diğeri olarak ele alınmıştır. bu başlık altında kamusal alan ve özel alan kavramlarının tarihsel süreci ve farklı bakış açılarıyla nasıl ele alındığını ifade etmek ve günümüz teknolojileri ile nasıl yeniden biçimlendiğini görmek önemlidir. Bu bağlamda kamusal alan, 18. yüzyılda ortaya çıkan ve tüm yurttaşların erişebileceği ve kamuoyuna denk gelen bir kavram olarak ifade edilmektedir. Bu durumda kamuoyu kavramıyla birlikte varlık kazanan bir ifade olarak, kamuoyu, bağımsız ve eşit bireylerin katıldığı, kimsenin dışlanmadığı ve uzlaşmanın söz konusu olduğu bir süreç olarak kamusal alan ifade edilmektedir ki bu durum günümüz teknolojileri ile yeni bir boyut kazanarak karşımıza ağ toplumu olarak çıkmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi, internetin yaygınlaşması

ve sosyal ağların oluşturulması ile birlikte, bireylerin günlük yaşamda kullandıkları iletişim biçimlerini de etkisi altına almaktadır. Öyle ki bireyler artık zamansız ve mekansız olarak, dünyayı saran bir ağ içerisinde varlık göstermektedir. Castells'in ağ toplumu kavramı bu konuyu daha ayrıntılı olarak ifade etmektedir. Ağ toplumu, zaman ve mekan kavramlarında etkisini en belirgin biçimde hissettirmektedir. Castells ağ toplumunu, zamansız zaman ve akışlar uzamı olarak ifade etmektedir. Bu durum günümüz bireyleri için etkin bir rol oynamaktadır. Bireyler ağlar aracılığıyla etkileşim sağlamak ve ağlar sayesinde birbirlerine bağlanmaktadır. Bu durumda bireyler toplumsal meseleleri görüşmek için mekânsal bir birliktelik göstermek durumunda kalmazlar ve ağlar aracılığıyla görünür olunmakta ve fikir bildirebilmektedir. Bireyler ortak mekan paylaşımına ihtiyaç duymamaktadır. Burada kamusal mekan, sokak, kahvehane değil, çevrimiçi ortamlardır. Bireyler internet sayesinde ve sosyal ağlar aracılığı ile etkileşim sağlamaktadır.

Eğitimin dönüşümü ve uzaktan eğitim konusu, dijital kültürün biçimlendirdiği bir başka alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijitalleşme ve dijital teknolojilerin gelişmesi eğitim sistemlerini de kademeli olarak değiştirmiştir. Uydu, fiber optik, televizyon, radyo ve bilgisayar teknolojilerinin gelişimi ve son olarak da internet teknolojilerinde yaşanan gelişmeler eğitim sistemini de etkilemiştir. Böylelikle zamansal ve mekânsal bağ kurulmadan eğitim sistemi oluşturulmakta ve uzaktan eğitim sistemi bilgi teknolojileri aracılığı ile sağlanmaktadır. Online dersler, gerek yabancı dil eğitimi, gerek üniversite gerekse uzmanlaşma ve sınav eğitiminde kullanılmaktadır. Telekonferans yöntemi ile sınıflar bir araya gelmekte, etkileşimli sınıf ortamı da uzaktan eğitim aracılığı ile gerçekleşmektedir. Bilgi teknolojilerinin kullanımı yalnızca uzaktan eğitimle sınırlanmamakta günümüzde sosyal medya teknolojileri de eğitim amaçlı destek sağlayıcı bir işleve sahiptir. Youtube üzerinden ders videoları paylaşmakta, facebooktan canlı ders yapılabilen ya da materyal ve kaynak paylaşımı gerçekleştirilmektedir. Sesi, görüntüyü ve yazıyı aynı anda paylaşabilme imkanı eğitim sisteminin bu teknolojiyi kullanabilmesi açısından da önemlidir. Kitap yorumları, ödevler, özetler yine sosyal ağlar aracılığıyla paylaşılabilir.

Gözetim toplumu ve bireyselliğin yok oluşu başlığı ile dijitalleşme süreci ile bireylerin yaşamına etki eden yeni uygulamalar, bireyselleşmenin yok oluşu ve bunların dijital kültürden ne derece etkilendiği ortaya konulmaya çalışılmıştır.

İnsanların ne yaptıklarını kontrol etmek, denetlemek onları izlemek ihtiyacından doğan gözetim, yalnızca bürokratik bir süreç değil, sosyal yapının devamlılığını sağlamak amacıyla gerekli görülen ve gelişen teknolojik yapı ve dijitalleşme ile boyutları değişen bir kavramdır. Bireyin ödeme yapıp yapmadığından, yurtdışına çıkıp çıkmadığına hatta tüketim hareketlerine kadar bir çok kontrol alanı bulunmaktadır. Bir başka boyutu da çalışanların denetlenmesi, kontrol altında tutulması sürecidir ki, Marx'a göre bu durum, kapitalist sosyal ilişkilerin alanını genişletmektedir. Bireyler iş yaşamında kontrol edilmekte, işe giriş çıkışları, iş başında gösterdikleri performanslar gözetim toplumunun bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır ve bu durum dijitalleşme ile farklı bir boyut kazanmıştır. Bireyleri gözetlemek için bir göze ihtiyaç duyulmamakta, kart basmak, el izi, göz okumak gibi bir çok dijital uygulama işe giriş çıkışı kontrol etmekte hatta kurulan kamera sistemi ile iş başı kontroller sağlanmaktadır. Burada gözetim önceden caydırıcı bir etki de sağlamaktadır. Kontrol toplumu oluşturmanın da bir yolu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada, panoptikon ve sinoptikon kavramları gözetim toplumu ile ilgili ele alınan iki önemli kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir kuleden tüm hapisaneyi izlemeyi mümkün kılan panoptik mimari yapı olan, tek bir bireyin tüm diğer bireyleri izlemesine olanak sağlama fikrinden oluşturulan panoptikona karşın çok kişinin az kişiyi izlediği, bir yapı söz konusudur. Televizyon ve sinemayla başlayan bu süreç, internet teknolojilerinin gelişmesi ile sosyal ağlara da yansımaktadır. Bu sinoptik süreçte, seyretmek, seyreden kişinin yerellik bağını koparmakta ve mekânsal bağları da etkilemektedir. Bu süreçte bireyler (ünlüler, ikonlar, fenomenler) izlenmekte ve takip edilmektedir. Sosyal ağlar ile bireyler günlük yaşantılarını sergilemekte, mahremiyet ve bireysellikten uzaklaşmaktadır.

Dijitalleşme tüm alanları etkilediği gibi gazetecilik alanında da değişimlere sebep olmaktadır. Geçmişten günümüze tüm teknolojik gelişmeler, gazetecilik anlayışına yeni boyutlar getirmiştir. Matbaanın icadından başlayarak, değişikliğe uğrayan habercilik anlayışı dijitalleşme süreci ile yeni bir biçime yönelmiştir. Dijital kültürün etkisiyle online haber siteleri kavramı ortaya çıkmakta; habere ve bilgiye ulaşmak daha kolay ve basit hale gelmiştir. Özellikle kullanıcılarına sınırsız hareket imkanı veren internet teknolojisi, haberi yayılması, paylaşılmasında önemli bir hız özelliği katmaktadır. Bireyler birer gazeteci gibi kendi haberini yapabilmekte ve bunu yayabilmektedir. Fotoğrafını çeken, yorumunu yazan, hatta videosunu paylaşan internet kullanıcısı birer gazeteci gibi hareket edebilmektedir. Yurttaş gazeteciliğinin

özellikleri arasında sayılan, haber kaynaklarının arttırılması, haber kaynağı ile kurulan ilişki, hedefe ulaşana kadar araştırma ve yayın aşamaları gibi aşamalar internet teknolojileri ve dijitalleşme ile yeni boyut kazanmıştır. Akıllı telefonlar, tabletler, taşınabilir bilgisayarlar ile buna ek olarak geliştirilen kablosuz internet teknolojileri sayesinde, enformasyona dayalı bir yapı ortaya çıkmıştır. Artık okuyucu pasif olmaktan çıkıp, aktif rol oynamakta ve habercilik yapısını da değiştirmektedir. Yorum yapan, paylaşan, beğenen, olay yerinden video aktaran bireyler ile habercilik anlayışı değişmiş, bağımsız haber portalları sayesinde medya iktidar ilişkisine bağlı bir habercilik anlayışından sıyrılma imkanı sunmaktadır. Ana akım medyaya alternatif bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bilgi toplumu ve e devlet uygulamaları dijital kültürü yaşam alanlarına sunduğu bir başka uygulamadır. Günümüzde özellikle gelişmiş ülkeler bilgi toplumu haline dönüşmüştür. Bilginin kullanımı, bilginin bir meta olarak işlenmesi ve üretim alanında kullanılması durumu söz konusudur. Günümüzde bilgi toplumunun bir parçası olarak iletişim teknolojilerinin geliştirilmesi ve özellikle internetin her alanda kullanımının sağlanması söz konusudur. Ülkenin, tüm işleyişi bilgi toplumu yaklaşımı ile sağlanmakta, iletişim temelli bir yaklaşımla sağlıktan, kültüre, tüm rutin işler ve bürokratik işler bilgi sistemi ile gerçekleştirilmektedir. Online randevu, eby, e devlet gibi sistemler bilgi toplumunun bir sonucu olarak bireylerin yaşantısına girmiştir. Hastanelerin e randevu sistemine geçmesi, bilginin kayıt altına alınması, tüm iletişim biçimlerinin elektronik ortama aktarılması, katılımın sağlanması açısından önemli sonuçlar arasındadır. Bireyler günlük yaşantılarında e devlet sistemi aracılığıyla bürokratik işlerini takip edebilmekte ve işlemleri daha hızlı hale getirebilmektedir.

Dijital aktivizm ve siber terör, dijitalleşmenin ortaya çıkardığı yaklaşımlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle internet kullanıcılarının sosyal ağlar ile birlikte topluca hareket edebilmesinin olanaklı hale getirdiği aktivist hareketler, günümüz kullanıcılarının sanal cemaatler oluşturarak gerçekleştirdiği hareketlerdir. Bireyler sorunlu gördükleri bir takım uygulamaları, karşılaştıkları aksaklıkları sosyal ağlar aracılığıyla birlikte hareket edebilme imkanı bularak, bu istenmeyen durumların giderilmesi için bir araya gelmektedirler. Bu bir araya gelme durumu, mekânsal bir boyuttan ziyade sanal ortamda meydana gelmektedir. Çevrimiçi ortamlarda, kampanyalar başlatmak, fikir alışverişlerinde bulunmak amacıyla bloglar

kurmak, platformlar oluşturmak, imza kampanyaları başlatmak daha çok insanı bu olaylardan haberdar ederek farkındalık oluşturmaktadır.

Dijitalleşmenin etkin olduğu bir başka alan da sanattır. Sanat internet teknolojilerindeki değişme ile birlikte biçimlenmektedir. Böylelikle karşımıza dijital sanat kavramı çıkmaktadır. İnternet üzerinden sergi açan sanatçılar, online müzeler gibi uygulamalar dijital kültürün sanata yansısı olarak gösterilebilir. Bir başka boyut ise sanat eserini oluştururken dijital teknolojilerden yararlanılmasıdır ki, bu durumda sanatçıların ürettikleri eserlerin biricik olma durumu ortadan kalkmakta, nesnelere sanallaştırılmakta ve çoğaltılabilmektedir. Bunun da ötesinde eserlerin yeniden üretimi gerçekleştirilmekte ve bunu gerçekleştirenler profesyonel olmayan kullanıcılar olabilmektedir. Var olan videonun üzerine yeni bir video çekilebilmekte, sesler ile oynanabilmekte, fotoğraflar yeni biçimler ile sunulmakta hatta ünlü eserler reproduksiyon ile bir çok kişinin duvarını süsleyebilmektedir. Sosyal ağlar en çok da fotoğrafçılık alanında sınırsız imkanlar sunmaktadır. Fotoğraf uygulamaları ile sanat ile ilgisi olmayan bir çok insan fotoğrafları filtreleyip yayabilmektedir. Videoları istedikleri yerden kesip yeniden montajlayıp yayma imkanı da sunmaktadır. Sanatsal anlamda sosyal ağlar özel uygulamalar ile bir çok imkan sunmaktadır. Instagram uygulaması bu fırsatları sunan uygulamaların başında gelmektedir.

Günümüz bireyleri etkisi altına alan bir diğer dijital kültür yansısı ise oyunlardır. Sosyal ağlar üzerinden oynanan ve boş zaman etkinliği olarak karşımıza çıkan oyunlar, bireylerin günlük yaşamını etkisi altına almaktadır. Bireyler oyunları, cinsiyet, yaş, eğitim durumu ayırmaksızın yaşamlarının bir parçası haline getirmişlerdir. Dijital oyun cemaatleri oluşturup, gerçek yaşam dışında çevirim dışına taşınan ilişkiler oluşturulmuştur. Burada sanal kimlikler oluşturarak, farklı karakterlere bürünme durumu da söz konusu olmaktadır. Oyunun başarısı için birbirleriyle ilişki kurmakta, başkalarının başarılarına ihtiyaç duyar ve birleşerek mücadele vermektedir.

Tüm bu başlıklar araştırmamıza konu olan dijital kültürün bireyler üzerindeki etkisini ortaya koyan alt yapıyı oluşturmaktadır. Dijital kültürün etki alanını başlıklar altında literatür kaynaklar ile temellendirdikten sonra anket çalışmasına geçilmiştir. Anket çalışmasına konu olacak sorular yine bu literatür bilgileri ışığında ortaya çıkarılmıştır. Dördüncü bölümde ayrıntılı olarak ele alınan anket çalışmasına dair bilgiler bulgular başlığı ve değerlendirme başlığı altında ele alınmaktadır. Ancak

konuyu daha ayrıntılı olarak ele alabilmek adına giriş bölümünde verilen hipotezlerin tek tek analizi aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 5-1 Hipotezlerin Sınanması

E devlet şifresi olanlar e devlet sistemini bürokratik işlerini kolaylaştırıcı olarak görmektedir.	1960-1977	Pozitif ilişki
	1978-1997	Pozitif ilişki
	1998-2000	Pozitif ilişki
Kuşaklara göre E devlet sistemini aktif kullanım ifadesinde	1960-1977 (2)	Anlamli farklılık var
	1978-1997 (1)	Anlamli farklılık var
	1998-2000 (3)	Anlamli farklılık var
E devlet şifresi olanlar, dilek, istek, şikayet ve taleplerini resmi kurumlara bildirim yaparlar	1960-1977 (1)	Anlamli farklılık var
	1978-1997 (2)	Anlamli farklılık var
	1998-2000 (3)	Anlamli farklılık var
İnternette alışveriş yapanlar internette alışverişini güvenli bulur.	1960-1977	Pozitif yönlü güçlü ilişki
	1978-1997	Pozitif yönlü güçlü ilişki
	1998-2000	Pozitif yönlü güçlü bir ilişki vardır.
Uzaktan eğitim programına katılanlar bu eğitim programını güvenli bulur	1960-1977	Anlamli farklılık var
	1978-1997	Anlamli farklılık var
	1998-2000	Anlamli farklılık var
Uzaktan eğitim programına katılanlar bu programı zaman tasarrufu için için kullanır	1960-1977	Anlamli farklılık yok
	1978-1997	Anlamli farklılık var
	1998-2000	Anlamli farklılık var

Uzaktan eğitime katılanlar maddi tasarruf için kullanır.	1960-1977	Anlamli farklılık yok
	1978-1997	Anlamli farklılık var
	1998-2000	Anlamli farklılık var
Sosyal medyada gördüğü haberlere yorum paylaşım ve beğeni yapanlar online haber sitelerine, blog, edergi, web sayfalarına herhangi bir konuda haber yada yazı yazar	1960-1977	Anlamli farklılık var
	1978-1997	Anlamli farklılık var
	1998-2000	Anlamli farklılık var
Sosyal medyada gördüğü haberlere yorum paylaşım ve beğeni yapanlar okudukları haberleri güvenilir bulmaz	1960-1977	Anlamli farklılık yok
	1978-1997	Anlamli farklılık var
	1998-2000	Anlamli farklılık yok
Sosyal medya araçlarına göre facebook, twitter, instagram, snapchat kullanıcıları imza kampanyalarına destek verir	1960-1977	Anlamli farklılık yok
	1978-1997	Anlamli farklılık yok
	1998-2000	Anlamli farklılık yok
Sosyal medyada hesapları ele geçirilenler fotoğraf ve video paylaşımı yapar	1960-1977	Anlamli farklılık yok
	1978-1997	Anlamli farklılık var
	1998-2000	Anlamli farklılık var

Sosyal medyayı oyun amaçlı kullananlar oyunlarını facebook üzerinden oynamayı tercih etmektedir	1960-1977	Anlamli farklılık yok
	1978-1997	Anlamli farklılık var
	1998-2000	Anlamli farklılık yok
Fotolarını amatör fotoğraf sitelerinden paylaşanlar fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarını takip eder, yorum ve beğeni yapar	1960-1977	Pozitif zayıf ilişki
	1978-1997	Pozitif zayıf ilişki
	1998-2000	Pozitif orta ilişki
Sosyal ilişkilerini sosyal medya ile sağlayanlar yakınları ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürler	1960-1977	Pozitif zayıf ilişki
	1978-1997	Pozitif orta ilişki
	1998-2000	Pozitif orta ilişki
Sosyal ilişkilerini sosyal medya ile sağlayanlar yakınları ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşır	1960-1977	Pozitif orta ilişki
	1978-1997	Pozitif güçlü ilişki
	1998-2000	Pozitif orta ilişki
Sosyal medyada özel hayat paylaşımını güvenli bulmayanlar, arkadaş akraba yada hayranlık duydukları kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederler	1960-1977	İlişki yok
	1978-1997	İlişki yok
	1998-2000	İlişki yok
İş yerinde kart basmak, el-	1960-1977	Anlamli farklılık yok

göz okutması yapan, kamera ile izlenen kişiler	1978-1997	Anlamli farklılık yok
kameralı ortamlardan rahatsızlık duymaktadır	1998-2000	Anlamli farklılık yok

Kuşaklar üzerine yapılan bu araştırma sonucuna göre üç tip birey ortaya konulmuştur. Bu birey tiplmeleri, yaş gruplarına ve taşıdıkları özelliklere göre ortaya çıkarılmıştır. Teknoloji ile ilişkileri ve teknolojinin gelişim sürecine göre pretekno birey, internet teknolojisinden önce doğan ve bu teknoloji ile ileri yaşlarda tanışan birey olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknobirey ise internet teknolojisi ile eş zamanlı olarak gelişen ve internet teknolojisini çocukluk ve gençlik yıllarında yakalayabilmiş, sosyal yaşamın bir çok alanında bu teknolojiyi aktif olarak kullanmış ve kullanmakta olan bireylerden oluşmaktadır. Son olarak ise posttekno birey olarak isimlendirilen, internet teknolojisinin gelişmesinden hatta yaygınlaşmasından sonra dünyaya gelen, teknolojinin içine doğan bireyler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Prensky'nin eğitim ve öğrenme amaçlı olarak ele aldığı göçmenler, yerliler ve melezler kavramı burada dijital kültür çerçevesinde değerlendirilmekte ve bu çerçevede yeniden isimlendirilmektedir. Bu çalışmada bireylerin dijital kültürün etkisi ile yeniden şekillendikleri ve yaşam alanlarında bu etkiler sonucu hareket ettikleri oraya konulmaya çalışılmıştır. Dijital kültür toplumsal hayatın kendisini biçimlendirdiğinden dolayı, toplumsal yaşam alanı değişen bireyler farkında olmadan bu değişimin etkisinde kalmaktadır. Yaş aralığı fark etmeksizin dijital kültürün etkisinde kalmaktadırlar. Örneğin e devlet şifresi kullanımı pre tekno bireylerde beklenilenin üzerinde bir sonuçla post tekno bireylerden oldukça yaygındır. Bunun nedeni ise bürokratik işlemlerin bu sistem üzerinden yapılmak durumunda olması ve bu işlemler ile bu yaş grubunun daha sık karşı karşıya kalmasıdır. Beklenilenin aksine post tekno bireyler yaş aralığı gereği tekno bireylere oranla daha az dijital kültürden etkisine girmişlerdir. Bu durumun nedeni ise, yaşları ufak olduğundan internetten alışveriş yapmak gibi işlemleri kendileri gerçekleştirememektedir. E devlet şifresini okul kayıtlarında kullanmakta ya da üniversite eğitimine başlamadıklarından uzaktan eğitim sistemi ile tanışmaları henüz gerçekleşmemiştir. Bu durumda en çok etki altında kalan kuşak olarak tekno bireyler

gösterilebilmektedir. Bu bireyler teknoloji ile büyüdüklerinden her bir gelişmeye adapte olmuş ve dijital kültürün tüm yansımalarına maruz kalmış bireylerdir. İş yaşamında, özel yaşamda, eğitim yaşamında dijital kültürün izleri gözlemlenmektedir.

Bu çalışma daha sonraki çalışmalar için bir başlangıç noktası oluşturacaktır. Çalışmada dijital kültürün yaşam alanlarına etkisi ve bireyleri biçimlendirme düzeyi genel bir perspektiften ele alınmaktadır. Ancak kendisinden sonraki çalışmalarda, için yol gösterici olacaktır. Dijital kültürde değişen yaşam biçimleri ve bireylerin günlük yaşamda kullandıkları dijital kültür uygulamaları alanında konu edilen her bir başlık ayrı ayrı bir çalışma konusu olarak ele alınabilir. Dijital kültürün etkilediği alanlar bakımından, kamusal alan ve sosyal ağlar, dijital kültür ve dönüşen ticaret anlayışı, dijital kültür ve dönüşen eğitim, bilgi toplumu ve dijital kültür, dijital kültür açısından gözetim toplumu ve bireyselliğin yok oluşu, boş zaman etkinliği bağlamında oyunlar ve değişen sanat anlayışı ve dijital kültür konuları tek tek ele alınarak makale konusu olarak ele alınabilir. Bunun yanı sıra, ortaya konulan tipolojiler üzerinden yola çıkılarak bu birey tiplerini genişletilerek yeni çalışmalar gerçekleştirmeye olanak sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- ABank Kariyer. (2014, Temmuz 17). Kasım 30, 2016 tarihinde Sessiz Kuşak-Baby Boomers-X-Y-Z Kuşaklarına Genel Bakış:
<https://abankkariyer.com/2014/07/17/sessiz-kusak-baby-boomers-x-y-z-kusaklarına-genel-bakis/>
- Abdullah Toğay, T. E. (tarih yok). Eğitim Süreçlerinde Sosyal Ağların Kullanımı: Bir MYO Deneyimi. <http://ab.org.tr/ab13/bildiri/302.pdf> adresinden alınmıştır
- Abdullah Toğay, T. E. (2013). Eğitim Süreçlerinde Sosyal Ağların Kullanımı: Bir MYO Deneyimi. Akademik Bilişim , 944-950.
- Adorno, T., & Horkheimer, M. (2000). Aydınlanmanın Diyalektiği . İstanbul : Kabcacı.
- Akar, E. (2010). Sosyal Medya Pazarlaması (1.Basım b.). İstanbul: Efil Yayınevi .
- Güney, E. (2014). Dijital Görsel Kültür ve Yeni Medya Ekseninde Sanatın Değişen Rolü. (Y. D. Tezi, Dü.) Samsun: On Dokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı.
- Aktan, C., & Tunç , M. (1998). Bilgi Toplumu ve Türkiye. Yeni Türkiye Dergisi , 118-134.
- Alankuş, S. (2009). Yeni Habercilik Arayışları: Hak Odaklı Habercilik, Yurttaş Gazeteciliği, Barış Gazeteciliği . S. Alankuş içinde, Gazeteciliğe Başlarken . İstanbul : IPS İletişim Vakfı Yayınları .
- Altay, D. (2005). Marshall McLuhan. N. Rigel, G. Batuş , G. Yücedoğan , & B. Çoban içinde, Kadife Karanlık 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar (s. 9-48). İstanbul : Su Yayınevi .
- Altunay, A. (2012). Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Görüntü Yüzeyi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 27, 41.
- Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi , 4 (1), 207.
- Aronson, E., Wilson , T. D., & Akert, R. M. (2012). Sosyal Psikoloji (1. Baskı b.). İstanbul .
- Arslan, R., & Ergün , H. (2012). John Hicks'e Göre Tarım Merkantilizminden Sanayi Devrimine Emegün Evrimi. HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi , 1 (1), 117-126.
- Aslan, S., & Yılmaz , A. (2001). Modernizme Bir Başkaldırı Projesi Olarak Postmodernizm . Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi , 2 (2), 93-108.
- Aşkın, M. (2007). Kimlik ve Giydirilmiş Kimlikler . Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 10 (2), 213-216.

- Atak, H. (2011). Kimlik Gelişimi ve Kimlik Biçimlenmesi Kuramsal Bir Değerlendirme . Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar , 3 (1).
- Artun A. (1999). Fordizmin ve Mühendisliğin Dönüşümü. TBMMO
- Artun A. (2016)Bürokrasi, Teknokrasi, Aristokrasi: Bir “Sanat Yönetimi” . Arkeoloji
- Aydoğan, F. (2000). Medya ve Serbest Zaman (1. Baskı b.). İstanbul : OM İletişim .
- Aydoğdu, H. (2010). Modern Kimlikte Öznenin Ölümü . Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi , 10, 115-147.
- Aytaç, Ö. (2002). Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar . Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 12 (1), 231-260.
- Aziz, A. (1981). Radyo ve Televizyona Giriş (2.Baskı b., Cilt 460). Ankara : Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları .
- B.Thompson, J. (2008). Medya ve Modernite . İstanbul : Kırmızı .
- Baban, E. (2012). Mc Luhan ve Baudrillard'ın Penceresinden Sosyal Medyanın Etkisi: İfadenin Esareti, Gözetlenen Toplum ve Kayıp Kimlik Sendromu . T. K. Özgen içinde, Sosyal Medya Akademi (1 b.). İstanbul : Beta Yayınları .
- Balcı, A., Nohutçu, A., Öztürk, N. K., & Coşkun, B. (2003). Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Baudrillard, J. (2012). Tüketim Toplumu . İstanbul : Ayrıntı Yayınları .
- Bauman&Lyon. (2013). Akışkan Gözetim (1. Baskı b.). (E. Yılmaz, Çev.) Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2012). Küreselleşme (4. Baskı b.). (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul : Ayrıntı Yayınları .
- Bauman, Z. (1991). Modernlik ve Mühpenlik . İstanbul : Ayrıntı Yayınları .
- Bayhan, V. (2016). Gençlik ve Kuşaklar:Kuşaklara Göre Gençliğin Değer ve Davranışları . M. Zencirkıran içinde, Davranış Bilimleri (s. 157). Bursa : Dora .
- Bektaş, A. (2000). Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi . İstanbul : Bağlam .
- Benjamin W. (1995). Estetize Edilmiş Yaşam. İstanbul: Der Yayınları.
- Benjamin W. (2014). Pasajlar, 11.Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Berkup, S. B. (2014). Working With Generations X And Y In Generatiion Z Period: Management Of Different Generations In Business Life. Mediterranean Journal of Social Sciences , 5 (19).
- Berman, M. (1999). Katı Olan Herşey Buharlaşıyor . İstanbul : İletişim Yayınları .
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Munson, S. a. (2010, November). ocial Media Technology and Government Transparency. akt:acikders.org.tr , 55.
- Bilgin, N. (2013). Sosyal Psikoloji . İzmir : Ege Üniversitesi Yayınları .

- Bilim, C. (1999). Aydınlanma Çağı. İ. Güneş, & C. Bilim içinde, Çağdaş Dünya Tarihi (s. 55-68). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Binark, M. (2014). Bilim ve Teknoloji. Ocak 15, 2017 tarihinde [http://www.aljazeera.com.tr/gorus/dijital-oyun-dunyasi-ve-yeni-toplumsallasma-bicimleri adresinden alındı](http://www.aljazeera.com.tr/gorus/dijital-oyun-dunyasi-ve-yeni-toplumsallasma-bicimleri-adresinden-alindi)
- Bürger P. (2003). Avangard Kuramı, İstanbul: İletişim.
- Bocock, R. (2009). Tüketim (3. Baskı b.). Ankara : Dost Kitabevi .
- Bozkurt, V. (1996). Enformasyon Toplumu ve Türkiye . İstanbul : Sistem Yayınları .
- Bozkurt, V. (2015). Gözetim Toplumu ve İnternet. Ocak 5, 2017 tarihinde inet-tr.org.tr/inetconf5/tammetin/bozkurt-tam.doc adresinden alındı
- Bulut, Y. (2013). Sosyolojiye Giriş . İstanbul : İstanbul Üniversitesi .
- Bülbül, A. (2000). Uluslararası İletişim (3. Baskı b.). Konya .
- Camfield, D. (2009). Çocukluk ve Kanguru: Hardt ve Negri'nin maddi olmayan emek teorisinin eleştirisi. <http://ne-yapmali.blogspot.com.tr/2009/07/maddi-olmayan-emek-uzerine-notlar-ii.html>
- Canpolat, N. (2005). Bilginin Arkeoloğu Micheal Foucault . G. B. Nurdoğan Rigel içinde, Kadife Karanlık (2. Baskı b., s. 75-138). Su Yayınevi .
- Canpolat, Ö. (2001). E-Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler (Cilt 89). Ankara : TC Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Hukuk Müşavirliği .
- Castells, M. (2013). Ağ Toplununun Yükselişi (3.Baskı b.). İstanbul : İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları .
- Castells, M. (2006). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, II. Cilt, çev: Ebru Kılıç, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. (II.Baskı b.). (E. Kılıç, Çev.) İstanbul : Bilgi Üniversitesi .
- Castells, M. (2013b). İsyan ve Umut Ağları İnternet Çağında Toplumsal Hareketler (1. Baskı b.). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Cevizci, A. (2010). Paradigma Felsefe Sözlüğü (7. Baskı b.). İstanbul : Paradigma Yayınları .
- Crowley, D. (2010). İletişim Tarihi Teknoloji- Kültür- Toplum. Ankara: Phoenix.
- Çarıkcı, O. (2010). Türkiye'de E Devlet Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma . Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 12, 95-122.
- Çokokumuş, B. (2012). Dijital Ortamda Kültür ve Sanat. International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education , 1 (3).
- Dacheux, E. (2012). Kamusal Alan (1. baskı b.). İstanbul : Ayrıntı .
- Demirkol, A. (2016). 21. Yüzyıl Öğrenci Özellikleri. Aralık 10, 2016 tarihinde <https://bto418abdullahdemirkol.wordpress.com/tema-3/> adresinden alındı
- Dijk, J. V. (2016). Ağ Toplumu (1. Baskı b.). İstanbul : Kafka .

- Dilmen, N. E. (2007). Yeni Medya Kavramları Çerçevesinde İnternet Günlükleri- Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları. Marmara İletişim Dergisi , 12, 113p;>.
- Drucker, P. F. (1993). Kapitalist Ötesi Toplum . (B. Çorakçı, Çev.) İstanbul : İnkılap Kitabevi .
- Duran, R. (2003). Yurttaş Gazeteciliği. S. Alankuş içinde, Gazetecilik ve Habercilik (1. Baskı b., s. 85-99). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Enginkaya, E. (2006). Elektronik Perakendecilik ve Elektronik Alışveriş. Ege Akademik Bakış , 6 (1), 10-16.
- Erdoğan, İ. (2011a). İletişimi Anlamak (4. Baskı b.). Ankara.
- Erdoğan, İ. (2011b). Kültür ve İletişim (3. Baskı b.). Ankara: Erk Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2004 , Kasım). Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine . Eğitim Dergisi .
- Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2010). Öteki Kuram. İstanbul: Erk Yayınevi.
- Erkul, R. E. (2009). ya Araçlarının (Web 2.0) Kamu Hizmetleri ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği . <http://www.digitaldevlet.org/web2.0.pdf> adresinden alınmıştır
- Fırat, A. F., & Alladi Venkatesh . (1995). Liberatory Postmodernism and the Reenchantment of Consumption . The Journal of Consumer Research , 22 (3), 239-267.
- Fiske, J. (1999). Popüler Kültürü Anlamak (1. Baskı b.). Ankara : Ark Yayınları .
- Fraser, N. (2015). Kamusal Alanı Yeniden Düşünmek: Gerçekte Var Olan Demokrasinin Eleştirisine Bir Katkı . M. Özbek içinde, Kamusal Alan (3. Baskı b.). İstanbul : Hil Yayınları .
- Fuchs, C. (2015). Dijital Emek ve Karl Marx. İstanbul : Nota Bene Yayınları .
- Gans, H. (2005). Popüler Kültür ve Yüksek Kültür. İstanbul : Yapı Kredi Yayınları .
- Geray, H. (2003). İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya . Ankara : Ütopya Yayınları .
- Geray, H. (1997). İletişim, Bilgi Toplumu ve Küreselleşme,” Emperyalizmin Yeni Masalı: Küreselleşme İçinde. Ankara : İmge Yayınları .
- Giddens, A. (2014). Modernite ve Bireysel - Kimlik Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum (2. Baskı b.). (Ü. Tatlıcan, Çev.) İstanbul : Say Yayınları .
- Giddens, A. (2010). Modernliğin Sonuçları (Ersin Kuşdil b.). İstanbul : Ayrıntı Yayınları .
- Giddens, A. (2012). Sosyoloji . İSTANBUL: KIRMIZI.
- Gültaş, S. (2003). Bilgi Toplumu Sürecinde Avrupa Birliği ve Türkiye . Ankara : Ankara Üniversitesi .
- Güney, S. (2000). Davranış Bilimleri (2. Baskı b.). Ankara : Nobel Yayın Dağıtım .

- Güvenç, B. (2013). Kültür"ün ABC"si . İstanbul : YKY .
- Güzel, E. (2016). Dijital Kültür ve Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Rekabetin Aktörü: "Dijital Habitus". e-Gifder , 4, 82-102.
- Gombrich E.H. (1993). Sanatın Öyküsü. İstanbul: Remzi Kitabevi
- Gönenç. Ö.E. (2007). İletişimin Tarihsel Gelişimi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 28. Sayı. İstanbul
- Habermas, J. (2015). Kamusal Alan. M. Özbek içinde, Kamusal Alan (3. Baskı b., s. 95). İstanbul: Hil Yayın.
- Habermas, J. (2010). Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü . İstanbul : İletişim Yayınları .
- Hamitoğulları, B. (1986). Çağdaş İktisadi Sistemler . Ankara : Savaş Yayınları .
- Hansen, M. (2015). Yirmin Yılın Ardından Negt ve Kluge'nin "Kamusal Alan ve Tecrübe"si: Değişken Karışımlar ve Genişlemiş Alanlar. M. Özbek içinde, Kamusal Alan (3.Baskı b., s. 141). İstanbul : Hil Yayınları .
- Herbert Franke ve Dijital Dönüşümler. (2008). Aralık 28, 2016 tarihinde Kanalizasyon : <http://kanalizasyon.blogspot.com.tr/2008/09/herbert-franke-ve-dijital-dnmler.html> adresinden alındı
- <http://dijitalbolunme.blogspot.com.tr/>. (2012, Mart 7). Aralık 15, 2016 tarihinde Yerliler Göçmenler : <http://dijitalbolunme.blogspot.com.tr/> adresinden alındı
- <https://aetiusflavius.wordpress.com>. (2014, 01 05). 11 15, 2016 tarihinde, <https://aetiusflavius.wordpress.com/2014/01/05/ortacag-uzerine-iv-feodalizm/>.
- Oskay, Ü. (1997),İletişimin ABC'si,İstanbul, Der Yayınları
- İnan, H. (2010). , Yeni Bir Pazarlama Aracı Olarak İnternet Ve Firmalar Arası Pazarlamada İnternet Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Sınıflandırılması. Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F , 124.
- İplikçi, M. (2011). Dijital Yerliler. 12 5, 2016 tarihinde Vatan: <http://www.gazetevatan.com/muge-iplikci-412227-yazar-yazisi-dijital-yerliler/>
- Ipsos. (2016). Ipsos. <http://www.ipsos.com.tr/node/945> adresinden alınmıştır
- İşman, A. (2011). Uzaktan Eğitim (4. Baskı b.). Ankara: Pegem Akademi.
- İTÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığı . (2013, Eylül 7). Aralık 15, 2016 tarihinde Seyir Defteri : <http://bidb.itu.edu.tr/seyirdefteri/blog/2013/09/07/internet'in-tarih%C3%A7esi> adresinden alındı
- Jeanneney, J. (2006). Başlangıçtan Günümüze Medya Tarihi. (E. Atuk, Çev.) İstanbul: YapıKredi Yayınları.
- Kara, U. Y. (2014). Kimlik Oyunu Video Oyunları, Yeni Medya ve Kimlik (1. Baskı b.). İstanbul : İletişim Yayınları .

- Karaduman, S. (2007). Medyatik Gerçeklikte Kimlik Temsilleri: Televizyon Haberlerinin Aktörleri Üzerine Düşünceler. Selçuk İletişim Dergisi , 4 (4).
- Karaduman, S. (2010). Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü. Journal of Yaşar University , 17 (5), 2886-2899.
- Karagöz, K. (2013). Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri. İletişim ve Diplomasi , 1.
- Karakulakoğlu, S. E. (2012). Sosyal Medyanın Karanlık Yüzü . The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication , 2 (4), 32-40.
- Kaya, K. (2016, Şubat 25). Instagram Nedir? Nasıl Kullanılır? Aralık 28, 2016 tarihinde gezintech : <https://gezintech.com/instagram-kullanimi.html> adresinden alındı
- Kayapa, N., & Tong , T. (2011). Sanal Gerçeklik Ortamında Algı. 6Sigma , 3 (348-354).
- Kejanlıoğlu, B. (2015). Medya Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı . M. Özbek içinde, Kamusal Alan (3. Baskı b., s. 837). İstanbul : Hil Yayınları .
- Kellner, D. (2016). Popüler Kültür ve Postmodern Kimlikleirn İnşası. Popüler Kültür , 15.
- Koşay, E. K. (2015). Postmodernizmin Modernizme Karşıt Söylemlerinde İnsan ve Sanat. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Doktra Tezi .
- Kul, R. (2009). Sosyal Medya Araçlarının (Web 2.0) Kamu Hizmetleri ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği. Türkiye Bilişim Derneği , 116, 96-101.
- Küçükcan, B. (tarih yok). Dünden Bugüne Matbaanın Serüveni. Academia: http://www.academia.edu/5285505/Dünden_Bugüne_Matbaanın_Serüveni adresinden alınmıştır
- Küçükkalay, A. (1997). Endüstri Devrimi Ve Ekonomik Sonuçlarının Analizi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , 2, 51-68.
- Lyon, D. (1997). Elektronik Göz. İstanbul : Sarmal Yayınevi .
- Liotard J. (1997). Postmodern Durum. Ankara: Vadi Yayınları.
- Manovich L. (2001). Language of New Media. The MIT Press Cambridge, Massachusetts London, England.
- Mattelart, A. (2005). İletişimin Dünyasallaşması (2. baskı b.). İstanbul : İletişim Yayınları .
- Mattelart, A., & Mattelart , M. (2013). İletişim Kuramları Tarihi (7. baskı b.). İstanbul.
- Melucci, A. (2013). Oyuncu Benlik . (B. Kıcıır, Çev.) İstanbul : Sel Yayıncılık .

- Meriç, Ö. (2012). Yeni Medya, Görsel Metinler ve Aktivizm. Visualist 2012 International Congress on Visual Culture: New Approaches In Communication. 1, s. 221-230. İstanbul: Kültür Üniversitesi.
- Misci, S. (2006). Yeni Medya Kullanımının Organizasyon Yapısı Üzerindeki Etkileri . 1. Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı (s. 128). İstanbul : Marmara Üniversitesi .
- Morozov, E. (2011). Net Delusion, Public Affairs, New York
- Morva, O. (2016). Ben, Kendim ve Dijital Benliğim: Dijital İletişim Çağında Benlik Kavramsallaştırması Üzerine. N. Timisi içinde, Diital Kavramlar, Olaylar, Deneyimler. İstanbul: Kalkedon.
- Mutlu, E. (2010). Kitle İletişim Kuramları (2. Baskı b.). Ankara.
- Mutlu, H. (2016). XYZ Kuşakları. Hülya Mutlu: <http://hulyamutlu.com/blog/xyz-kusaklari.html> adresinden alınmıştır
- N.J.Jeanneney. (2006). Başlangıçtan Günümüze Medya Tarihi. İstanbul : YapıKredi Yayınları .
- New Media Tecnology: Cultural and Commercial Perspectives.1998Boston
- Newby, T. J. (2000). Instructional technology for teaching and learning desinging instruction, integrating computers and using media . New Jersey Prentice-Hall Inc , 2.
- Newman, D. (2013). Sosyoloji Günlük Yaşamın Mimarisini Keşfetmek . (A. Arslan, Çev.) Ankara : Nobel Yayınları .
- Odabaşı, Y. (2002). Tüketici Davranışları . MediaCat .
- Odabaşı, Y. (1999). Tüketim Kültürü (1. Baskı b.). İstanbul : Sistem Yayınları .
- Oğuz, T. (2012). Kitle iletişimi . İletişim Bilgisi (1. Baskı b., Cilt 2712). içinde Eskişehir : Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Oktay, M. (1996). Davranış Bilimlerine Giriş . İstanbul : Der Yayınları .
- Orhan Adıgüzel, Z. B. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü Ve Y Kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar . Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 19 (1), s. 165-182.
- Öğüt, A. (2003). Bilgi Çağında Yönetim (2.Baskı b.). Ankara : Nobel Yayıncılık .
- Önder, T. (2003). Ekoloji, Toplum ve Siyaset (1. Baskı b.). Ankara : Odak Yayınları .
- Özbay, M. (2005). Bilim ve Kültür Aktarım Aracı Olarak Yazı. Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Arşivleri Enstitüsü (1305-5992).
- Özbek, M. (2015). Kamusal Alanın Sınırları . M. Özbek içinde, Kamusal Alan (3. Baskı b., s. 21). İstanbul : Hil Yayınları .

- Özen, Y., & Gülaçtı, F. (2010). Benlik Kavramı ve Benliğin Gelişimi Bilen Benliğe Gereksinim Var mı? Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi , 12 (2).
- Özkalp, E. (2008). Davranış Bilimlerine Giriş . Eskişehir : Anadolu Üniversitesi Yayınları .
- Özkul, O. (2013). Kültür ve Küreselleşme (2. Baskı b.). İstanbul : Açılım Kitap .
- Özmkas, U. (2015). İnsan Sermayesinin Kaynağı:Maddi Olmayan Emek . Toplum ve Bilim , s. 8-26.
- Öztürk, M. C. (2013). Dijital İletişim ve Yeni Medya. T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ YAYINI NO: 2956 AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ YAYINI NO: 1911 , I.
- Öztürk, Y. (2014, Şubat). Dünyayı küçük bir köye dönüştüren buluşun resmi babası Samuel Morse. Kültür Dünyası .
- Özyurt, C. (2012). Küreselleşme Sürecinde Kimlik ve Farklılaşma (2. Baskı b.). İstanbul : Açılım Kitap.
- Pamuk, A. (2014). Kimlik ve Tarih Kimliğinin İnşasında Tarihin Kullanımı (1. Baskı b.). İstanbul : Yeni İnsan Yayınevi .
- Panayırıcı, U. C. (2009). Postmodernizm, Kültür ve Reklam: Diyet Gıda Ürünü Reklamların Söylemi . Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Reklamcılık ve Tanıtım Anabilim Dalı Doktora Tezi .
- Pedro, F. (2006, Mayıs). OECD-CERI. Aralık 10, 2016 tarihinde <http://www.oecd.org/edu/cei/38358359.pdf> adresinden alındı
- Peltekoğlu, F. B. (2012). Sosyal Medya Sosyal Değişim. E. Ö. Tolga Kara içinde, Sosyal Medya Akademi (s. 4). İstanbul : Beta .
- Pirenne, H. (2013). Ortaçağ Avrupa'sının Ekonomik ve Sosyal Tarihi. İstanbul : İletişim Yayınları .
- Postman, N. (2006). Teknopoli Yeni Dünya Düzeni. (M. E. Yılmaz, Çev.) İstanbul : Paradigma Yayınları .
- Prensky, M. (2001b). Digital Natives, Digital Immigrants, Part II; Do They Really Think Differently? Horizon , 9 (6).
- Prensky, M. (2001a). Digital Natives, Digital Immigrants. Horizon , 9 (5).
- Reeves&Oh. (2008). Generational Differences. Handbook of Research On Educational Communications and Technology (3 b., s. 296). içinde Routledge.
- Ritzer, G. (2014). Toplumun McDonaldslaştırılması (3. Baskı b.). Ayrıntı Yayınları
- Sağlamtimur, Z. Ö. (2010). Dijital Kültür . Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 10 (3), 213-238.
- Sander, O. (2003). Siyasi Tarih İlk Çağlardan 1918'e (12 b.). Ankara: İmge Kitabevi

- Senbir, H. (2004). Z Son İnsan Mı? Z Kuşağı ve Sonrasına Dair Düşünceler. İstanbul: O Kitaplar .
- Sert, N. Y. (2012). Online Aktivizm Araçları Yoluyla Oluşturulan Etkilerin Metafor Kullanılarak Açıklanması Örnek Olay İncelemesi: “İnternete Dokunma” Eylemi . Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi , 17, 126-140.
- Smith, P. (2005). Kültürel Kuram . İstanbul : Babil Yayıncılık .
- Sosyolojisi.com. (2016, Aralık 25). Sosyolojinin Doğusunda Etkili Olan Gelişmeler Aydınlanma Düşüncesi: <http://sosyolojisi.com/sosyolojinin-dogusunda-etkili-olan-gelistmeler-aydinlanma-dusuncesi/394.html> adresinden alınmıştır
- Şan, M. K., & Hira , İ. (2004). Modernlik ve Postmodernlik Bağlamında Tüketim Toplumu Kuralları . Bilgi Dergisi , 8.
- Timisi, N. (2005). Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanına Girişi. M. B. Kılıçbay içinde, İnternet, Toplum, Kültür (s. 89-106). Ankara : Epos Yayınları .
- Tokgöz, O. (2003). Temel Gazetecilik . Ankara : İmge Kitabevi .
- Tolbize, A. (2008, Ağustos 16). Generational Differences in the workplace. Minnesota , America .
- Toplumsal Yaşam ve Birey 2006 İstanbul Naos Yayıncılık
- Toruntay, H. (2011). Takım Rollerini Çalışması: X ve Y Kuşağı Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Türkoğlu, T. (2010). Dijital Kültür . İstanbul: Beyaz Yayınları .
- Uzun, R. (2006). Gazetecilikte Yeni Bir Yönelim: Yurttaş Gazeteciliği . Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 16, 633-656.
- Uzunoğlu, S. (2015). Yeni Medyada Dijital Emek Sömürüsü: Tüketiciden Üreticiye Yeni Medya, Yeni Sömürü Pratikleri. Intermedia International E-journal of Communication Sciences , 2 (1), 185.
- Ürper, O. (2012). Dijital Teknoloji Çağında Reklam Fotoğrafçılığı (1. Baskı b.). Ankara : Say Yayınları .
- Varol, A. (2010). Bilgi Toplumunda Kamusal Alan . Sosyal Bilimler Dergisi , 4, 121-129.
- Waycott, J. B. (2010). Digital divides? Student and staff perceptions of information and communication Technologies. Computers & Education. Computers & Education , 54 (4), 1202-1211.
- Williams, R. (1993). Kültür (1. Baskı b.). İstanbul : İletişim Yayınları .
- Wolton, D. (2012). Medyatik Kamusal Alan Çelişkileri . E. Dacheux içinde, Kamusal Alan (1. baskı b.). İstanbul : Ayrıntı .
- Yanıklar, C. (2006). Tüketime Sosyolojisi. İstanbul : Birey Yayınları .

- Yasemin Gülbahar, F. K. (2010, Eylül). Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanımı. İNETD Türkiye İnternet Teknolojileri Derneği : inet-tr.org.tr/inetconf15/kitap/Y_Gulbahar_inet10.doc adresinden alınmıştır
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara : Detay Yayıncılık .
- Yengin, D. (2012). Yeni Medyaya Eleştirel Bakış . D. Yengin içinde, Yeni Medya ve (s. 123-152). İstanbul : Anahtar Kitaplar Yayınevi .
- Yıldız, G. (2012). Dünya'da ve Türkiye'de Barış Gazeteciliği: Olanaklar ve Eleştiriler . İstanbul : Cinius Yayınları .
- Yıldız, H. (2005). Postmodernizm Nedir? Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 13.
- Yılmaz, A. (2006). Tüketim Kültüründe İki Sunum Biçimi Reklam ve Moda. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi .
- Yılmaz, D. &. (2015, December). Dijital Ortamda Aktivizm: Online İmza Kampanyalarına Katılım Davranışlarının İncelenmesi. 2 (2), s. 481-504.
- Yüksel, E. (2006). İletişim Kuramları . Anadolu Üniversitesi Yayınları .
- Zıllıoğlu, M. (2008). Kimliğin Kavramsal Serüveni. H. U. Tanrıöver içinde, Sen Benim Kim Olduğumu Biliyor musun? İstanbul : Hil Yayıncılık .

Emel DEMİR ASKEROĞLU

1981 yılında İstanbul'da doğdu. Yahya Kemal Beyatlı Lisesi'nden mezun oldu. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nden 2007 Yılında mezun olup aynı yıl Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Halkla İlişkiler Anabilim Dalında Yüksek Lisans eğitimine başladı ve 2009 yılında Yüksek Lisans Derecesi aldı. 2013 yılında Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Doktora Programına başladı. Askeroğlu, 2010 yılından beri Namık Kemal Üniversitesi Çerkezköy Meslek Yüksekokulu'nda Öğretim Görevlisi olarak çalışmaktadır. Evli ve bir çocuk annesidir.

EKLER

EK1 ANKET FORMU

Dijital Kùltür'ün Kuşakların Yaşam Biçimlerini Etkilemesi Üzerine Bir Araştırma

1. Yaş aralığınız hangisidir?

1960-1977

1978-1997

1998-2000

2. Cinsiyet

Kadın

Erkek

3. Eğitim Durumunuz

İlkokul

Ortaokul

Lise

Önlisans

Üniversite

Yüksek Lisans

Doktora

4. Çalışma Durumunuz

Çalışıyor

Çalışmıyor

Öğrenci

Diğer

5. E Devlet şifreniz var mı?

Evet

Hayır

6. E devlet şifresini aktif kullanım

1 2 3 4 5
Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

7. E devlet şifresini hangi amaçla kullanırsınız

E bordro

Adli işlemler

Borç sorgulama

Bilgi edinme

Diğer.....

8. E devlet sistemini bürokratik işlemleri kolaylaştırıcı bir sistem olarak görürüm

1 2 3 4 5
Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

9. Dilek, şikayet ve taleplerimi Edevlet sistemi üzerinden resmi kurumlara bildirim yaparım

1 2 3 4 5
Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

10. İnternette alışveriş yaparım

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

11. İnternette alışverişi güvenli bulurum

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

12. İnternette alışveriş yapma sebebim

- Zaman tasarrufu
- İndirim- uygun fiyat aralığı
- Kolay erişim
- Kullanıcı deneyimlerine ulaşabilme imkanı
- Ürün çeşitliliği
- Diğer.....

13. Herhangi bir uzaktan eğitim programına katıldınız mı?

- Evet
- Hayır

14. Uzaktan Eğitim programlarını güvenilir bulurum.

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

15. Uzaktan eğitim programına katılım amacınız nedir?

- Yabancı dil öğrenmek
- Sınavlara hazırlık eğitimi
- İşte uzmanlık amacıyla
- Üniversite eğitimi (açık öğretim)

Diğer.....

16. Uzaktan eğitim programı zaman tasarrufu sağlar

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

17. Uzaktan eğitim programı maddi tasarruf sağlar

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

18. Sosyal medya araçlarını kullanım amaçlarım

Eğitim amaçlı kullanım

Öğretmenlerim/öğrencilerim ile iletişim kurmak için kullanım

Kitap, kaynak, materyal paylaşımı için kullanım

Ders, ödev, sunum hazırlarken kullanım

Diğer.....

19. Sosyal medya araçlarını kullanarak bir haber veya görüntüyü canlı yayını

yaparak kaza anını yada olay anını paylaşırım

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

20. Ana haber bülteni ihbar hattını kullanım

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

21. Sosyal medyada gördüğüm haberlere yorum, paylaşım ve beğeni yaparım

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

22. Online haber sitelerine, e dergi, blog yada web sayfalarına herhangi bir

konuda haber ya da yazı yazdınız mı? (sağlık, siyaset, yeme-içme, tavsiye, seyahat vb.)

evet

hayır

23. İnternette okuduğum haberlere güvenirim

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

24. Sosyal medya araçlarından hangilerinde hesabınız var?

Facebook

Twitter

Instagram

Snapchat

Youtube

Diğer

25. Sosyal medyada facebook, youtube, snapchat, instagram gibi video paylaşım

ortamlarında

Haber takibi yaparım

- Bağımsız haber portallarını gezerim
- Etrafımda olup biten olayların görüntülerini paylaşım
- Var olan haberlere yorum yaparım
- Diğer.....

26. Sosyal medyada var olan bir imza kampanyasına destek veririm

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

27. Sosyal medyada var olan hesabınızın, mail adresinizin şifreleri başkaları tarafından ele geçirildi mi?

- evet
- hayır

28. Online toplumsal kampanyaları etkili bulurum ve desteklerim (çevre, siyaset, eğitim, zam, vb)

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

29. İşyerinde kart basmak, göz-el okutmak, gb sistemler kullanılıyor mu?

- Evet
- Hayır

30. İşyerinde çalışma ortamınız kamera sistemi ile izleniyor mu?

- Evet
- Hayır

31. Kamera sisteminin olduğu ortamlarda çalışmak, okumak, gezinmek beni rahatsız eder

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

32. Sosyal medya ortamlarında fotoğraf, video paylaşımı yaparım

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

33. Sosyal medyada başkalarının yaptığı paylaşımları takip ederim

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

34. Farklı bir isim yada sahte hesap kullanarak sosyal medya hesabı oluşturduzun mu?

Evet

Hayır

35. Sosyal medya ortamlarında özel hayat paylaşımını güvenli bulurum

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

36. Sosyal medyada takip edilmek, yer imlemesi yapmak ve paylaşımlarda bulunmak özgürlüğüme engel olmaz

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

37. Sosyal medya ortamlarını oyun oynamak amacıyla kullanırım

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

38. Oynadığınız oyunları hangi araçlar ile oynarsınız

- Facebook
- Playstation
- Telefon yada tablete yükleyerek
- Online oyun sitelerinden
- Diğer

39. Çektiğim fotoğrafları amatör fotoğrafçılık sitelerinde paylaşırım

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

40. Fotoğraf ile ilgili sosyal medya hesaplarını takip eder, yorum ve beğeni yaparım

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

41. Online sanat eserleri ve online müzeleri takip ederim

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

42. Sosyal ilişkilerimi sosyal medya ile sağlarım (facebook, twitter, instagram vb)

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

43. Yakınlarım ile sosyal medya uygulamaları üzerinden görüşürüm (tango, viber, Messenger, whatsapp)

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

44. Yakınlarım ile iletişim kurmak için fotoğraf ve video paylaşımı yaparım

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum

45. Arkadaş, akraba yada hayranlık duyduğum kişilerin özel yaşamlarını sosyal medyadan takip ederim.

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum