

T.C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

SOSYOLOJİ BİLİM DALI

**DİJİTAL ALANIN TİPOLOJİLERİ: DİJİTAL KÜLTÜRE
DAİR SOSYOLOJİK BİR OKUMA**

Mehmet Fatih BAĞRIYANIK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman

Prof. Dr. Köksal ALVER

Konya – 2018



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	Mehmet Fatih BAĞRIYANIK	
	Numarası	154205001007	
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Sosyoloji	
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/>	Doktora <input type="checkbox"/>
	Tezin Adı	Dijital Alanın Tipolojileri: Dijital Kültüre Dair Sosyolojik Bir Okuma	

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin İmzası



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Yüksek Lisans Tezi Kabul Formu

Öğrencinin	Adı Soyadı	Mehmet Fatih BAĞRIYANIK
	Numarası	154205001007
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Sosyoloji
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Köksal ALVER
	Tezin Adı	Dijital Alanın Tipolojileri: Dijital Kültüre Dair Sosyolojik Bir Okuma

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan başlıklı bu çalışma/...../..... tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı	Danışman ve Üyeler
Prof. Dr. Köksal Alver	Danışman
Doç. Dr. M. Ali Aydemir	Üye
Doç. Dr. Erhan Tecim	Üye

İmza

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın oluşumu sürecinde, bilgi ve birikimlerini aktaran, sabır ve anlayışla muamele eden, zorlaştırmayıp kolaylaştıran değerli danışman hocam Prof. Dr. Köksal Alver'e teşekkürlerimi arz ederim. Sürecin her aşamasında ilgi ve alakasını bir an bile eksik etmeyen kıymetli hocam Doç. Dr. Mehmet Ali Aydemir'e bilhassa müteşekkirim. Bir an olsun maddi-manevi desteklerini esirgemeyen başta anne ve babam olmak üzere bütün aileme, değerli fikirleriyle destek olan bütün arkadaşlarıma da ayrıca teşekkür ederim.





T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Mehmet Fatih BAĞRIYANIK
	Numarası	154205001007
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Sosyoloji
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Köksal ALVER
Tezin Adı	Dijital Alanın Tipolojileri: Dijital Kültüre Dair Sosyolojik Bir Okuma	

ÖZET

Bu tez sosyolojik muhayyilenin sınırları dahilinde dijital kültüre dair bir şeyler söyleme gayretinin bir ürünüdür. Son birkaç on yılda, değişimin temel saiki olan ve gittikçe kültürel bir atmosfer haline gelen dijitalleşme, zaman ve mekan parametrelerinin muhtevasını bilinen anlamlarının ötesine taşımıştır. Zaman ve mekan dönüştükçe toplum yeni yapısal mahiyetler kazanmakta ve failleri ise dönüşen yapının imkanları dahilinde tipikleşmiş eylemlilik hallerine bürünmektedirler. Bu tez, dijital kültürü, yine bu kültürün içerisinden temayüz eden tipolojiler üzerinden anlatmaya gayret etmektedir. Bu noktada, dijital kültürün temsilcisi olan bu tipler; Dijital İnsan, Youtuber, Gamer (Oyuncu) ve Trol'dür. Dijital İnsan, teknoloji karşısında yahut dijital kültürel aura içerisindeki modern bireyin durumuna daırdır. Youtuber, Trol ve Gamer (Oyuncu) ise, zaman ve mekanı, zihniyeti ve yapıyı en güzel şekilde temsil ettiğini düşündüğümüz ve aynı zamanda popüler kültürde ismi en çok zikredilen tiplerdir. Bu tez, bahsi geçen bu dört tip üzerinden bir dijital kültür incelemesidir.



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Mehmet Fatih BAĞRIYANIK		
	Numarası	154205001007		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Sosyoloji		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	<input checked="" type="checkbox"/>	Doktora <input type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Köksal ALVER		
	Tezin İngilizce Adı	Typologies of the Digital Realm: A Sociological Reading on Digital Culture		

SUMMARY

This thesis is a product of saying something about digital culture within boundaries of sociological imagination. In the last few decades, digitalisation, a primary impulse of change which also increasingly defines a cultural atmosphere, has moved the conventional meanings attributed to time and space. As time and space transform, society have been gaining new structural properties and human agency has embraced typical patterns of action within the potential of this transforming structure. This thesis tries to explain the digital culture based on these typologies that come out through this culture. These typologies, that are representative of digital culture can be defined as the Digital Human, Youtuber, Trol and Gamer. Digital Human typology is about the situation of modern individual against technology or in digital cultural aura. Youtuber, Trol and Gamer, on the other hand, are typologies that represent the time, space, cognitive background and structure of the digital space and also publicly best known typologies in popular culture. This thesis is an analysis of digital culture through these four typologies.

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI	ii
YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU	iii
ÖNSÖZ	iv
ÖZET	v
SUMMARY	vi
FOTOĞRAFLAR DİZİNİ	ix
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM: DİJİTAL KÜLTÜRE DAİR: ZİHNİYET, YAPI, ZAMAN VE MEKAN	10
1. DİJİTAL KÜLTÜR'ÜN KOGNİTİF BOYUTU: DİJİTAL(SAYISAL) DAKİKLİĞE DOĞRU	10
2.SİBER-UZAMIN ASİMETRİK GEOMETRİSİ: RİZOMATİK BİR EVREN	15
2.1 Rizom (Köksap) Kavramına Dair.....	15
2.2. Rizomatik Bir Evren Olarak Siber-uzam.....	19
2.3. Rizomatik Bir Para Birimi Olarak Bitcoin.....	23
3.SİBER-UZAMDA ZAMAN VE MEKAN	24
4.TEKNOLOJİK BAĞLAMDA İNTERNET'İN TARİHİ SEYRİ VE SOSYOTEKNOLOJİK SONUÇLARI ÜZERİNE	31
2. BÖLÜM: TİPOLOJİLER	35
1. DİJİTAL İNSAN	35
1.1.Dijital İnsanın Hanesi Akıllı Evler.....	36
1.2.Simülasyon Evreninde Dijital İnsan.....	39
1.3.Dijital İnsan'da Anlam Erozyonu: Anlamsal Halenin Azalması.....	41
1.4.Dijital İnsan'ın Semiyotiği ve Emojiler.....	43
2.TROL	44
2.1. Mahiyeti, Eylemleri, Karakteristikleri ve Profilleri Açısından Trol.....	44
2.2.Trol ve Trolleme Çeşitleri.....	46
2.3.Trolün Amacı Nedir?.....	50
2.4.Trol'ün Köprü Altı Twitter.....	52
2.5.Mekansal Bağlamında Trol.....	53
2.6. Kurgusal Bir Kimlik Olarak Trol Benliğinin Sunumu.....	55
3.YOUTUBER	58
3.1. Siber-uzamın En Popüler Video Paylaşım Platformu: Youtube.....	59

3.2. Youtube Tarihçesi ve Temel Özellikleri	60
3.3. Karakter, Eylem ve Amaçları Açısından Youtuber.....	62
3.4.Boş Zamanlar Etkinlikleri Bağlamında Youtuber ve İçeriklerinin İşlevselliği.....	65
3.4.1.Boş Zamanlar Kurumu, Mahiyet ve İşlevleri	65
3.4.2.Serbest Zaman Değerlendirmesi Bağlamında Youtuber ve Youtube Evreni	66
4.Bilginin Mahiyetindeki Dönüşümler Çerçevesinde Youtuber: Bir Bilgi Elçisi Olabilir Mi?68	
4.1.Tarihi ve Kavramsal Arkaplan: Bilginin Mahiyeti ve Enformasyon Çağında Bilgi	68
5.Enformasyon İşçisi Olarak Youtuber	70
4.OYUNCU (GAMER)	72
4.1.Geleneksel Oyun ve Toplumsal İşlevleri	73
4.2.Geleneksel Oyun ile Dijital Oyun Arasındaki Benzerlikler ve Farklılıklar	74
4.3.Tüketimin Yeni Faili Olarak Oyuncu.....	77
4.4.Oyuncu Kimliğinin Sanaldaki Tezahürleri	79
4.5.Zaman ve Mekan Parametreleri Açısından Oyuncu.....	80
4.6.Sanal Cemaat Birliktelikleri Açısından Oyuncu	81
4.7.Serbest Zaman Değerlendirmesi Açısından Oyun ve Oyuncu.....	83
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	84
KAYNAKÇA	92
İNTERNET KAYNAKÇASI.....	98
ÖZGEÇMİŞ.....	102

FOTOĞRAFLAR DİZİNİ

Fotoğraf 1: Rizom Görseli.....	15
Fotoğraf 2: Akıllı Ev	37
Fotoğraf 3: Bir kısım Apple Emojileri	43
Fotoğraf 4: Odun Herif ile İbrahim Melih Gökçek Arasındaki Diyalog 1.....	51
Fotoğraf 5: Odun Herif ile İbrahim Melih Gökçek Arasındaki Diyalog 2.....	52
Fotoğraf 6: Yarım Deli adlı Twitter kullanıcısının profil görüntüsü.....	54
Fotoğraf 7: Time Dergisi Kapağı	59
Fotoğraf 8: 2016 yılı Youtube istatistikleri	61
Fotoğraf 9: Barış Özcan Kanalı Ekran Görüntüsü	70
Fotoğraf 10: Ruhi Çenet Videoları kanalı ekran görüntüsü	71
Fotoğraf 11: Basfi ile Deneysel Bilim kanalı ekran görüntüsü	71
Fotoğraf 12: CS:GO oyunundaki bıçakların standart ve kozmetikli görünüşleri.....	78
Fotoğraf 13: CS:GO oyunundaki Ak-47 adlı silahın standar ve kozmetikli görünüşleri.....	78

GİRİŞ

İnsanlık, hayatta kalmanın ve hayatı kolaylamanın yeğın güdüsünü her devirde farklı şekillerde icra edegelmişlerdir. Hayata tutunma insiyakı en iptidai haliyle insanları cemaatsel örgütlenmelere itmiş, zaman içerisinde artan popülasyonlar ve insanın kendini ve çevresini keşfetmesiyle beraber, toplumsal manzara gittikçe karmaşıklaşarak büyük cemiyetler halinde bir hacme erişmiştir. Toplumun biraradallığı her dönemde aynı öz üzere var olagelse de, son kertede, yaşam alanına giren her türlü unsur, nesne ve öge mekanın dizaynını ve zamanın akışını etkilemiştir. Baudrillard'ın (2014:155) ifadesiyle *“İnsan ve teknolojiler, gereksinimler ve nesnelere her durumda birbirlerini biçimlendirirler/yapılandırırılar. Aynı uygarlık alanı içinde yer alan bireysel ve toplumsal yapılarla teknolojik ve işlevsel biçimlerin bir dayanışma içinde olmaları neredeyse bir yasaya dönüşmüş gibidir”*. Şüphesiz Baudrillard'dan aktarılan bu kısım bir nesnenin halesinde şekillenen toplumsallığa daha tinsel biçimiyle kültürelliğe atıf yapmaktadır. Esasen bu, doğrudan bir nesne tarafından şekillendirilen yeni ilişki biçimlerinin meydana geldiğini iddia eden bir determinizmden ziyade daha çok nesne-ilişki bağlamında değerlendirebileceğimiz bağdaşık bir ilişkinin sonucudur. Nitekim sosyal bilimlerde “fazlaca determinist” olmak eleştiri konusu olagelmiştir. Bu durum her ne kadar eleştirilmiş olsa da, literatürde toplum ve insanlık tarihine yön veren itici güçler olarak bir nesneye indirgenmiş analizlere rastlamak oldukça mümkündür. Marx topluma ve tarihe yön veren neden-sonuç ilişkisini tarihsel materyalizm teziyle açıklamış, teknolojik deterministler olarak adlandırılan bir grup, mevcut akışı belli bir teknolojik nesneye indirgemişlerdir. Örneğin, McLuhan *Gutenberg Galaksisi* adlı eserinde matbaanın icat edilışinin insanlık tarihi açısından bir kırılma noktası olduğunu iddia eder. Ona göre matbaanın icadı, işitsel uzamdan görsel uzama geçişi sağlamış ve neticede farklı toplumsal ilişki sarmalları meydana gelmiştir. Benzer şekilde Walter J. Ong da, insan bilincini değiştiren en tekil icadın yazı olduğunu iddia etmektedir. Ona göre, daha önce var olan sözlü kültür birleştirici iken, yazılı kültür ise toplumu parçalamaktadır. Neil Postman ise, teknoloji karşısından karamsar bir tavır takınarak, teknolojinin insanları daha çok tüketim kültürüne adapte ettiğini, mahremiyeti dönüştürdüğünü ve şiddetin meşrulaştırıldığını iddia ederek distopik bir toplum analizi geliştirmiştir (Yerlikaya, 2016: 101). Teknolojik determinizm perspektifiyle bakıldığında, tartışmayı planladığımız dijital kültür ve siber-uzamın meydana gelişindeki itici gücün “bilgisayar ve internetin icadı” olduğu iddia edilebilir. Ancak Baudrillard'dan yapılan iktibastan hareketle, insan-nesne yahut toplum-nesne ilişkisinin bağdaşıklık halinde olduğu görüşüne göre bu fazlaca determinist olacaktır ve aynı zamanda tez

için uygun gördüğümüz kültürel analiz perspektifine uygun bir metodolojik tutum da olmayacaktır. Nitekim birinci bölümde “Dijital(Sayısal) Dakikliğe Doğru” başlığı altında tartışmayı planladığımız üç boyutlu kültürel analize göre kültür; kognitif, normatif ve maddi olmak üzere üç boyuttan oluştuğu ve kalıplaşmış maddi-manevi kültür ayrımının dar kıskacına karşı (Dikeçligil, 2018: 120-124) dijital kültürün anlaşılmasına dair daha güçlü bir perspektif sunmaktadır. Bu yüzden birinci bölüm, “Dijital(Sayısal) Dakikliğe Doğru” başlığı altında dijital kültürün ya da en azından bir nesnenin icadından önce, o nesnenin çalışma prensibini meydana getiren tarihsel sürecin inşa ettiği kognitif boyutu üzerinde durulmuş ve siber-uzama normatif özellikler yükleyen ve siber-uzam bir sistem olarak kabul edildiğinde meydana gelmiş olan yapının anlaşılmasına dair ilk adımın atılması planlanmıştır.

Siber-uzamın teşekkülüyle beraber zikredilen dijital kültür ifadesinin varoluşuna delalet eden temelde en önemli gösterge; ekonomi, siyaset, toplumsal hareketler, bilgi, nesne, kamu, mahremiyet, cemaat-cemiyet, birey, ahlak, dil, hukuk, denetim, medya gibi özel veya genel olarak ifade edebileceğimiz ve norm-al olarak kabul edilen birçok toplumsal parametreler ile beraber tartışılmasıdır. Siber-uzam, internet, sosyal medya, enformasyon vs. farklı kavramlaştırmalarla yukarıda zikredilen ve kültüre ait olan birçok kavramla tartışılması, dijitalin aurasında bir kültürleşmenin peyda ettiğine işaret etmekte ve bu noktada alanyazını önemli ölçüde birikmiştir. Örneğin yazı yazma ediminin biçimsel değişimi, dijital kültür ve dil ilişkisi dahilinde değerlendirilebilecek bir örnek verilebilir. Bedir’in (2016) metaforik ifadesinde, yazının bilinen ilk örnekleri itibariyle kil tabletler üzerine yazılmıştı ancak bugün ise bu edimin biçimsel olarak değiştiğini yani tablete yazı yazmak şeklinde değiştiğini ifade etmiştir. Yazılı kültürün gelişim süreci, tablet, papirüs, parşömen, kağıt ve ekran nesnelere şeklinde bir dizi halinde geliştiğini ve sonuçta bugünkü yazı yazma ediminin kalıcılık noktasında güven vermediği ifade edilmiştir. Arkeolojik kazılar neticesinde ulaştığımız kil tabletlerdeki içeriklere bugün bile belli ölçüde ulaşılabilirken, elektronik tabletlere yazılanlar çeşitli sebeplerle kaybolabilmektedir. “Bulut” adı verilen veritabanı teknolojisi, dijital ortamda yazılan yazıları bir veya birden fazla depolama alanlarında toplamakta ve bu veritabanlarının kapatılması ve bir şekilde erişilemez olduğu noktalarda dijital yazı içerikleri kaybolabilmektedir. Son olarak elektronik tablete yazı yazmanın suya yazı yazmaktan farksız olduğunu ifade eden Bedir’in makalesi, dijital ve yazı arasındaki ilişkiler bağlamında “dijital”in yazılı kültürü dönüştürmesi sebebiyle başlı başına bir kültürel alan olduğunu açıklar niteliktedir.

Bir dizi zihinsel vetirenin neticesi olarak gelişen “teknik” ile beraber dijitalin kültürel bir atmosfere dönüşmesi kaçınılmaz olarak vaki olmuştur. Dijital, kendi halesinde hayatın yaşanma ve eyleme biçimlerini dönüştürürken, biçimlerin değişmesi bir yandan içeriklerin, bir başka deyişle mahiyetlerin de değişmesine sebebiyet verir. Hayata giren her bir nesne, gündelik hayat pratiklerinin icra edilmesi noktasında alternatif bir eyleme biçimi olarak ortaya çıkıp sonrasında eyleme biçimlerinin değişmesiyle içeriğin veya mahiyetin de değiştiği gözlemlenebilmektedir. Örneğin McLuhan, her yeni teknolojinin insanın bedenine eklemlendiği hatta insan bedeninin bir parçası olduğunu iddia eder. Tekerlek insan bedeninde ayaklara, yazılı eserler gözlere, elbiseler deriye, elektrik devreleri ise insanın sinir sistemine tekabül etmektedir. Bedene bir uzantı suretinde eklemlenen bütün bu araçlar, insanı duyu ve düşünce bakımından biçimlendirmiştir (McLuhan’dan akt. Binark, 2016: 131). McLuhan’ın serrettiği bu noktadaki görüş esasen topluma dair üretilen bilcümle makro teorilerin hülasesi niteliğindedir. Örnek vermek gerekirse, tekerleğin icadından önce insan bedeniyle yapılan mesafeleri kat etme praksi çok daha yavaş bir eylem iken tekerlek, insan bedenini daha hızlı kılmıştır. Biçimsel olarak mesafeleri kat etme eylemi, tekerlekle başlayarak insan bedenini daha yeğin ve daha muktedir kılar. Bugün tekerleğin icadıyla başlayan hız, imkan ve tekniğin iletişimi ve ulaşımı geliştirmesiyle beraber insanoğlunda bir tutkuya dönüşmüş durumdadır. Kahraman’ın (2018) Sabah Gazetesi’ndeki bir köşesinde, İtalyan Fütüristler’den referansla 20. Yüzyılda hayatın özü olarak kabul edilen şeyin hız olduğunu ifade etmiştir. Bu durum 21. Yüzyılda da geçerli gibi görünmekte olup, bugün gerek toplumsal düzeyde gerekse de bireysel düzeyde, arzu edilenin hız olduğu anlaşılmaktadır. Hızın tahripkar yönüne karşı yavaşlıktan yana bir tutum da geliştirilmiş olsa da en nihayetinde bugün, bireyler olarak her şeyi en hızlı şekillerde yapmanın uğraşısı içerisindeyiz. Daha hızlı yemek (fast-food), daha hızlı seyahat etmek, interneti en hızlı şekillerde kullanmak, 21. Yüzyılın temayüllerindedir. Fizik alemdeki hız arzusunun, siber-uzamda da geçerli bir durum olduğu görülmektedir. Özellikle, doğrudan dijital ekosistemin içerisinde doğan ve önceki nesle nazaran dijital teknolojileri çok daha etkili kullanabilen gençler açısından akıllı telefonlar, Binark’ın McLuhan’dan ifade ettiği üzere, bedenin görsel-dokunsal-işitsel uzantıları haline gelmiştir (Binark, 2016: 136). Gençlerdeki bu tutku farklı şekillerde açıklanabilecek, farklı kavramsal-kuramsal çerçevelerde tartışılacak bir mesele iken, burada hız üzerinde düşünülecek olursa, hız arzusunun bir neticesi olarak da görülebilir. Zira akıllı telefonlar zamanı ortadan kaldıran ve mekanlar arasındaki mesafeyi önemsizleştiren ve bunları eşzamanlı ve eşanlı olarak mümkün kılan bir hızda yapmayı mümkün kılmaktadır.

Dijital'in bir form sunması ve bu forma uygun mahiyetlerin meydana gelmesinde etkili olması, varlığın en temel parametrelerinden olan zaman ve mekan parametrelerini de dönüştürmüştür. Bugünün insanının geçmişe nazaran hiç olmadığı kadar hızlı ve muktedir kılmak demek, onu sınırlayan parametrelerin sınırlarını aşmakla mümkün olabilir. Nitekim bu mesele zaman ve mekan kavramlarının, siber-uzamdaki değişimi ve dönüşümüyle alakadar olduğundan, dijital kültürü ve siber-uzamı anlama istencinin ürünü olan bu tezde es geçilmeyecektir. Birinci bölümde, ontolojik olarak önemli iki kavram olan zaman ve mekan, dijital kültüre yön veren ve siber-uzama yapısal özellik kazandıran temel karakteristikler bağlamında ayrıca tartışılacaktır. Esasen buraya kadar anlatılmak istenen, dijitalin insan ve toplum hayatında devrimci bir etkiyle dönüştürücü bir saik olduğu ve kendi kültürel ekosistemini meydana getirmesiyle beraber tezimizin amacı ve önemi ayan olmaktadır.

Hususen, sosyal bilimler literatüründe sıklıkla rastlanan kitap isimlendirmeleri ayrıca dikkate değerdir. Literatürde “Toplum” ve “Toplumu” kelimelerinin terkihiyle yapılan kitap isimlendirmelerine sıklıkla rastlanmakta olup, mevcut isimlendirmelerde “toplum” ve “toplumu”ndan önce gelen kelimeler, yazarın mevcut toplumu hangi karakteristik üzerinden okuduğuna işaret etmekte olan kalıp ifadelerdir. Örneğin, günümüz toplumunu değişen ve dönüştüren mahiyetiyle tüketim temelli okuyan Baudrillard'ın “Tüketim Toplumu” (Baudrillard, 2017), modernleşme sonrası sorunları ve sanayi devrimiyle beraber gelen değişimleri risk temelinde analiz eden Ulrich Beck'in “Risk Toplumu” (Çuhacı, 2007: 135) gibi örneklere rastlamak mümkündür.

Halihazırda geçerli olan ve dijital çağ olarak adlandırılan yaşadığımız çağ, öncesindeki değişim ve dönüşümlerden mücerret okunamayacağı kanaatindeyiz. Bu yüzden, özellikle sanayi sonrası toplum olarak ifade edilen kavram ve kuramlara dair genel bir bilgiye vakıf olmak dijital kültürü anlama ve anlamlandırma aşamasında önemli bir katkı sağlayacaktır. Geçtiğimiz yüzyılın sanayi toplumu olduğuna dair geniş ölçüde yaygın bir kanaat gelişmiştir. Sanayi bir devrim olarak kuşkusuz mevcut toplumu devrimci bir etkiyle dönüştürmüştür. Ancak genel itibarıyla bakıldığında sanayi toplumu bir bakıma sanayileşmiş toplumun teorisi olmasının yanı sıra, sanayileşmekte olan toplumların geçirdiği değişim ve dönüşümün teorisi olduğunu da ifade edebiliriz. Bu noktada sorulacak soru şu olabilir. Sanayileşme sürecinin nihai noktaya eriştiği toplumların temel karakteristiği nedir veya mevcut durum ne ile izah edilebilir? Bu soru literatürde “sanayi sonrası” şeklinde dönemselleştirmeler şeklinde vücut bulmuştur. Kumar (2013: 9) Batı toplumlarının hala sanayi toplumları olduklarını ancak çok kapsamlı değişimler geçirdiklerinden dolayı, eski kavram ve kuramlarla ele alınamayacağı yönünde

analitik ilgilerin olduğunu ifade etmiştir. Bu yüzden Batı toplumları farklı şekillerde “sanayi sonrası” toplumlardır. Özellikle sosyal bilimlerde dijitalin toplum ve insan hayatını değiştiren yönü dikkatleri celbederek, önemli ölçüde bir literatürün birikmesine neden olmuştur. Konumuza dair literatür daha çok sanayi sonrası toplumun temel karakteristiklerinin ekonomi ve siyaset temelli sorgulamalarla şekillendiği görülmektedir. 60’lı ve 70’li yıllarda, sanayi sonrası toplum adı altında, günümüz toplumuna dair analizlerin geliştirildiği ve teorilerin üretildiği görülmektedir. Sanayi sonrası toplum isimlendirmesiyle yapılan analizlerin en meşhur olanlarından biri “The Coming of Post-Industrial Society” adlı çalışmasıyla Daniel Bell’dir. Daha sonra sanayi sonrası toplum kuramı, Peter Drucker’in “Süreksizlik Çağı” ve Alvin Toffler’in “Gelecek Şoku” adlı eseriyle popülerleşmiştir (Kumar, 2013: 14). Ayrıca sanayi sonrası toplum fikri her ne kadar Daniel Bell’in öncülüğüne izafe edilen bir kavram olsa da, bu kavramın ortaya çıkışındaki ilk isim, “tekntronik toplum” isimlendirmesiyle Zbigniew Brzezinski’dir. Teknoloji merkezli oluşan yeni toplum yapısına ilk işaret eden Brzezinski’nin kavramsallaştırması pek tutulmamış olsa da arka planındaki görüş tutulmuş oldu (Kumar, 2013: 22).

Daniel Bell’in “The Coming Of Post-Industrial Society” adlı eserinde, sanayi sonrası toplum yapısı makro düzeyde analiz edilmiş olup daha çok değişen iktisadi unsurlar üzerinden değerlendirilmiştir. Örneğin, mezkur toplum yapısındaki tabakalaşma olgusu, bilgiye dayanan bir eksen üzerinde şekillendirilmiştir. Kas gücünden ziyade bilgiye istinat eden, mühendisler, teknisyenler ve bilhassa burada teknoloji odaklı meslekler bu yapının failleridir. Endüstriyel toplum ile post-endüstriyel toplum arasında bir mukayese yapıldığında görünen o ki sanayi toplumlarında egemenlik burjuva sınıfına ait iken, sanayi sonrası toplum yapısında bu yeğlilik teknokratlar lehinde cereyan etmiştir. Mülkiyeti elinde bulunduran ve temelde bilim adamları, mühendisler ve genel itibarıyla bilgi işçisi olarak ifade edebileceğimiz mevcut yeni sınıfın baskın sınıf olarak temayüz etmesi, nihayetinde bilginin mahiyetine ilişkin bir değişimin de habercisi olmuştur. Nitekim sanayi ötesi toplum yapısında Bell, teorik bilginin önem kazandığını ifade etmiştir. Özetle, Bell’in ilan ettiği husus, sanayi toplumu metaların üretimine dayanan bir yapıya denk gelirken sanayi ötesi toplum ise enformasyon toplumuna tekabül etmektedir (Bell, 1973; Kumar, 2013: 22; Parlak, 2004: 99). Ayrıca ifade etmekte fayda var, “sanayi ötesi toplum” kavramı daha çok üretim-tüketim-dağıtım sacayağında ekonomik temelli analizler dizisini ihtiva etmektedir.

Sanayi ötesi toplum teorisinin gelişimi sürecinde, belki de mezkur kavramın popülerleştiricilerinden olan Alvin Toffler da önemli ölçüde bir katkı yapmıştır. Bell gibi

Toffler da, makro düzeyde bir sanayi sonrası toplum analizi geliştirmiştir ancak Toffler, “sanayi ötesi toplum” veya “bilgi toplumu” şeklindeki isimlendirmelerin değişimin yönünün, kapsamının ve içeriğinin anlaşılmasında yeterli olmadığını ve bunun yerine “Future Shock” adlı eserinde “süper sanayi toplumu” kavramını kullanmayı uygun görmüştür. Ancak daha sonra Toffler, “The Third Wave” adlı eserinde bahsi geçen tabiri “üçüncü dalga toplumu” şeklinde değiştirmiştir (Parlak, 2004: 104). Para birimleri üzerinden üçüncü dünya savaşı söylentilerinin yayılması, enflasyon oranlarındaki kayda değer dalgalanmalar, sürekli şahit olunan askeri hareketlenmeler, altın fiyatlarında kırılan rekorlar üzerinden üretilen söylemlerde bugün, gazetelerden ve televizyon ekranlarından ilan edilen “dünyanın çivisinin çıktığına” dair söylentilerin birçoğu, büyük bir korkunun uyanışına işaret eden pesimist ifadelerdir. Ancak Toffler bütün bu korku pompalayan söylentilere karşı “üçüncü dalgayı” insanlık tarihinin bittiğinin ilanı olmasından da öte yeni bir devrin başlangıcı olarak görmektedir. Bugünün dünyasının büyük bir dalganın etkisi altında olduğunu ifade eden Toffler, herkesin bu dalganın şekillendirdiği atmosfer içerisinde evlenmek, eğlenmek, çalışmak ve emekli olmak zorunda olduğunu beyan etmiştir. Günümüzdeki değişikliklerin birçoğunun birbirinden bağımsız gibi görünse de son kertede aynı dalganın etrafında şekillenen bağlantılı süreçler olduğunu iddia etmektedir. Örneğin, küresel çapta enerji krizlerinin, çekirdek aile yapısındaki çözümlerin, esnek çalışma saatlerinin, kablolu televizyonun yükselişinin, dünya çapında bölücü hareketlerin şahlanması gibi olaylar birbirinden bağımsız gibi görünse de hepsi aynı fenomenin bir parçasıdır. Yani Toffler’a göre bütün bunlar endüstrileşmenin ölümü ve nihayetinde yeni bir uygarlığın doğuşudur (Toffler, 2008: 7-8). Toffler’ın (2008:9) zikredilen yeni uygarlığa dair görüşlerine ilaveten şu veciz ifadeleri de ayrıca dikkate değerdir. *“Bu yeni uygarlık öylesine güçlü bir devrimle geliyor ki tüm eski varsayımlarımızı altüst ediyor. Eski düşünce tarzları, eski formüller, dogmalar ve ideolojiler, geçmişte ne kadar değerli veya yararlı olurlarsa olsunlar, artık gerçeklerle örtüşmüyorlar. Yeni değerlerin ve teknolojilerin, yeni jeopolitik ilişkilerin, yeni yaşam tarzlarının ve iletişim araçlarının çatışmasından doğan dünya, tamamen yeni fikirler ve analogiler, sınıflandırmalar ve kavramlar gerektiriyor. Yarının şu anda cenin halinde olan dünyasını, geleneksel ofis binalarına sığdıramayız; muhafazakar tutumları veya olması gereken ruh hallerini de.”* Fütürist ve aynı zamanda emsallerinden farklı olarak geleceğe daha umutla bakması sebebiyle optimist olan Toffler, “Üçüncü Dalga” adlı eserini 1980 tarihinde yayımlamıştır. Toffler’ın bugünün dünyasına ilişkin serdettiği görüşleri büyük oranda gerçekleşmiş görülmektedir. Toffler’ın 80’lerde “şu anda cenin halinde olan” dediği dünya, yeni bir yapıya ve buna bağlı olarak yeni bir kültür haline gelmesiyle kemale ermiş durumdadır.

Hayatın her alanı dijitalin halesinde şekillenmekte, neredeyse bütün etkileşimler dijitalleşmiş eylem setleri halinde icra edilmektedir.

Bell'in ve Toffler'in yanı sıra bugünün dünyasına ilişkin analizlerinde Manuel Castells de ayrıca, sanayi sonrası toplum analizlerinin gelişmesi noktasında önemli bir soluk olmuştur. Seleflerinin yanısıra enformasyon toplumu kavramına ağ toplumu ibaresini eklemlediği görülmektedir. Castells "Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür" adlı 3 ciltlik kitap serisinde, siber-uzama dair geniş ölçekli bir çalışma ortaya koymuştur. Serinin ilk cildi olan "Ağ Toplumunun Yükselişi"nde Castells, mevcut çağın enformasyon teknolojileri etrafında şekillenen ağlar bütünü olduğunu ifade eder. Ona göre, mevcut toplumsal yapının maddi zemini ağlar üzerinden var olan bir belirleyicilikle gerçekleşmiştir. Bundan dolayı mevcut toplumsal yapının değişimi ve yapısını "ağ" kavramı üzerinden açıklamanın daha doğru bir ifade olduğuna kanaat getirmiştir. Birbiriyle bağlantılı düğümler dizisi olan ağlar, her düğümde belli başlı ilişkiler meydana getirmektedir. Bu da dünya çapında ekonomilere, siyasi etkinliklere ve hatta küresel ölçekte suç şebekelerinin oluşumuna imkan vermektedir. Bunun kültürel düzeydeki düğümleri ise, yeni medya vasıtasıyla şekillenen, televizyon sistemleri, bilgisayar grafikleri, eğlence stüdyoları gibi sinyaller üreten, yayan ve aktaran araçlarla kendini inşa etmektedir (Castells, 2013: 621-622). En temelde görünen o ki Castells, çağın temel karakteristiği olarak enformasyonu, toplumsal bütünlüğün yapısını da ağlar üzerinden açıklamıştır.

Ayrıca Castells'den iktibasla zikredilen yapı kavramı da tezimiz açısından önemli bir kavramdır. Yeni medya araçlarıyla şekillenen çağın maddi yönü bu çalışmada siber-uzam olarak ifade edildi. İlk bölümde, siber-uzamı meydana getiren kognitif boyutun yanı sıra, siber-uzamın yapısal özelliklerinin de Deleuze ve Guattari'nin rizom kavramı üzerinden izah edilmesi planlanmaktadır. Zira Castells'in 3 ciltlik eserinde, ağ ve enformasyon bileşkesinde tartıştığı yapının maddi yönü, Deleuze ve Guattari'nin rizom kavramıyla birleştiğinde, siber-uzamsal yapının anlaşılmasında önemli bir metaforik ifade olduğu görülmektedir. Ağlar üzerinden kendini inşa eden rizom kavramı, literatürde teknoloji ve enformasyon çağını izah etmede kullanılmış ve biz de çalışmamızda önemli bir nokta olduğu düşüncesiyle, rizom üzerinden bir yapı çözümlemesi yapmayı planlamaktayız. Zira, yapının mahiyeti, ilişki ve etkileşimin yönünü, başka bir deyişle norm-al olanı tayin etmesi açısından önemlidir.

Çalışmanın ilk bölümü, yapının kognitif yönüne ve yapının bizzat kendisine dair bir takım teknik ve kavramsal ifadeler olup, genel itibariyle bakıldığında betimsel bir yönü haizdir. Bununla beraber, ikinci bölüm ise, artık oluşumu zaviyesinden bakıldığında bir yapı ve kültürel

ekosistem haline gelmiş olan siber-uzamın meydana getirdiği yahut siber-uzama anlam kazandıran tipolojiler üzerinden değerlendirilecektir. İlk bölüm kültürün maddi ve zihni yönüne matuf bir kavramsal çerçeve denemesi iken, ikinci bölüm ise tipolojiler üzerinden normatif veçhede dair bir şeyler söyleme gayretinin ürünü olacaktır.

Bu noktada tipolojiler üzerinden sosyolojik düşüncenin imkanına dair bir takım tartışmaları ifade etmek yerinde olacaktır. Tipolojiler üzerinden norm-al olanı okumak ne derece mümkündür? Toplumsal tiplerin, toplumu ve onun kültürünü izah etmedeki kudreti nedir? Tipolojiler, kültürün taşıyıcısı olan bireylerin genelleştirilmiş ifadesi olarak kabul edildiğinde, mesele zımnen ya da doğrudan sosyolojideki en klişe dikotomik tartışmalardan biri olan, odağında yapı mı bireylere yön verir yoksa birey mi yapının inşacıdır? sorusu akıllara gelmektedir. Sosyal bilimlerin, makro-mikro ölçeğinde tezahür eden bilcümle paradigmlar soruya bireyden yahut yapıdan yana taraftar olsalar da (Jenks, 2014: 24), mezkur mesele hangi düzeyde ve bağlamda ele alınırsa alınsın, eksenine insanı ikame eder. Makro paradigmlar yapı ve kurumlar üzerinden ele alınsa da, toplumsal gerçeği inşa eden fail olarak birey, sosyal olanın taşıyıcısı yahut temsilcisidir. Yapı içerisinde, yapının temel özelliklerini taşıyarak veya yapısal akislerini tezahür etmesi bağlamında, birey kültürel bir bileşendir (Aydemir, 2014: 9). O halde, bireyin toplumsala nispetle haiz olduğu mevcut kültürelilik, taşıyıcılık ve eylemlilik hali, sosyolojik düşünce için sosyal tipleri önemli bir çözümleme, analiz etme vasıtası kılmaktadır.

Hayatın kolektif yönü kurumları meydana getirmekte ve bu kurumsal çerçeve dahilinde süreklileşmiş eylemler üretmektedir. Rol ve statü, gündelik hayata dair alışkanlıklar, davranış örüntüleri ve anlam kategorileri birey ile yapı arasındaki köprülerdir. Nihai noktada mezkur köprülerden geçen ve pratikte birey mezkur kavramların eyleyicisidir. Sosyal alan, sosyal bağlamın içerisinde bireyler nezdinde “tipikleşmiş” davranışlar üretir. Tipikleşmiş davranışlar ise, son kertede tipolojilere kapı aralamaktadır. Nitekim makro ve mikro ölçekli sosyal teoride, Marx’ın burjuva ve proleteri, Durkheim’in intihar tipleri, Pareto’nun seçkinleri, Veblen’in aylak ve gösterişçisi, Weber’in çileci dindarıyla beraber, Baudrillard’ın tüketicisi, Mills’in iktidar seçkinleri ve beyaz yakalıları, toplumsal tipler olarak karşımıza çıkmaktadır (Aydemir, 2014: 10-11). Gerek makro ölçekli gerekse de mikro ölçekli sosyal teoride, tipolojiler üzerinden toplumu anlama ve anlatma gayretinin çalışmalar suretinde biriktiği görülmektedir. Sosyal gerçeği yansıtmaya noktasında adeta bir turnusol kağıdı mesabesinde olan sosyal tipler, çalışmamızın metodolojik ilgisini de nazara vermektedir. İlk bölümde dijital kültürün yapı ve zihniyetine dair betimlenen kısım, yukarıda zikredilen metodolojik ilgidir hareketle tipleştirme ve tipolojiler üzerinden tasvir edilmeye çalışılmıştır. İkinci bölüm için uygun görülen 4

tipolojiden, Dijital İnsan olarak isimlendirmeyi uygun gördüğümüz tip, genel itibariyle dijital aura karşısında bireyin durumunu özetlemesi bağlamında değerlendirmeyi planladığımız bir ideal tiptir. Popüler kültürde ve gündemde olmayan bir kavram olarak Dijital İnsan, hem literatürde mevcut kavramların bileşkesinden müteşekkil olup hem de dijital auranın gündelik hayat içerisindeki yeri ve önemini anlaşılmasını gaye edinen bir fikrin ürünü olacaktır. Diğer üç tipoloji ise, gündelik hayatta sıklıkla duyduğumuz hatta, son zamanların popüler 3 tipolojisini kapsamaktadır. Bunlar, daha alt akran grupları arasında yaygın olan Oyuncu (Gamer), yeni medya ortamında temayüz eden Youtuber ve belki de içlerinde en meşhur olanı olan Trol tipolojileridir.

Çalışmamız açısından uygun görülen tipler, hem tipolojilerin ana hatlarının belirlenmesi sürecinde hem de dijital kültürü izah etmesi bağlamında da betimseldir. Tipolojinin karakteri ve eylemini izah etmek önemli olduğu kadar, temsil ettiği sosyal gerçeği açıklamak da o denli önemlidir. Bu haliyle bakıldığında, her tipoloji, tipikleşmiş eylem ve karakterleri bağlamında sosyal gerçeğin tezahürü olarak değerlendirilecektir. Mesela, kurumlar sosyolojisi açısından bir tipoloji serbest zamanları değerlendirme kurumu açısından bir eylemlilik halinde ise, bu durum hem tipin karakteri bağlamında değerlendirilir hem de dijital kültürel atmosferde mevcut kurumun işleyiş ve işlevi değerlendirilmeye uygun görülür. Dahası, birinci bölüm dijital kültürün yapısı ve kognitif boyutları üzerine bir tasvirler bütünü iken, ikinci bölüm de aynı betimsel bir çalışmanın ürünü olarak dijital kültürün daha çok normatif boyutu üzerine bir çözümleme denemesidir. Bu noktada, tipolojiler mevcut kültürel ekolojide somut olarak yapıya ve onun öncesindeki soyut boyutu olan zihniyet gibi statik boyutlarının yanı sıra, bireylerin eylemlilik hallerinin bir neticesi olarak belki de norm haline gelmiş olan davranış kalıplarına yahut tipikleşmiş eylemlerine matuf dinamik normatif boyutunu tasvir etmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM: DİJİTAL KÜLTÜRE DAİR: ZİHNİYET, YAPI, ZAMAN VE MEKAN

1. Dijital Kültür'ün Kognitif Boyutu: Dijital(Sayısal) Dakikliğe Doğru

'B 612 gezegeni ile ilgili bu ayrıntıya girmemin ve size numarasını vermemin nedeni, büyüklerdir. Onlar rakamları sever. Yeni bir arkadaştan söz ettiğinizde, en önemli şeyle ilgili soru sormazlar: "Sesi nasıldır? En çok hangi oyunları sever? Kelebek koleksiyonu var mı?" Bu tür soruları olmaz onların. Sadece: "Kaç yaşındadır? Kaç kardeşi var? Kaç kilodur? Babası ne kadar kazanır? gibi soruları olur. Eğer büyüklere: "Kırmızı tuğladan güzel bir ev gördüm; pencerelerinde sardunyalar vardı, çatısında kumrular..." dersiniz, bu evi kafalarında kesinlikle canlandıramazlar. Onlara: "Bir ev gördüm, yüz bin frank eder." Demelisiniz. O zaman: "Ne güzel ev!" derler' (Saint-Exupery, 2015: 22).

Bir çocuk nazarıyla "büyüklerin" yaşam dünyasını anlatan, başka bir deyişle henüz sosyalleşme sürecini tamamlamamış olan bir çocuğun perspektifinde, sosyalleşme noktasında kemale ermiş büyüklerin hayatı algılama biçimlerini anlayabileceğimiz, Antoin de Saint-Exupery'nin kaleminden yazılan Küçük Prens kitabından alıntılanan yukarıdaki pasaj, tezin bu aşamasında dijital kültürün kognitif düzeyine dair önemli bir ipucu mahiyetindedir. Zikredilen kitapta, kuşkusuz, "büyüklerin" yaşama dünyası, modern zamanlara, sanayi veya sanayi ötesi toplum yapısına tekabül etmekte olup, yaşadığımız çağın zihniyetine dair tezahürlere ve çağımızın evrensel temayüllerine de işaret etmektedir. Bu yüzden dijital kültürün kognitif boyutunu izah ve tasvir etmeye çalışacağımız bu kısımda yetişkin bireylerin gündelik hayat pratiklerinin hangi itkilerle cereyan ettiği veya bireyin kendisini kuşatan hayat sahnesi içerisinde, nesnelere nasıl anlamlandırdığına dair önemli bir noktayı işaret etmektedir. Bu aynı zamanda dijital kültürü yaşayan bireyin, hem dijital kültürün bir parçası olması münasebetiyle yapının tezahürlerini aksettirmesi bakımından hem de yapı tarafından nasıl bir anlam dünyası geliştirdiğine dair de bir bölüm olacaktır. Nitekim yukarıdaki pasajın zihinsel arka planı irdelendiğinde böyle bir sonuca ulaşmak abesle iştigal etmeyecektir.

Türk Dil Kurumu sözlüğünde dijital kelimesini arattığımızda her ne kadar birinci anlam itibariyle "verilen bir ekran üzerinde elektronik olarak gösterilmesi" (TDK) şeklinde bir tanımlama yapıldığını görsek de kelimenin ikinci anlamı itibariyle "sayısal" (TDK) kelimesine tekabül etmesi tartışılmaya değerdir. Exupery'den iktibas edilen pasajda büyüklerin yaşama dünyası tasvir edilirken sayısal ifadeler kullanılmış olup yaşadığımız çağın, modern yahut postmodern zamanların zihniyet düzeyindeki tezahürleri ayan olmaktadır. Nef'in (1980) Sanayileşmenin Kültür Temelleri adlı eserinde, sanayileşme olgusunun kültürel bir yapı olarak ortaya çıkmadan önceki merhaleleri bilişsel düzeyde izah edilmeye çalışılmıştır. Bahis mevzusu

eserin “Kemmi Dakikliğe Doğru” adlı bölümü, kemiyete (sayısala) olan rağbetin artışı ve bu kemiyet (sayısal-nicelik) üzerinden derinleşen bir kültürel yapının ortaya çıktığına dair görüşler serdedilmiştir (Nef, 1980: 24-36). Sonraki satırlarda Nef’in fikirlerine genişçe yer verilecektir ancak bu konudan önce ara ara bazı kavramların izah edilmesinin, konunun anlaşılmasına dair önemli bir rolü olacaktır.

Dijital ve kültür kavramlarının bileşkesiyle apayrı bir kavram olarak tezahür eden Dijital Kültür, dijital saiklerle husule gelerek muayyen bir karakteristik kazanmakta, bir başka deyişle yapılaşmış bir kültürel alana tekabül etmektedir. Dahası, kültürel bir alandan bahsettiğimizde, hele de bu kültürel alan üzerinde yeterince tartışılmamış ise bir kültürel analiz yapmayı gerektirmektedir. Bu noktada üç boyutlu kültürel analiz konumuzun anlaşılması açısından önemli bir metodolojik yaklaşım olacaktır.

Üç boyutlu kültür analizi, kültürel alanın; kognitif, normatif ve maddi boyutlarıyla mülahaza edildiği metodolojik bir yaklaşım tarzıdır. Bu yaklaşıma göre, maddi bir gerçeklik halini almış, kültürel bir nesnenin, önce kognitif (bilişsel) düzeyde var olarak süreç içerisinde normatif bir değer kazanmaktadır. Daha sonra normal olarak var olan kültürel gerçek, nesnelere üzerinden maddileşerek anlam dünyamızda yer edinir. Mevzubahis yaklaşım, Durkheimci sosyoloji geleneğinin kültürü maddi ve maddi olmayan olarak ayıran pozitivist, dikotomik kültür analizlerinin kifayetsizliğine alternatif olarak geliştirilmiş olup, kültürel alanın bilişsel boyutunun değerlendirilmesinin lüzumu vurgulanmıştır. Bu minvalde denilebilir ki dijital kültür, normatif ve maddi bir gerçeklik halini almadan önce muayyen bir kognitif sürece tabi olduğu anlaşılmaktadır (Dikeçligil, 2013).

Marx, kapitalist toplum yapısını, emeğin üretim araçlarının icadıyla beraber dönüşümü neticesinde bir başlangıç noktasına dayandırmıştır. Üretim şekillerinin değişimiyle beraber toplumsal, siyasal ve zihinsel yaşam alanları da değişmiştir (Wallace & Wolf, 2004: 124-125). Marx muayyen bir devrin başlangıcını bir nesnenin icadına isnat etmesi, üç boyutlu analizin maddi boyutuna ve aşamasına denk düşmektedir. Ancak buradaki asıl soru üretim araçlarının icadına sebep olan kognitif süreç nedir? Bilgisayarlar, akıllı telefonlar, dijital göstergeli ev eşyaları, anahtarı kullanmaya mahal vermeyen dijital araba kumandaları, zamanı ve mekanı daraltan dijital mektuplar yani mailler, maddi bir gerçeklik halini almadan önceki bilişsel düzeyi nedir? sorusu akıllara gelmektedir. Apple’ın Iphone marka akıllı telefonlarını üretmesi, ondan önce bilgisayarın icat edilmesi kuşkusuz devrimci bir saiktir, ancak bundan öncesinde, yani bu kültürün maddileşmesinden önceki başlangıcı veya menşei ne ile izah edilebilir? Dikeçligil’in makalesi daha isabetli ve daha anlaşılır bir kültür analizine dair metodolojik bir

tavsiye mahiyetindedir. Ancak dijital kültürün kognitif boyutta meydana gelmesinin tarihsel sürecini açıklamak, bahsedilen bilişsel düzeyin nasıl ve ne zaman oluştuğuna dair sorular akla gelmektedir. Nasıl ve ne zaman soruları, Nef'in yukarıda kısaca tanıtılan kitabında anlamını bulmaktadır.

Bugünün dünyasında olaylar veya izah edilmeye çalışılan herhangi bir şey içgüdüsel bir şekilde niceliğe dayanan ifadelerle anlatılmaktadır. Hisse senetlerindeki fiyatların düşüşü, imalat hacminin artışı, fabrikalarda istihdam edilen işgücündeki artış talebi kabilinden haberler gazete köşelerinden okunduğunda, ortalama bir insan kendini daha iyi hissetmektedir. Buna mukabil insan sağlığını olumsuz yönde etkileyebilecek herhangi bir hava sıcaklığındaki artış veya düşüş ise insana, kendini kötü hissettirmektedir. Her gün sayılarla ifade edilen birçok konu insanlar nezdinde ya olumlu ya da olumsuz olarak ifade edilmektedir. Modern zamanlarda gerek kurumlar gerekse de bireyler rakamları toplamak, tasnif etmek ve anlayabilmek için çaba sarf etmektedirler (Nef, 1980: 24). Bireylerin ve kurumların bu çabası, çağın eğilimlerine paralel olarak gelişmiştir.

Buna ilaveten Nef (1980: 25) bir arkadaşının yaşadığı olayı paylaşarak, fikrini derinleştirmeye çalışmıştır. Şöyle ki; tarihi bir eser üzerinde yıllarca çalışan bir meslektaşının, kimya mühendisi olan başka bir arkadaşına eserini değerlendirmek üzere gönderdiğinde, mühendisin üç ciltlik kitabın içerisindeki referansları toplamak suretiyle elde ettiği beş haneli rakam, eserin mühim olduğu kanaatine varmasına sebebiyet vermiştir. Mühendisin değerlendirme kriteri olarak kitabı okumak yerine referansları toplaması, modern zamanların niceliğe dair bir eğilim geliştirmesi adına önemli bir örnektir.

Nef modern zamanlarda kemmiyet ölçüsüyle kriter geliştirmenin, nesnelere mahiyetini rakamsal ifadelerle açıklama eğilimlerinin tezahür ettiğini iddia ederken, bununla beraber bu rakamsal ifadelerin dakikleştiğini de ileri sürer. Aralarında kesinlik noktasında çok az bir fark bulunmasına rağmen daha dakik bir takvim geliştirme çabaları, Avrupa'da önceki zamanlardan çok daha kesinliğe verilen önemi göstermektedir. Sonraki satırlarında ise Nef, İngiliz limanlarına gelen metaların kaydı üzerinden konuyu örneklendirmeye devam etmiştir. Buna göre İngiliz limanlarına gelen emtianın kaydı, yıllar içerisinde nicel ifadeler üzerinden daha da derinleşerek, daha kesinlik bildiren, daha ayrıntılı tutulduğunu kaydetmiştir (Nef, 1980: 26-36). Nef'in bu noktada anlatmak istediklerini özetlemek gerekirse, gittikçe artan bir şekilde çağımız nicelik üzerinden kendini inşa etmekte olup, bu nicelik bildiren ifadeler de o nispette dakikleşmektedir. Bir şeyleri rakamlarla ifade etmek daha kolay anlaşılabilir, ölçülebilir ve dahası daha pratik olarak uygulanabilir gelmektedir.

Bununla beraber teknoloji ve bilimin gelişmesiyle beraber değişen üretim biçimlerinin işgücü ve emek üzerinde diğer iyimser tezlerin aksine “vasıfsızlaşma”yı doğurduğuna dair Braverman’ın görüşü fordist ve post-fordist üretim şekillerinin bir sonucudur (Argın, 1992: 17). Bu noktadan hareketle denilebilir ki fordist üretim tarzı, “niteliksiz” işgücünün daha “dakik” bir üretim bandı üzerinde, işin bütününde metayı üretme sürecidir (Ritzer, 2011: 162). Burada niteliksiz işgücünün niceliği (kemmiyeti) önemli olmakla beraber, nitelik işin bütünlüğünde ön plana çıkmaktadır. Esasen konumuz bağlamında izah edilmek istenen nokta, işçi sadece üretim süreci içerisinde metanın bütününde değil de sadece bir parçasında var olabilmektedir. Burada vurgulanmak istenen nokta ise işçinin oradaki vasfından ziyade, üretim sürecindeki nicel durumu daha ön plandadır. Nef’in izah ettiği nicelik ve bunun dakikleşmesi, fordist üretim şekillerinde de tezahür etmiş ve son kertede işçiler niceliksel bir anlama -her ne kadar iş ve emeğin bilgiye dayanan ölçülerde dönüştüğünü iddia eden tezlerin aksine- bürünmüşlerdir.

Nef’in kemmi eğilimler meselesinin, sosyal bilimlerdeki bilgi sorununa dair cereyan eden tartışmalar ekseninde akislerini görmek mümkündür. Zira nitel ve nicel araştırma olarak tabir edilen iki temel bilgiyi ampirik olarak toplama tarzı günümüze kadar tartışılmalıdır. Nicel araştırma Nef’in kemmi eğilim olarak ifade ettiğinin bilimsel düzeydeki bir tezahürüdür. Rakamlara olan içgüdüsel rağbetler, sosyal bilimlerde bilginin güvenilirliği, kesinliği ve geçerliliği konusundaki fikirlerin gelişmesine kaynak olmuştur. Sosyal alanın istatistiksel izahı nicel araştırma deseni adı altında geliştirilmiş olup, yukarıda zikredilen kemmi eğilimin bir neticesi olarak gelişmiş olabilir. Bununla beraber sahanın bilgisine duygular ve algılar üzerinden erişme gayesinin anti pozitivist karşılığı olan nitel araştırma deseni ise kemmiyet eğilimlerine karşı olarak temayüz etmiştir. Mezkur iki araştırma deseni arasında bir gerilimin olduğu açıkça görülebilmektedir. Bu gerilimler hangisinin daha güvenilir ve geçerli bilgi ürettiğinin tartışılması neticesinde meydana gelmektedir (Özerbaş vd. 2010: 72-74). Yani kısaca ifade etmek gerekirse, kemmi eğilimlerin evrensel bir temayül olarak sosyal bilimler üzerinden de tezahür ettiği açıkça görülebilmektedir.

Nef, sanayileşmenin kültürel temellerini bir noktada kemmiyet üzerinden izah ederken, aslında konumuz açısından önemli bir referans kaynağı olmuştur. Zira kemmiyete verilen önem ve kemiyet üzerinden dakikleşme bugün son haliyle daha da derinlik kazanmış ve bu dijitalleşmenin kognitif boyutuna dair önemli ipuçlarını işaret etmektedir. Bununla beraber dijitalleşme olgusunun izahında Nef’in (1980: 76-81) aynı eserinde geliştirdiği bir başka kavram da önemli ölçüde izaha değer görünmektedir. Marsist görüş kapitalist toplumu üretim araçlarıyla açıklarken, Nef üretim araçlarının ortaya çıkışını Batının kendi kültürel halesinde

gelişen ve bir zihniyete tekabül eden “icatçı zeka” kavramı ile açıklamaya çalışır. Zira Batı rönesans ve reform gibi dinamik süreçlerin süzgecinden geçerek yeni bir zihin dünyası kazanarak üretim araçlarının icadını da bu zihinsel sürecin mahsulü olarak görmüştür.

Bu arada zihin, kognitif ve zihniyet gibi kavramlardan çokça bahsedildiğinden zihniyetin kavramsal mahiyeti de açıklanmaya değerdir. Kognitif boyut bir bakıma kendi dilimizde zihniyet kavramına tekabül etmektedir. Her kültür belli bir zihniyet kabilinde teşekkül ederek maddileşmiştir. Ülgener’e göre zihniyet, asrın telakkisi, etos ve kültür ile karşılaştırılabilir (Akt. Aydın, 2013:107). İnsan, toplum ve tabiat üzerine fikri bir tarz ve bunları algılama biçimi olarak tanımlayabileceğimiz zihniyet (Aydın, 2013:107), kültürün bilişsel tarafına hitap etmektedir. Zihniyet kavramının konumuzla alakasını düşündüğümüzde, modern zamanlarda insanlar, niceliğe dair bir eğilim geliştirmiş ve birey kendini kuşatan nesnelere kemmi ifadeler üzerinden algılayabileceği bir zihniyet geliştirmiştir.

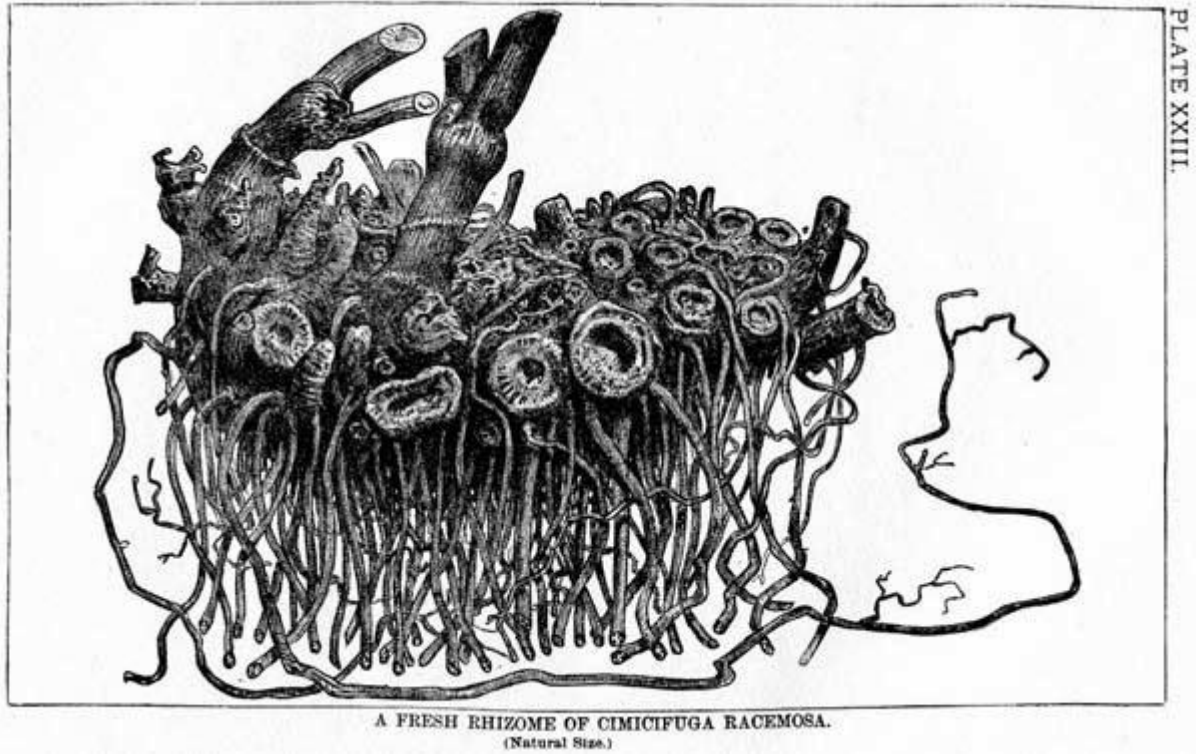
Kapitalizmin temel karakteristiğini sorgulayan Weber, onun kognitif boyutuna dair sorduğu sualleri püriten etikte bularak, kalvinist bir din anlayışına dair bir zihniyet çözümlemesi yapmıştır. Ona göre kapitalist toplumu doğuran zihniyet katolik irrasyonelliğin yerine püriten etiğin yani ona göre rasyonel bir bilincin yerleşmesiyle mümkün olmuştur (Weber, 2011). Weber, püriten etik üzerinden Batının rasyonel olduğunu iddia ederken, bunu Batı mimarisi ve müziği üzerinden örneklendirerek izah etmeye çalışmıştır. Bu hususta Batı mimarisinin ve müziğinin daha rasyonel olduğunu iddia etmiştir. Bu iddiasının hususen müzik üzerinden getirdiği temsile bakıldığında, Batı müziğinin Doğu müziğine nispeten notalarının daha matematiksel(sayısal) olduğunu savunarak iddiasını temellendirmeye çalışmıştır (Ritzer, 2011: 34). Weber’in eklen kavramlarından olan rasyonellik kavramının dahi bu nokta-i nazarla bakıldığında nicel eğilimlerle izah edildiği görülmektedir.

Bilgisayar, iki sayı tabanında çalışan matematiksel bir icattır. “sinyal yok” anlamına gelen 0 ile “sinyal var” anlamına gelen 1’in farklı kombinasyonları üzerinde bir çalışma algoritmasına sahip olan (technopat.net) ve hatta bilgisayar tabanlı programlama dillerine yüzeysel olarak bakıldığında rakamlar, fonksiyonlar vs. sayısal işlemler görülebilmektedir. Dijital kültürün maddileşmiş bir unsuru olan bilgisayarın bu çalışma mantığında da görüleceği üzere kemmi veya matematiksel olarak ifade edilmektedir. Gerek Nef gerekse Weber’in fikirlerine bakıldığında, belli bir kültürel ve toplumsal yapının ortaya çıkışında zihniyetin veya bilişsel boyutun önemli rol oynadığı sonucuna varılabilir. Bu noktada özetlemek gerekirse bilgisayarlı teknolojilerin icadından önce, özelde Batı’da genelde ise dünyada sayısal eğilimler meydana gelmiş ve bu sayısal eğilimler icatçı zeka ile birleştiğinde sayısal mantıkla çalışan bir

nesne ortaya çıkmıştır. Niceliğe müteveccih rağbet etmelerin kognitif sürece, bu kognitif sürecin bir nesnenin icat edilmesiyle nihayet bulan kısmı ise onun maddi(leşmiş) boyutuna tekabül etmektedir.

Son olarak bir hatırlatma yapmak gerekir ki, yukarıda üç boyutlu analizden bahsedilmesine rağmen, bu başlık altında dijital kültürün kognitif ve maddi boyutuna değinilmekte olup, dijital kültürün normatif yönü ise es geçilmiş gibi görünmektedir. Dijital kültürün normatif yönüne dair konu ise aşağıda, dijital uzamda zuhur eden tipolojilerin bu normların hamili olması münasebetiyle doğrudan veya dolaylı olarak tartışılacaktır.

2.Siber-uzamın Asimetrik Geometrisi: Rizomatik Bir Evren



Fotoğraf 1: Rizom Görseli (www.henriettes-herb.com)

2.1 Rizom (Köksap) Kavramına Dair

Rizom, yukarıdaki görselde de görüldüğü üzere, biyolojik olarak yumru biçimli bir köke sahip olup, gelişimi açısından düzensiz ve enine doğru büyüyen ve yeniden farklı noktalar üzerinden gelişimini idame ettiren bir bitki çeşididir (Colman, 2010: 232-233). Deleuze ve Guattari'nin eksen kavramlarından biri olan rizom, biyolojik özelliklerinden mühlhem başka evrenlere ve formatlara ilişkin kavramların izahında çokça kullanılmıştır. Kavramların başka kavramlarla ilişkili olduğu ve bir kavramın sair kavramlara gönderme yaptığı düşüncesinde olan Deleuze ve Guattari, bir kavram başka kavramlara gönderme yapar ve bu şekilde bir ilişkisellik sonsuz sayıda ağlar meydana getirir. Kavramsal çizgiler belli noktalarda kesişebilir

ve muayyen bir surette bir yoğunluk meydana getirerek bir denge oluştururlar (Yücedağ, 2017: 48). Bu noktadan hareketle denilebilir ki kavramların birbirleri arasındaki ilişkiselliği ve belirli noktalarda kesişmesi meselesi, ontolojik olarak biyolojik bir mahiyete tekabül eden bir kavramın; sosyal, siyasi, kültürel, ekonomik ve hatta matematiksel olan farklı kavramlarla kesiştiği anlaşılabilir. Zira rizom kavramı bizzat Deleuze ve Guattari tarafından birbirinden farklı fenomenlerin arasındaki ilişkiselliklerin izahında kullanılmıştır. Kapitalizm ve Şizofreni adlı eserlerinde, Deleuze ve Guattari, rizom kavramını, iktisadi düzenleri, bedenleri, savaş makinalarını, kapitalist mekanizmaları ve devleti (Deleuze & Guattari, 1993) izah etmek için bir metafor olarak kullanmışlardır. Öyle ki rizomun anlatım gücü bir şehrin yapısını izah etmek için bile kullanılmıştır. Nitekim, Deleuze ve Guattari'nin Amsterdam şehrini incelerken, şehrin sokak ve caddelerinin labirente benzer yapısından dolayı, mezkur şehri “Rizomatik Kent” tamlamasıyla ifade etmesi (Livesey, 2010: 235) kavramın açıklamadaki gücünü nazara vermektedir.

Rizom, köksap biçiminde ağaca benzeyen bir yapıya tekabül eder. Yatay ve düz olmakla beraber, Deleuze ve Guattari'nin matematiksel olarak izah ettiği üzere $(n-1)$ ölçüsüne tekabül etmektedir. Belli bir şecereye istinat etmeyen bir çokluğa tekabül etmektedir (Conley, 2010: 237). Deleuze ve Guattari'nin Kapitalizm ve Şizofreni çevirisinde Akay'ın da ifade ettiği üzere, bir ve iki diyalektiğinden sıyrılmanın çokluğu izah etmedeki kifayetsizliği gibi tekilliği izah edebilmek için evrenselliği reddetmek de yetersizdir. Burada önemli olan evrenselliğin izahıdır. Çokluk yapabilmek için toplama işleminden ziyade çıkarma işlemi gereklidir ki bu da matematiksel olarak $(n-1)$ 'e karşılık gelmektedir. Rizomatik düşünceye göre çokluk, “ $1+1+1\dots$ ” şeklinde bir çoklu bütünsellik meydana getirmeyip, birbirinden kopuk vaziyette biyolojik, siyasi ve ekonomik vs. anlamlar barındıran parçaların birbirlerinden bağımsızlığıyla alakadar bir $n-1$ 'e tekabül etmektedir (Deleuze ve Guattari içinde Akay, 1993: 10). Daha açık bir ifadeyle, rizomun teşekkül süreci “ile, ile, ile” şeklinde cereyan etmektedir. “ $1+1+1\dots$ ” şeklindeki bir oluşum dizgesi, parçaların tekil hususiyetlerinin dahili olduğu bütünün potasında eridiği homojen bir yapıya tekabül etmektedir. Aksine rizom ise parçaların tikel hususiyetlerinin vurgulandığı heterojen bir yapıya gönderme yapar (Yücedağ, 2017: 49). Yani rizom parçaların yekunundan hasil olan ve bu toplamda tikel parçaların kimliksel hususiyetlerini kaybettiği yeknesak bir oluşumdan öte, bilakis parçaların kimliksel özelliklerinin korunup meydana getirdiği çoğul bir bütünlüğe karşılık gelmektedir.

Rizomun en temel özelliklerinden biri bağlantılar ve mütemadiyen yeniden bağlantılar kurmasıdır. Rizom kendi gövdesi üzerinde, yeğün noktaları ve çizgileri karıştırmak suretiyle,

kendi hücrel parçaları arasında bağlantılar inşa eder ve bu da son kertede bir ağın meydana gelmesiyle netice bulur. Buradaki en önemli noktalardan biri ise mevcut bağlantıların sürekliliğidir. Rizom bir inşa ve çöküş halinde olabilir ve rizom herhangi bir noktada herhangi bir kopma yaşandığında, başka bir nokta üzerinden oluşumuna devam eder (Conley, 2010: 238). Buradaki temel noktalardan biri bağlantıların belli bir plana göre oluşmadığı gerçeğidir. Bazı hayvansal eylemlerde de rizomatik bağlantılar görülebilir. Örneğin bir köstebek herhangi bir yeri kazdığında bunu belli bir plan dahilinde yapmaktan ziyade o, anlık ihtiyaç duyduğu doğrultuya göre bir eylemlilik hali sergiler. Köstebegin kazma eylemi belli bir sürecin neticesinde rizomatik bir yapıya benzer bir tüneller zincirini meydana getirir (Deleuze & Guattari içinde Akay, 1993).

Rizom, geçici ve henüz belirlenmemiş yollara göre şekillenen organik veya organik olmayan parçaların kompozisyonudur. Dolayısıyla rizom, müzik, matematik, ekonomi, siyaset, bilim, sanat, ekoloji ve kozmozdaki soyut varlıkların bir eylemidir. Yani her şeyin ve herkesin, soyut ve somut varlıkların, şeyler ve sair bedenler arasındaki ilişkilerin nasıl bir çokluk olarak görülebileceğiyle alakadardır. Böyle bir düşünce tarzı, şeyler arasındaki dualistik, hiyerarşik ve belli bir parçayı odağına alan merkezîyetçi çözümlemenin karşısında bir çözümleme tarzıdır. Deleuze ve Guattari, gerçekliğin, semantik bağlantıların ve sınıflandırmaların düzenli bir seri halinde değerlendirilmesinden ziyade, bu dünyanın ve onu meydana getiren parçaların çok biçimli rizomatik işleyişle meydana gelebileceğini öne sürmüşlerdir (Colman, 2010: 233). Bu noktadan bakıldığında rizom, dünyayı ve onu oluşturan parçaların mahiyetini anlama noktasında kurgulanmış, metodolojik bir tavsiye niteliği taşımaktadır. Esasen, yukarıda da değindiğimiz üzere, “1+1+1..” şeklinde oluşan yapısal bir oluşum, “ile, ile, ile...” şeklinde cereyan eden rizomatik bir yapısal oluşumla örtüşmemektedir. Colman’ın (2010: 34) da bahis mevzusu ettiği üzere, evrimci analiz modelleri, soyaçekime dayanan sınıflandırmalar mihverinde belli bir hiyerarşiyle izah edilir. Ancak rizomatik bağlantılar, hiyerarşik bir düzene sahip değildir.

Rizomatik yapının en temel özelliklerinden biri de *merkezsiz* olmasıdır (Colman, 2010: 234). Rizom, bünyesinde yeğin parçalar barındırabilir ancak yeğlilik hususiyeti taşıyan bu parçalar toplamda bütünün üzerinde inşa ettiği bir merkez değildir. Bu yüzden rizomun belli bir yapısı, grafiği ve herhangi bir *düzenlemesi* yoktur (Conley, 2010: 236). Herhangi bir merkezden yoksun olması düzensiz olmasına sebep olmakla beraber, rizomatik oluşumu formülize edilemez bir hale getirir. Şöyle ki düzenli ve mantıklı bir surette artan veya azalan, bölünen veya çarpılan bir sayı dizisi formülize etmek mümkündür. Buradaki temel mantık, sayılar

arasındaki düzenli artış-azalış ilişkisine göre kurgulanabilmektedir. Belli bir sayı başlangıç noktası veya merkez olarak kabul edilip, toplama, çıkarma, çarpma ve bölme işlemleriyle hesaplanabilir bir mantık dizgesi, pekala oluşturulabilir. Bir kez daha ifade etmek gerekirse, matematiksel açıdan böyle hesaplanabilir bir mantık dizgesinin oluşması, bir merkeze dayanması ve hiyerarşi mesnedinde cereyan etmesiyle alakadardır. Rizom, mezkur parametreler işleyen bir makine olmadığından dolayı mezkur işlemlerle ölçülebilir olması söz konusu değildir. Bu da rizomun determinist bir oluşum olmasından öte, kendiliğindenlik ve bağlantılanma sürecinin spontane gerçekleşmesiyle de ilgili bir durumdur.

Deleuze ve Guattari'nin de belirttiği üzere; "... bu çizgiler haritasal bir iştir. Haritalarımızı oluşturduğu gibi bizi de oluşturur bu çizgiler. Çizgiler değişebilir ve bir çizgiden diğer bir çizgiye geçilebilir: köksap." (Deleuze & Guattari, 1993: 30). Bu haritalanma süreci tamamen rizomun mahiyetine ilişkin sürekli çizgiler –ki bu çizgilere bağlantı da diyebiliriz- vücuda getirmesiyle alakalı bir oluşturma. Merkezsiz, hiyerarşik olmayan, anlık ihtiyaçlara göre şekillenen bir surette oluşum halinde olan çizgiler sürekli herhangi bir noktada kesişebilir veya bu çizgiler birbirlerinden kopabilir. Bu durum nevi şahsına münhasır sürekli değişen bir harita inşa eder.

Rizomlar sürekli olarak bağlantılar kurar ve yeniden bağlantılar kurar şeklinde bir tanımlama defaatle yapıldı. Ancak buradaki ince bir nüans bizleri başka bir noktaya, rizomun başka bir hususiyetine götürür. "Yeniden bağlantı kurma" işi, bağlantılar arasındaki "kopmaları" gerektirir. Deleuze ve Guattari'nin de ifade ettiği üzere "*Bu tıpkı biyolojideki gibidir: Büyük bölünmeler hücrelerin dikatomleri, çevrelerinde nasıl göçlere, yer değiştirmelere, parçaları, yerleri konumlandırabilinen noktalarla belirlenmeyen, ama alttan geçen yeğlilik eşikleri ve orada her şeyin birbirine karıştığı miktozlarla büyük hücrelerde ve onların kesintilerinde kesişen moleküler çizgilerle belirlenen morfojenetik atılımlarla eşlik ederler. Bu aynen toplumlardaki gibidir: Katı ve kesen parçalar alttan başka bir doğaya sahip parçalar tarafından nasıl kesilmiştirler.*" (Deleuze & Guattari, 1993: 27-28). Yani daha açık bir ifadeyle, katı ve kesen parçalar başka bir doğaya sahip parçalar tarafından kesilir. Ancak rizom burada herhangi bir kopma yaşasa bile yapısal olarak yeni çizgiler üreterek oluşumunu devam ettirir.

Deleuze ve Guattari, rizomatik yapıyı şu temel prensipler üzerinden izah etmişlerdir; bağlantı, heterojenlik, çoğulluk, kopma, haritalama ve dekolomania (Livesey, 2010: 235). Mezkur iktibas hem rizomun temel parametrelerini hem de şu satırlara kadar izah etmeye çalıştığımız kısmın hülasası niteliğindedir. Rizom kavramı, şeyler arasındaki ilişkiselliğin

analizi noktasında önemli bir metodolojik yapı malzemesi olduğundan, dijital uzamın yapısal mahiyetini idrak etme noktasında da önemli bir kavramsal çerçeve sunmaktadır.

2.2. Rizomatik Bir Evren Olarak Siber-uzam¹

Rizom kavramı, şeylerin mahiyetine içkin yapılan analizlerde çokça kullanılmıştır. Yukarıdaki satırlarda da serdedildiği üzere, köstebeğin kazma edimi ile Amsterdam şehrinin mahiyeti üzerine verilen örnekler, rizomun analizler açısından ne derece işlevsel olduğunu göstermektedir. Bu başlık altındaki temel gaye ise, siber-uzamın rizomatik özellikler barındırdığı varsayımı üzerine düşünmek veya düşünmeye sevkettir. Henüz Deleuze ve Guattari, bilgisayar teknolojilerine ilişkin herhangi bir yazı, yayın yapmamasına rağmen, rizomun dijital teknolojilerle veya siber-uzamın temel karakteristikleriyle olan yakınlığı aşikar bir durumdur (Conley, 2010: 237). Rizomun temel özellikleri üzerinden, siber-uzam incelemesi yapıldığında, internetin rizomatik özelliği daha aşikar bir surette görünecektir.

Daha derli toplu bir şekilde satırları kurgulamak gerekirse rizomun temel prensiplerini maddeler halinde yazmak, konunun izahatı açısından kolaylık sağlayacaktır.

1. Rizom bir noktayı başka bir noktaya bağlar ve bağlantılanma süreci sürekli olarak devam eder.
2. Rizom birimlerden ziyade, boyutlardan müteşekkildir.
3. Rizom, yayılma ve genişleme suretinde sürekli olarak dallanıp budaklanır.
4. Rizom oluşumu açısından bir haritalanma sürecidir.
5. Rizom, merkezsiz, belli bir hiyerarşisi olmayan ve aynı zamanda heterojen bir oluşumdur (Buchanan, 2007: 9-10).

Birinci prensiple rizom arasındaki insicam aşikar bir surette görünmektedir. Zira internet bir bilgisayarı, protokoller ve sunucular üzerinden başka bir bilgisayara bağlantılamaya uygun bir şekilde programlanmıştır (Buchanan, 2007: 10). Bu bağlanma ve bağlantılanma işi, tıpkı rizomda olduğu gibi internet evreninde de farklı suretlerde, rizomun kavramsal muhtevasıyla ifade etmek gerekirse, farklı çizgiler üzerinden ve farklı çizgilerin kesişmesiyle meydana gelen farklı gerçekler üzerinden vaki olmaktadır. Sosyal medya olarak adlandırılan bu alana giren Facebook, Twitter, Instagram, Periscope ve hakeza yeni medya organları, şahısların tasarruflarıyla, birbirleriyle senkronize edilmek suretiyle birbirlerine bağlanmaktadır. Sözelimi Youtube'da olan bir video görselinin, linkler(ki bu bağlantı anlamına gelmektedir) vasıtasıyla Facebook profilleri üzerinden paylaşılır (Yücedağ, 2017: 52). Aynı evren içerisinde

¹ Siber-uzam kavramı, İlk defa Neuromancer adlı romanında William Gibson tarafından kullanılmıştır.

yer alan Facebook ve Twitter birbirlerinden farklı iki konum veya daha rizomatik deyişle farklı iki çizgi olmasına rağmen birbirleriyle aynı çizgide buluşabilmektedir. Çevrim içi bireyler Facebook deneyimi yaşarken, aynı anda farklı bir alan olan Youtube görselleriyle de hemhal olabilmektedir. Bu durum internetin rizomatik bir evren olmasından kaynaklanan imkanlar dahilinde cereyan etmekte olup rizom ile siber-uzam arasındaki en insicamlı duruma tekabül etmektedir.

Rizomun ikinci prensibi, yani birimlerden ziyade boyutlardan meydana gelen bir oluşa müteallik durumu siber-uzam ile yakından ilişkilidir. Buchanan'a göre (2007: 11) internete bağlanan çokluk ve websitelerin niceliksel miktarı bağlamında düşünüldüğünde, websitelerin bir birim olduğu anlaşılmaktadır. Oysaki rizomdaki çokluğu meydana getiren parçaların her biri bir boyuta karşılık gelir. Şahıslar, internete girdiğinde -bu şahıs miktarı çok da olsa az da olsa- bu giriş çıkışlar bütünü etkileyebilir mi? Yahut websitelerin miktarındaki milyonlarla ifade edilen bir azalış bütünü değiştirebilir ancak, 90'lardan günümüze kadar gelişen internet dünyası, websitelerin miktarındaki artışa koşut olarak cereyan etmiştir. Bu açıdan bakıldığında, websiteler için Buchanan, internet evreninin birimi olduğu görüşünü savunmaktadır. Yücedağ'a (2017: 53-54) göre ise bu durum ölçülemezlik ile alakadar bir meseledir. İnternetin mevcut dinamik yapısı ve ağların sürekli olarak kurulmasından dolayı internet kullanımının miktarı hesaplanamaz hale gelmektedir. Ayrıca çok fazla entiteyi bir araya getiren bir evren olması münasebetiyle de çoklu bir birlik meydana getirir. Bütün bu unsurlar kendi başlarında bir anlam ifade etmekle beraber birleştiklerinde internet, yahut siber-uzam gibi bir rizomatik yapıyı ihdas etmektedir.

Üçüncü prensibimize gelince, rizom sürekli bir yayılma ve genişleme halinde bir oluşa meydana gelmektedir. İnternet ekseninde düşünüldüğünde, internet kullanımının küresel çapta yayılmasından kaynaklanan bir nüfus meselesiyle alakalı olduğu görülmektedir. Özellikle Web 2.0 devriminden sonra kullanıcı tabanlı bir evren haline gelen internet bilgi üretmek, yaymak, alışveriş yapmak, havadis almak vs. gibi işlevsel özelliklerinden dolayı bir cazibe merkezi haline gelmiştir (Buchanan, 2007: 11). Esasen bu dijitalleşme diye ifade edebileceğimiz paradigmal bir cereyanla izah edilebilecek bir meseledir. Zira oluş ve bozuluş aleminde var olan her türlü şahıs ve kurumlar, internet dünyasına giriş yapmak suretiyle dijitalleşmektedir. Bugünkü anlamda pazarın yahut çarşının yerine tabir caizse, "e-" ekiyle terkip edilip gelişen dijital mekanlar meydana gelmektedir. Her şahıs ve kurum, siber boyutta şubeler açmaktadır. Başka bir örnek vermek gerekirse bugün, geleneksel medya olarak tabir edilen yayın organları, internet ortamında fiilen var olmaya yönelik çalışmalar yapmaktadır (Binark, 2007: 5).

Gündelik hayatın dijitalleşmeleri veya başka bir ifadeyle şahısların ve kurumların internet ortamında şubeler ihdas etmeleri, rizomatik bağlamda başka çizgiler meydana getirmektedir. Bu durum yeni çizgilerin türemesine ve mezkur çizgilerin kesişmesiyle daha farklı boyutta rizomatik gerçekler üretilmesinde öncü rol olmaktadır.

Dördüncü prensibe göre rizom, bir haritalanma sürecidir. Değişken ve dinamik, sınırları saptanamayan, değişmeye veya değiştirilmeye elverişli bir harita. Dahası, bu haritalanma süreci sürekli giriş çıkışlar vücuda getirir. Mevcut giriş çıkışların hangisinin hangisinden üstün veya baskın olduğunu ve hangisinin daha önemli hangisinin daha önemsiz olduğuna karar verilemez. Bu haritalanma süreci Deleuzcü düşüncede rizomatik bütünlüğün ta kendisidir. İnternet bağlamında düşünüldüğünde ise bu durum FTP, WWW, TCP/IP² protokolleri ile açıklanabilir. Mezkur protokol internetin haritasal yapısını vücuda getiren önemli unsurlardandır (Yücedağ, 2017:56). İnternete bağlanma edimi, mezkur protokoller üzerinden cereyan etmektedir, zira her kullanıcı belli bir IP adresi üzerinden web dünyasına bağlanmaktadır. Bu da belli bir trafiği vücuda getirir. Yani sürekli bağlanmalar ve kopmalar belli bir dinamizm halinde internetin haritasını meydana getirmektedir.

Rizomun oluşum vetiresi, sürekli yeni bağlantılanma işidir ancak bu rizomun inşacı yönüne matuf bir durum olması rizomu tanımlama açısından noksan bir açıklama olacaktır. Rizom bağlantılar ürettiği kadar kopmalar da üreten bir bütünlük arz eder. Rizomatik bir bütünlük olan siber-uzamda da benzer bir durum söz konusudur. Basit bir örnek vermek gerekirse, internet dağıtım şirketlerinin, müşteri temsilcileri, kullanıcıların internetle ilgili sorunlarının çözümüne yönelik faal olan bir hizmettir. Her internet kullanıcısının ampirik olarak tecrübe ettiği internet bağlantılarının kopması sorun teşkil etmekte ve müşteri temsilcileri marifetiyle kopma sorunlarına çözüm aranmaktadır. Bu kopmalara karşı yeniden bağlanmaya matuf alternatif bir örnek teşkil etmektedir. Mevzubahis örnek altyapıyla alakalı kişisel kopmalara ilişkin olsa da farklı sebeplerden ötürü kopmalar da yaşanabilmektedir. Bunun yakın zamanda yaşanan bir örneğini vermek gerekirse, yaklaşık 50 milyona yakın bir kullanıcı kitlesine sahip olan “Kickass Torrents” adlı, bir çeşit havuz sistemiyle çalışan torrent³ sitesi, telif hakları ihlali sebebiyle kapandı. Sahibinin tutuklanmasına varan bu hadisede (CNN TÜRK), 50 milyon kullanıcı, farklı kanallar üzerinden içerik indirme eylemlerini devam

² Bir sonraki başlık internetin teknolojik gelişimi ve burda zikredilen bazı teknik kavramlara ilişkin olacağından, bununla ilgili bu teknik bilgilerin eksikliği o bölümde giderilecektir.

³ Torrent popüler bir dosya paylaşım protokolüdür. Kullanıcıların bilgisayarlarında olan dosyalar, belli bir havuzda toplanarak parçalar halinde diğer kullanıcıların indirmesine imkan verir. Başka bir ifadeyle, Peer to peer(p2p) adlı, yani arada herhangi bir server olmadan farklı iki kişisel bilgisayar arasındaki veri aktarma işini yapan bir sistem vasıtasıyla işleyen bir sistemdir (Okumuşoğlu, Bayraktar, & Küpçü, 2017, s. 1).

ettirmektedir. Bu örneklerden yola çıkarak denilebilir ki, tıpkı rizom gibi internet rizomu da mevcut kopmalara yönelik alternatif bağlantılar üretmektedir.

Son olarak, beşinci prensibimize göre rizom, hiyerarşik olmayan, merkezsiz ve heterojen özellikler barındırmaktadır. İnternet her şeyden önce heterojen bir bütünlük arz etmektedir. Yücedağ'ın (2017: 53) verdiği bir misal üzerinden değerlendirecek olursak, eşekarısı ve orkide birbirinden farklı mahiyetler arz eden iki gerçeklik olmasına karşın, eşekarısı orkideyi döllemek suretiyle ortak bir edimde birleşirler. İkisi farklı bir gerçeklik ekseninde buluşur. Farklı iki kullanıcı veya bilgisayarlar, farklı gerçeklikleri temsil etseler de ikisinin buluştuğu çizgide ayrı bir gerçekliğin peyda etmektedir. Farklı platformlar ve bilgisayarlar üzerinden husule gelen bu gerçeklik başkalaşmalar meydana getirir nihayetinde heterojenite esasına isnat eden rizomatik bir ağ meydana gelir.

Bununla beraber internet merkezsiz bir özellik taşımaktadır. Hiçbir kurum tarafından denetlenmez yahut daha farklı bir deyişle içerikler kullanıcılar tarafından üretilir ve bu durum, içeriklerin tek bir merkezden çıkmamasından dolayı merkezsiz bir yapıya tekabül etmektedir. Bu durum aynı zamanda hiyerarşiyi de ortadan kaldırmaktadır. Çevrim içi bireylerin biri diğerine üstün değildir. Heterojen yapısı da bu merkezsizliği tetikleyen önemli bir parametre olarak görülebilir. Belli bir hiyerarşinin olması, kuşkusuz belli bir homojenliği gerektirmektedir. Parçalar bütünü oluşturarak ortak bir yapısal kimlik meydana getirir. Ancak homojen yapılarda, parçalar bütün ile anlamlı olduğundan, yani parça bütüne dahil olduğunda kimliğini kaybedip bütünde bir anlam kazandığından dolayı bu durum belli bir merkez etrafında oluş arz etmektedir. Ancak heterojen yapılarda bu durum söz konusu değildir. Her parça kendi özsel anlamını muhafaza ederek farklı bir bütünlüğe sebep olmaktadır. İnternetin bu noktalardaki özellikleri hiyerarşiyi ortadan kaldırır. Ancak Buchanan bu noktada “Pagerank” adı verilen websitesi derecelendirme sistemiyle konuya farklı yaklaşmaktadır. Websitelere girişlerin miktarı, sitelerin popülaritesini tayin eden önemli bir ölçektir. Google gibi websitelerin “pagerank”ı, kullanım miktarına paralel bir surette yüksek bir irtifaya sahiptir. Bu da internet alanında belli bir hiyerarşinin oluşturulduğuna dair bir görüş serdetmektedir (Buchanan, 2007: 13). Ancak yukarıda hiyerarşik değildir dememizden kastımız biraz da merkezsiz ve kullanıcı tabanlı olmasıyla izah edildiğinde anlamını bulmaktadır. Google “pagerank” itibariyle yüksek irtifada seyredebilir ancak bugün farklı arama motorları da Google ile aynı işlevi ifa eden Yandex gibi farklı alternatifler de bulunmaktadır. Alternatiflerin olması ve alternatiflerin de önemli ölçüde işlevsel olması, rizomatik bağlantılarla mevcudiyet gösteren internetin hiyerarşik olmayan ve merkezsiz yapısını destekler mahiyettedir.

2.3. Rizomatik Bir Para Birimi Olarak Bitcoin

Son zamanların dünya gündemini oldukça meşgul eden, tabandan tavana neredeyse bütün sosyoekonomik katmanların dikkatlerini celbeden, meşruluğuna yahut gayrimeşruluğuna dair tartışmaların halihazırda cereyan ettiği sanal bir para birimi olarak bitcoin, özellikleri itibariyle rizomatik özellikler taşıdığı görülmektedir. Bu haliyle bitcoin, hem birinci bölümde tartışmayı uygun gördüğümüz dijital kültürün yapısının ve zihniyetinin tezahürlerini taşıyan bir turnusal kağıdı olarak anlaşılmakta hem de siber-uzamın temel karakteristiklerine dair önemli ipuçları vermektedir. Burada Bitcoin'e dair olumlu ya da olumsuz bir inceleme yapmaktan öte tamamen Bitcoin'in mahiyetine ilişkin özelliklerin konumuzla alakalı olan kısmı sorgulanmaya çalışılacaktır.

Bitcoin ilk olarak, muhtemelen takma ad olan "Satoshi Nakamoto" adlı kim olduğu bilinmeyen anonim bir şahıs tarafından "Bitcoin: A Peer-to-peer Electronic Cash System" adlı makaleyle duyuruldu. Bitcoin'in ortaya çıkışı bu makaleyle başladığında, birçok malumata göre bu para biriminin, mezkur şahıs tarafından geliştirildiğine dair çıkarımlar yapılmaktadır. Nitekim Nakamoto'nun, Bitcoin'in nasıl bir para olduğu ve transferlerin hangi algoritmik işlemler dahilinde yapıldığına dair bilgiler veren makalesi, söylentileri destekler niteliktedir. Ancak burada konumuz açısından önemli olan, kimin veya kimler tarafından icat edildiği yahut meşruiyetine dair tartışma yapmaktan ziyade, Bitcoin'in siber-uzamı açıklayan yönüyle ilgilidir.

Nakamoto, Bitcoin'i "arada herhangi bir finansal kurum olmaksızın, taraflar arasında doğrudan ve bire bir (peer-to-peer) ödemeler yapmayı mümkün kılan elektronik bir para birimi" (Nakamoto, 2018) olarak tanımlamıştır. İlgili makalesinde Nakamoto, her ne kadar transfer aşamasındaki işlemlerin karmaşık algoritmaları üzerine makaleyi kurgulamış olsa da burada konumuz açısından önemli olan "bire bir", "doğrudan" ve "aracısız" gibi nüanslar, siber-uzamın rizomatik özelliğiyle benzer olduğunu göstermektedir. Özellikle eşler arası anlamına gelen "peer-to-peer" özelliği, Bitcoin'e herhangi bir merkez tarafından yönetilemez olma özelliğini verir. Kişilerin Bitcoin transferi için, açık kaynak kodlu ve herkes tarafından geliştirilebilen bir yazılım indirmeleri gerekir. Kullanıcılar bu yazılım üzerinden mal ve hizmetlerini Bitcoin birimi üzerinden, herhangi bir finansal otoriteye bağlı olmaksızın doğrudan gerçekleştirebilmektedir (Bozkurt Yüksel, 2015: 200). Rizomun belli bir hiyerarşiye ve merkeziyete dayanmaması ve siber-uzamın da benzer özellikte yapısal bir oluşum içerisinde olduğu gerçeği, yine siber-uzamın üretmiş olduğu sanal para biriminde de ortak paydayı paylaştığı görülmektedir.

Rizomun diğerk bazı özellikleriyle Bitcoin arasındaki özellikler arasındaki korelasyon sorgulandığında da anlaşılan o ki başka benzerlikler de söz konusudur. Fizik-alemdede var olan para birimleri, belli bir ulusun damgasını taşıyor iken, Bitcoin ulusötesi bir para birimidir. Nitekim Dolardan bahsedildiğinde akıllara gelen ABD, Liradan bahsedildiğinde Türkiye, Sterlinden bahsedildiğinde ise akıllara İngiltere gelmektedir. Bu durumun kuşkusuz, paranın ulusal bir sembol olduğuna işaret eden bir anlamı haizdir. Her ne kadar Dolar gibi bir para birimi küresel bir sembol haline gelmiş olsa da son kertede bir ulusa dayanmaktadır. Bitcoin ise tıpkı internet gibi ulusötesi ve küresel özelliklere sahip olmakla beraber diğerk para birimlerinden farklı bir özellik barındırmaktadır.

Bitcoin'in ulusötesi olması ve eşlerarası aktarımlar üzerinden kendini gerçekleştirilmesi, taraflar arasında herhangi bir hiyerarşik durum meydana getirmemektedir. Ancak nesne-nesne ilişkisinde rizomdan farklı olarak bir hiyerarşiye sahip olduğu söylenebilir. Rizomun hiyerarşik bir yapı olmadığı bir kez daha hatırlandığında, Bitcoin için bu noktada rizomatik bir özellik göstermediğini söylemek mümkündür. Normal şartlarda paralar arası değerlerin derecelendirmesi durumu, aynıyla Bitcoin için de geçerlidir. Nitekim an itibariyle 1 Bitcoin 30 bin küsür liraya tekabül etmekte olup, nesne-nesne korelasyonunda belli bir hiyerarşik düzlemde değerlendirilmektedir.

Rizomun heterojenite prensibiyle, Bitcoin meselesi düşünüldüğünde bir muğlaklık olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim rizom bir yapıya tekabül ederken, Bitcoin daha çok bir unsur olarak izah edilebilir. Yani Bitcoin homojen midir? tarzında bir sorunun cevabı ya anlamsız görünmekte ya da buna herhangi bir cevabın verilmesi oldukça zordur.

Son kertede, Bitcoin ile rizomatik prensipler arasındaki uygunluk ve uygunsuzluklar olduğu görülse de Bitcoin'in dijital bir para birimi olması ve belli bir merkezden yoksun olması gibi özellikleri sebebiyle, onun rizomatik bir para birimi olduğunu iddia etmek abesle iştigal etmez. En azından denilebilir ki Bitcoin, tıpkı rizom gibi kendini bağlantılar üzerinden inşa etmektedir. Bağlantılanma prensibi burada en temel ortak nokta iken, Bitcoin'e rizomatik para birimi dememizin altında yatan en temel özelliği ise belli bir merkezden yoksun olmasından kaynaklanmaktadır.

3.Siber-uzamda Zaman ve Mekan

İnsan zaman ve mekanla sınırlıdır ve dolayısıyla insan, zaman ve mekan ile anlamını bulur. O halde yaşayan bir özne olarak insan, toplumsal yönüyle de birey olarak, müteallik olduğu her türlü yapı, kurum, olay ve olgular, zaman ve mekan değişkenlerinden ayrı tutulamaz.

Mevzubahis değişkenler aynı zamanda yapıların mahiyetine ilişkin donelere işaret ederek bir takım yapısal karakteristiklerin daha güçlü anlaşılması konusunda yardımcı amiller oluverirler. Okumuş'un (2010: 122-123) da ifade ettiği üzere zaman, tarifi yapılamayan ancak insanın varoluşsal mahiyetine içkin süreçleri, dinamizmi, durağanlığı, olayları, etkileşimleri, hayatı ve davranışları ifade eder. Yine ona göre, insan davranışları ve insanın dahil olan olayların anlaşılması, insanın zamansallığı göz önünde bulundurulduğunda kavranabilir. Ayrıca zaman kavramı, neredeyse bütün sosyolojik müktesebatta, gerek sosyolojik birikimin başat mümesilleri gerekse de bu temsilcilerin halefleri-selefleri tarafından sosyolojik analizin merkezine oturtulmuş anahtar kavramlardır.

Zaman ve mekan sosyolojik perspektif için bu derece başat bir rol mesabesinde iken dijital kültürü veya başka bir ifadeyle dijitalleşmiş toplum yapısını, zaman ve mekan parametreleri üzerinden çözümlenmek bir zaruret neticesidir. Ancak bunun için zaman ve mekanın kavramsal mahiyetine ilişkin bir dizi açıklama yapmak konuyu daha müessir anlaşılır kılacaktır. Dahası, bu başlık altındaki temel amaç, sosyal olguların zamansallığı çerçevesinde, olaydan olaya olgudan olguya değişiklik arz eden zaman algılarını dijital uzam üzerinden bir değerlendirmesini yapmaktır. Çevrim içi aktörlerin dijital uzamda zamanı nasıl tecrübe ettikleri ve nasıl bir mekânsal halenin efsununa kapıldıkları soruları temel merakımızı teşkil etmektedir.

Mekan bir nesnenin kapladığı yer, uzay anlamına gelmekle beraber, Arapça'da "olmak" anlamına gelen "kevn" mastarından türetilmiştir. Ancak gündelik dilde kişilerin veya nesnelerin konumlandığı yer manasına gelmektedir (Kutluer, 2003: 550). Olmak anlamındaki mastarın mekan anlamı verecek surette bir anlam kazanması mekan kavramının, varlığın ontolojik mahiyetine ilişkin yönünü nazara vermektedir. Nitekim olmak eylemi, varlığın dinamik ve statik yönüyle alakadardır. Mekan ise olan şeyin varlık sahasındaki cereyanlarına tekabül etmektedir. Giddens'a göre (2005: 375) zaman toplumsal değişim ile özdeşleştirilir. Buradan hareketle denilebilir ki mekan ise toplumsal değişimin cereyan ettiği yer olması münasebetiyle değişimin veya yapının statik tarafını gösteren bir ayna gibidir. Yani bir bakıma mekan da tıpkı zaman gibi sosyolojik analizin nesnesi durumundadır.

Mekan aynı zamanda sosyal olayların ve olguların kavranmasında iki çeşit rol oynamaktadır. Bunlardan ilki, insanın, birey topluluklarının ve hatta en genelde toplumun belli bir coğrafya üzerinde yaşama zaruretinden doğan çevre-mekan, diğeri ise insanların yaşadığı çevreye veya mekana kendinden bir şeyler zerkettiği yani anlam yüklediği gerçeği ile alakadardır (Okumuş, 2010: 154-155). Mekana dair bu iki rol İbn Haldun'un İlm-i Umranında da bahsedilmektedir. Nitekim İbn Haldun Mukaddime adlı eserinde "mutedil olan ve olmayan

iklimler, havanın insanların renklerine ve daha başka hallerine olan tesiri” (İbn Haldun, 2013: 259) başlığı altında, insan ve mekan (coğrafi) ilişkisini Umran ilminin temel parametresi halinde işlemiştir.

Mekanlar değer yüklüdür. Bu zaviyeden bakıldığında, mekanlar belli bir dünya görüşünü ve hayat tarzlarını yansıtmaktadır. Mekanların hayat tarzlarını ve dünya görüşlerini yansıtmaları, akıllara mekan ile kimlik ilişkisini getirmektedir. Mekan’ın kültürel ve toplumsal oluşu, bireyler üzerinde de etkiler bırakır. Bireyin kimliksel bir unsuru haline gelir. Birey mekanlara karşı aidiyet duyguları geliştirir ve zamanla o mekan üzerinden tanımlanır (Alver, 2010: 20-21). Daha önceki başlıklarda da tartıştığımız üzere, dijital uzam da ontolojik olarak mekanlar üretmektedir ancak bu oluş ve bozulmuş alemler olan fizik evrendeki gibi somut bir mekana tekabül etmemektedir. Siber uzam kendi gerçekliğine uygun sanal mekanlar inşa etmektedir. Ki bu mekanlar da belli işlevlere uygun bir biçimde, yapısal olarak düşünüldüğünde, imkanlarına uygun toplumsallıkları üretmektedirler. Nitekim Lefebvre’den de anlaşılacağı üzere, mekanlar sadece fizik alemde vücuda gelen bir anlama tekabül etmemektedir. Ona göre üç tür mekan vardır ve bunlar; algılanan/fiziksel mekan, zihindeki soyut mekan ve yaşanan mekan olarak katmanlara ayrılmıştır (Akt. Birekul, 2015: 101).

Lefebvre’nin mekan üçlemesi esasen bilişim teknolojilerinin ihdas ettiği zaman ve mekan parametreleri üzerinde önemli ipuçlar barındırmaktadır. En temel anlamda mekan denildiğinde, zihinde tahayyül edilebilen fiziksel olarak algılanan mekanlar akıllara gelmektedir. Ancak Lefebvre’nin soyut mekan olarak ifade ettiği kısmın ”sanal” denilen uzamla daha yakın bir alakası var gibi görünmektedir. Nitekim sanal kelimesinin anlamı TDK’ya göre “gerçekte yeri olmayıp zihinde tasarlanan, mevhum, farazi, tahmini” (TDK) şeklinde tanımlanmıştır. Sanal’ın motamot çevirisiyle Lefebvre’nin sanal mekan diye ifade ettiği kavram arasında nasıl bir ilişki vardır? Konuya bu zaviyeden bakıldığında mekan sadece fiziksel oluşum olarak değil, farklı türden mekansallaşmalar ve mekânsal ilişkilendirme süreçlerinin olduğu anlaşılmaktadır. Urry mekanı salt nesnelere inşa ettiği bir indirgemecilik olduğunu iddia etmenin yanlış olduğunu ifade etmiştir. Dolayısıyla mekan salt fiziksel araçlarla değil toplumsal ilişki örüntüleriyle anlamlandırılan bir şeydir (Birekul, 2015: 101). Dolayısıyla denilebilir ki sanal mekan olarak ifade etmek istediğimiz siber uzam, soyut olarak inşa edilip, farklı ilişkisel örüntüleri inşa eden, yahut inşa edilen bir uzam olarak da görülebilir.

Zamana ve mekana dair neredeyse bütün felsefi ve sosyolojik birikimin ustaları fikirlerini serdetmişlerdir. Bu başlık altındaki temel gayemiz, zaman ve mekan parametrelerinin dijital uzamdaki mahiyetini anlamaktır. Nitekim bu hususta, Harvey’in “zaman ve mekan

sıkışması” adlı kavramı dijital uzamın zamansal ve mekânsal mahiyetini anlama noktasında önemli bir iktibas olacaktır. Harvey’in zaman-mekan sıkışması kavramı konumuzun anlaşılması açısından oldukça önemlidir. 1500-1840 yılları arasında yelkenli gemilerin ve atlı arabaların vasati hızı 16 km/sa; 1850-1930 yılları arasında buharlı gemi 50 km/sa, buharlı lokomotif 100 km/sa, 1950’den sonra pervaneli uçakların ortalama hızı 160-640 km/sa, 60lı yıllardan sonra ise bir jet yolcu uçağının hızı 800-1100 km/s’dir (Harvey, 2012: 271). Bütün bu verilere bakıldığında zaman içerisinde teknolojinin gelişimiyle beraber ulaşımın geldiği nokta, mekanlar arası mesafenin zamansal anlamda ne derece kısaldığı aşikar bir surette görülebilmektedir. Ulaşımındaki kolaylıklar ve iletişim teknolojilerindeki bu gelişmeler zamansal açıdan bir daralma mekânsal açıdan ise mesafeler arasındaki bir kısalmaya işaret etmektedir. Harvey zaman-mekan sıkışmasından kastettiği anlamı şu ifadelerle özetlemiştir.

“mekan ve zamanın nesnel niteliklerinde öylesine devrimci gelişmeler olur ki, dünyayı görüş tarzımızı, bazen çok köklü biçimlerde değiştirmek zorunda kalırız. “Sıkışma” terimini kullanıyorum, çünkü bir yandan kapitalizmin tarihine hayatın hızının akışının artışı damga vururken, bir yandan da mekânsal engellerin dünya sanki üzerimize çökecekmişçesine aşıldığını sağlam biçimde iddia etmenin mümkün olduğunu düşünüyorum. Mekanı katetmenin aldığı zaman ve bu gerçeği olağan olarak gösterim tarzımız sözünü ettiğim türden olayların yararlı bir göstergesidir. İki tanıdık gündelik imgeye başvurarak söyleyecek olursak, mekan telekomünikasyonun yarattığı bir “küresel köy”e ve ekonomik ve ekolojik karşılıklı bağımlılıklardan örülmüş bir “uzay gemisi dünya”ya doğru küçüldükçe ve zaman ufukumuz sonunda içinde bulunduğumuz andan başka bir şey kalmamacasına kısaldıkça(şizofrenin dünyası), mekânsal ve zamansal dünyamızın sıkışması duygusunun hakimiyetiyle başa çıkma zorunluluğuyla karşı karşıya kalırız.” (Harvey, 2012: 270).

Harvey’in zaman ve mekan sıkışması kavramı konumuz açısından önemli bir noktaya işaret etmektedir. Mekansal mesafeyi daraltan zamansal kısalma dijital ortamda nihai şeklini almıştır. Yukarıdaki mezkur aletlerin zaman noktasında mesafeleri kısaltması bilgisayarlı teknolojiler çağında bir üst boyuta erişmiştir. Fiziken bir yerden bir yere anlık ulaşmanın halihazırda mümkün olmadığını bir kenara bırakırsak, herhangi bir içeriğin bir yerden bir yere aktarılması 1 saniyeden daha kısa bir süre içerisinde gerçekleşmektedir. Bu durumun zaman ve mekan daralmasından öte, en azından bilginin aktarımı hususunda zamanı ve mekanı ortadan kaldıran bir etkinlik halinde vaki olması, zaman ve mekan daralmasının hangi boyuta eriştiğini göstermektedir.

Harvey’in zaman-mekan sıkışması daha küçük bir dünyayı mümkün kılar ki bu dünyada küreselleşme, değişimin başlıca bir saiki olarak kapitalist fonksiyonların kuralı haline gelir. Telefon, telgraf, bilgisayar, e-maillerin kullanılmasıyla birlikte iletişim teknolojilerinin gelişimi

ve ulaşımdaki kolaylıklar ile beraber, dünya evrensel olarak daha homojen bir zaman akışı kazanır (İnce, 2014: 16). Dünyanın bahsi geçen gelişmelerin projeksiyonunda zamanın akışındaki ve mekânsal mesafelerin kısalmasındaki temel saik nedir tarzında bir soru sorulduğunda akla gelen ilk şey hız olacaktır. Bu soru yukarıda Harvey'den iktibas geçtiğim "hayatın hızının artışı" tamlamasında anlamını bulmaktadır. Halihazırda, akıllı telefonlarda en çok kullanılan mesajlaşma uygulamaları zamanı ve mekanı daraltan hız olgusunu temsil etme noktasında mühim bir örnektir. şÖyle ki herhangi bir telefonun mesaj gönderme fonksiyonu ile en çok kullanılan mesajlaşma uygulaması olan Whatsapp arasındaki farkı sathi bir nazarla incelediğimizde, en temel farkın birinin diğerinden daha hızlı veya daha pratik olduğu görülecektir. Whatsapp uygulaması, kullanıcılarına iletilerini anlık gönderme imkanını vererek çevrim içi bireylerin eşzamanlı iletişimlerine imkan vermektedir. Öte yandan herhangi bir telefonun mesaj gönderme hızı Whatsapp uygulamasına nispeten daha yavaştır. Arada saniyelerle ifade edebileceğimiz çok küçük bir zaman farkı olmasına rağmen kullanıcılar daha hızlı ve dolayısıyla daha pratik olanı tercih etmektedirler.

Yukarıda zikredilen mesajlaşma uygulamalarının mukayeseli örneği, mekânsal açıdan değerlendirildiğinde de dijital uzamın mekânsal boyutu bir veheden daha anlaşılır olacaktır. Fizik alemde herhangi iki bireyin sohbet edebilmesi için aynı mekânsal ortamda bir birlikteliğinin zarureti vardır. Ancak dijital uzam mekânsal mesafeleri ortadan kaldırarak gerçek kişilerin sanal olarak etkileşmelerine imkan verebilmektedir. Mekanların sosyal olay ve olguların vaki olduğu ontolojik sahalara olduğunu vurgulayarak, dijital uzamda mekan sanal olarak var olup sanal olarak bir iletişimi mümkün kılmaktadır.

Sanal mekan ve fiziksel mekan arasında belirgin bir fark, sanallık gerçeklik arasındaki temel farkla aynı minvaldedir. Fiziksel mekandaki birliktelikler bedeni bir birlikteliği iktiza ederken, dijital uzamda sanal bir mekanda bulunmak ise bedeni bir birliktelik gerektirmez. Bu yüzden burada ilişkilerin mekânsal olarak farklı şekillerde veya mahiyetlerde cereyan ettiğini iddia etmek abesle iştigal etmeyecektir. Bu durum bizi doğal olarak yüz yüze ilişkiler meselesini irdelemeye sevk etmektedir. Giddens'in (2005: 382-383) da ifade ettiği üzere, yüz yüze ilişkiler ile fiziksel olarak mekanda bulunmayanlar arasındaki etkileşim arasındaki farklılıklar, zaman ve mekan parametrelerinin değişkenliğini ayrıca göstermektedir. Giddens, yazının icadıyla beraber iletişim etkinliklerinin değiştiğini öne sürmüştür. Yazının icadından önce grup içi ve gruplar arası etkileşimler yüz yüze vaki olurken, yazının icadıyla bu durum zamanda ve mekanda genişleyerek etkileşimin doğasını değiştirmiştir. Yazı yüz yüze ilişkinin mekanda bulunma zaruretini ortadan kaldırmıştır. Ancak bu durum bir süreç gerektirmesi

münasebetiyle zamanda; mesafeler arasında cereyan etmesi sebebiyle de mekânda bir değişikliğe sebebiyet vermiştir. Mektup yazıldığı andan itibaren, taşıyıcısı vasıtasıyla gönderilene ulaştığındaki zamanı düşündüğümüzde bu durum, zamansal anlamda mesafenin ne derece geniş olduğunu anlaşılır kılmaktadır. Bununla beraber mektup, zamanda olduğu kadar mekanda da bir genişlemeye sebebiyet vermiştir. Günümüz modern teknolojilerinde, telefon ve televizyon gibi aygıtlar yüz yüze iletişimi tekrar mümkün kılarsa da, bu durum zamansal mesafeyi ve mekânsal uzaklığı hesaba katma zarureti ortadan kaldırmıştır. Giddens yazının icadıyla beraber zamansal ve mekânsal mesafenin genişlediğinden bahsederken bu durumun iletişim teknolojilerinin gelişimiyle beraber değiştiğini belirleterek, esasen Harvey'in zaman-mekan daralması kavramında kastettiği anlamla aynı doğrultuda olduğu anlaşılmaktadır. Dahası, mektupla iletişim dönemleri, mekanda bulunma zarureti ortadan kaldırmakla beraber yüz yüze iletişim zarureti de ortadan kaldırdığını bir kez daha hatırlarsak, modern teknolojilerde bu durumun değiştiği sarıh bir şekilde görülebilmektedir. Zira aynı zamanda ve mekanda bulunma zarureti olmamakla beraber, yüz yüze iletişim dijital uzamda mümkün olması münasebetiyle de siber uzamın imkanları bir de bu noktadan anlaşılabilir.

Siber-uzamda zaman ve mekan parametresi, teknolojik imkanlar dahilinde, eşzamanlılık ve eşzamansızlık çerçevesinde de farklılık arz etmektedir. İnternet kaynaklı medya olarak tanımlayabileceğimiz yeni medya, televizyon ve radyo gibi aletler üzerinden cereyan eden geleneksel medyadan farklı olarak kullanıcılarına hem eşzamanlı hem de eşzamansız iletişim imkanını vermektedir. Eşzamansız iletişimde, geleneksel medyadakine benzer şekilde, kullanıcılar farklı zaman dilimlerinde etkileşime geçebilmektedirler. Eşzamanlı iletişim ise internetin imkanları dahilinde farklı mekanlarda bulunan kullanıcıların aynı zaman dilimi içerisinde iletişim halinde olmasına imkan vermektedir (Gülner'dan akt. Karadaş, 2015: 335). Eşzamanlılık ve sanal anlamda mekânsal birliktelikler dijital oyunlarda daha belirgin surette görülebilmektedir. Tür bakımında mebzul miktarda olmakla beraber, dijital oyunlar, oyuncularına aynı zamanda aynı sanal mekânsal alanda, eşanlı ve eşzamanlı olarak bulunma fırsatı vermektedir. MMOPRG (Massive Multiplayer Online Role-playing Game [devasa online oyunlar]) olarak isimlendirilen çevrim içi (online) oyunlar, oyuncuların fiziken hazır buldukları zamana eş olarak aynı sanal mekânsal uzamda beraber olabilmelerini mümkün kılmaktadır (Binark, 2007: 28).

Castells de zaman ve mekan meselesini sosyo-teknik bağlamda inceleyerek, konumuzun anlaşılması açısından önemli bir referans kaynağıdır. Kendi deyimiyle “zaman rejimindeki” değişimlerin gelişen teknoloji ile bağlantısını analiz etmeye çalışmıştır (Castells, 2013: 572).

Castells, iletişim teknolojileriyle beraber gelişen yeni kültürde zaman, başı, sonu ve herhangi bir sırası olmayan yeni bir zamansal kolaj meydana getirmiştir. Multimedya araçlarının hipertext (siteler arası köprü sistemi) kültürü tayin eden önemli bir faktör olarak temayüz etmiştir. Bugün bakıldığında, eğitim, eğlence, haberler ve reklamlar geçiciliği uygun bir şekilde organize ederek doğrusal anlamda zamansal sıralamayı ortadan kaldırırlar. Castells, ansiklopedilerin insan bilgisini alfabetik sıraya göre düzenleyerek bir bilgi havzası olarak internetin bilgiyi, anlık olarak bireylerin ihtiyacına, algılarına, güdülerine göre düzenlediğini ifade eder. Bu şekilde, olayların anlamlı sıralaması ve kronolojik ritmi ortadan kaybolur. Bu aynı zamanda hem bir ebedilik hem de bir geçicilik hali meydana getirir. Geçici olması durumunu, her düzenleme ve sıralamanın istenilen bağlama ve amaca bağlı olmasıyla ve ebedi oluşunu ise bütün bir kültürel ifadeler setinde ileri-geri gidilmesiyle açıklar. Bu durum akışlar uzamını değiştiren bir çerçeve meydana getirir ki burada bütün kültürel kodlar muayyen bir düzenleme ve sıralama olmaksızın birbirine karışmıştır (Castells, 2013: 610).

Castells'in çağımızın zaman ve mekan dönüşümünü ve mahiyeti ifade ettiği şu satırlar iktibas edilmeye değerdir:

“Akışlar uzamı, olayların sıralaması bozup, onları eşzamanlı hale getirip, ebedi geçiciliği toplumda hakim kılarak zamanı çözer... Zamansız zaman, akışlar uzamına aittir; dünya çapında birçok mekanda ise çeşitli kesimlerden oluşan toplumumuzu maddi olarak yapılandıran ve yapıbozumuna uğratan zaman disiplini, biyolojik zaman ve toplumsal olarak belirlenmiş sıralanmalar geçerlidir.... Akışlar zamansız zamanı tetikler, mekanlar ise zamana bağlıdır. Son iki yüzyıl boyunca toplumumuzun ilerleme düşüncesi, tarihin hareketliliğine, tarihin, aklın öncülüğünde, üretim güçlerinin itkisiyle, yer aldıkları uzama bağlı toplumların ve kültürlerin kısıtlamalarından kurtularak önceden belirlenmiş bir akışı izleyeceğine dayanıyordu. Zamanın efendiliği, ritmikliğin kontrolü, kapitalizm ve devletçiliğin ikiz tarihsel oluşum sürecinde tamamına eren geniş bir sınaileşme ve kentleşme dalgasıyla ülkeleri sömürgeleştirdi, uzamı dönüştürdü. Oluşmak, olmayı yapılandırdı, zaman, uzama boyun eğdi.” (Castells, 2013: 615).

Özetle ifade etmek gerekirse, akışların uzamı dönüştükçe, yani zamanın belli bir doğrusal düzende cereyan etmesi değiştikçe akışlar da dönüşerek, zamansız zaman olarak ifade edilen farklı bir zamansallık vücuda gelmiştir. Castells'in (2013: 612) video klip örneği de ayrıca zamansız zaman ve akışlar uzamı kavramını özetleyen başka bir örnektir. Video klipler eşzamanlı ve eşanlı olarak meydana gelerek ebediliğe vurgu yapar. Eşzamanlı olarak izlenen video bittiğinde bu zamanın geçiciliğine denk gelse de, tekrardan klbin izlenebilir olması zamanda ileri geri gidilebileceğine işaret ederek ebediliğe vurgu yapar. Yani zamanın akışındaki doğrusallık kırılarak ebedi ve geçici karmaşık bir zaman algısı meydana getirir.

Zaman ve mekan karşısında özelde bireyin, genelde toplumun vardığı nihai nokta, belki de “yersizlik” kavramıyla izah edilebilir. Yersizlik kuşkusuz zaman ve mekan parametresinin zikredilen şekillerde değişmesiyle alakalı olsa da en nihayetinde kognitif düzeyde meydana gelen doğa anlayışına koşturuk olarak gelişmiştir denilebilir. Geleneksel dönemlerdeki doğa anlayışında, insan doğanın bir parçasıdır. Tabiata tabi olup daha çok tabiat karşısında edilgen bir konumdadır. Ancak daha sonra, F. Bacon ve R. Descartes’a dayandırabileceğimiz ve sonrasında Newton tarafından, mezkur iki şahsın fikirlerinin sentezlendiği mekanik bir doğa anlayışı gelişmeye başlamıştır. Einstein’ın kuantum fiziğiyle beraber daha muhkem hale gelen mekanik doğa anlayışı, insan ve toplum bağlamında Darwin, Marx ve Freud tarafından gelişmeye devam etmiş ve son kertede Comte ile beraber pozitivist epistemolojinin bir parçası haline gelmiştir. Mekanik doğa anlayışına göre insan, tabiattan ayrı ama tabiatı egemenliği altına almıştır. Habitat, doğa olayları tarafından şekillenen bir sistemdir ve insan zekasının sınırları dahilinde yasalara irca edilir. Organik doğa anlayışına nispeten mekanik doğa anlayışında insan, geliştirdiği imkan ve tekniklerle tabiat karşısında etkin bir konuma erişmiştir. Son 50 yılın değişim ivmesinin geçmiş dönemlere nazaran daha hızlı cereyan ettiği düşünüldüğünde, insan mekanik doğa anlayışından neşet eden imkan ve tekniklerle gittikçe daha çok “yersizlik” duygusuna kapıldığı söylenebilir. Başka bir ifadeyle imkan ve teknikleriyle insan, tabiat üzerinde gittikçe daha da artan egemenliği sayesinde (Koç, 2016: 29-30) zaman ve mekan parametreleri ters yüz olmuştur. Organik olarak belli bir ekolojide konumlanan insan, mekanik imkanlar marifetiyle sanal mekanlarda bulunabilmekte ve zaman-mekanın bilinen anlamlarının ötesinde değişmesiyle beraber bireylerde “yersizlik” duygusu peyda edebilmektedir.

Modern teknoloji ürünü birçok daha farklı uygulamalar (aplikasyonlar) ile çevrim içi bireylerin zaman ve mekan deneyimlerinin tarihi vetirede nasıl değişiklikler arz ettiği örneklendirilebilir. Ancak örnekler ne kadar ziyadeleşirse ziyadeleşsin, ezcümle siber uzamın yapısal olarak zamansal ve mekânsal tecrübelerine nasıl bir mahiyet kazandırdığı asgari müşterekte anlaşılmaktadır. Siber uzam nevi şahsına münhasır bir surette kendi zamansal ve mekânsal denklemini inşa ederek çevrim içi bireylere, o özgül tecrübeleri yaşatmaktadır.

4. Teknolojik Bağlamda İnternet’in Tarihi Seyri ve Sosyoteknolojik Sonuçları Üzerine

İnternet’in sözlükteki anlamı ağ, ağlar ağı anlamına gelmektedir. Kelimenin kendi terminolojisi içerisindeki anlamı ise “ortak bir iletişim protokolü ile birbirine birbirleriyle ilişkilendirilmiş bilgisayar ağları” veya “ağ geçitleri aracılığı ile fiziksel olarak birbirleriyle

bağlantılanmış paket anahtarlamalı ağlar” olarak tanımlanmaktadır (Sankur, 2004: 418-419). Kavramı etimolojik olarak tahlil edecek olursak, sosyal bilimler terminolojisinde de sıklıkla kullanılan ve “ara ve arası” anlamına gelen “inter” ile “ağ” anlamına gelen “net” kelimelerinin melezlenmesi neticesinde oluşmuştur. Gerek kavramsal anlamda gerekse de etimolojik anlamda kelimenin ortaya çıkışı, bilgisayarlı teknolojilerin çalışma mantığına dair ipuçları vermektedir.

Determinist açıdan değerlendirmek gerekirse, her türlü olay ve olgu bir sebebe isnat ettiği gibi internetin ortaya çıkışı da bir sebebe veya sebeplere dayanmaktadır. Casstelss’in ifade ettiği üzere (2013: 58), İnternet’in ortaya çıkışı ve gelişim serüveni, bir dizi askeri strateji, bilimsel işbirliği, teknolojik açıdan girişimler ve kültürel karşıt bir dizi yenilgilerin bileşkesinden temayüz etmiştir. Nitekim bununla beraber İnternet’in icadı duygusal açıdan bakıldığında, konjüktürel açıdan bir korkudan veya bir savunma içgüdüsünden meydana geldiği anlaşılmaktadır. Kısa adı ARPANET (Advanced Research Projects Agency) olan ABD Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Kurumu, askeri stratejik açıdan, muhtemel tehlikelere karşı savunma direncini arttıracak bir dizi projeler yürütmekteydi. 1950’lerde ilk Sputnik’in fırlatılması İnternet’in tohumlarının atılması sürecini hızlandırdı ve Rand Cooperation’da görev yapan Paul Baran, nükleer saldırılardan etkilenmeyecek bir sistem inşa etme çabasıydı. Bu sisteme göre, bir ağ teşkil edecek ve komuta kontrol merkezinden bağımsız bir şekilde hareket ederek mesajlar kendi ağı içerisinde tutarlı bir şekilde iletilip toplanabilecekti. Yaşanan bütün bu gelişmeler neticesinde İnternet’in tabir caizse ilkel bir şekilde ortaya çıkışı tahakkuk etmişti.

İlk yıllarında İnternet sadece belli başlı kurumların tekelinde olan bir sistem iken daha sonraki yıllarda, teknolojik açıdan da geliştikçe bütün insanların kullanımına açılmıştır. Bugün itibarıyla bakıldığında ise her gün milyonlarca insanın kullandığı bir sistem haline gelmiştir. Bununla beraber daha önce belli başlı bir kurumun tekelinde olan İnternet, daha sonra herhangi bir yönetenin olmadığı bir yapı haline gelmiştir (Balevi, 1995: 17). İnternet’in bu denli yaygınlaşması bir dizi teknolojik gelişmelerin neticesinde vaki olmuştur.

Bugünkü anlamda İnternet’in gelişimi ve merkezsiz bir şekilde kullanıcılarının inisiyatifini çerçevesinde kullanılması, web teknolojilerinin ortaya çıkışına dayanmaktadır. İnternet ortamında bilgiye ulaşabilmeyi temin eden hipermetin bağlantıları içeren, “World Wide Web: WWW” teknolojisi 1989 tarihinde, CERN çalışanlarından biri olan Tim Berners-Lee tarafından geliştirilmiştir. Bu teknolojiyle beraber, bilginin dünyanın neresinde olduğu önemsiz hale gelmiştir ve dahası bilgi web sayfaları aracılığıyla sözcük, cümle ve görsel

nesnelere üzerinden bağlantılanmıştır (link). Daha bilinen anlamıyla web sayfalarını mümkün kılan teknolojik alt yapıya tekabül etmektedir. Bu teknolojiye göre bilgiye veya herhangi bir içeriğe, bir link suretinde herhangi bir kelime, cümle ve görsel nesneye gömülerek ulaşılabilmektedir (Cambazoğlu, 2003: 15). 90'lı yılların başından itibaren bugüne kadarki süreçte gelişimini devam ettiren web teknolojileri, 90'lı yılların başında basit web sayfaları suretinde karşımıza çıkmıştır. Daha sonra web 1.0, web 2.0 ve nihayetinde web 3.0 şeklinde devam eden gelişim süreci bilginin yayılmasında, gerek teknik açıdan gerekse de daha karmaşık görsel sunumlar açısından gelişimine devam edegelmektedir. Hususen web teknolojilerinden sonra, İnternet daha özgür ve daha aktif katılımlı bir dünya haline gelmiştir. Web 1.0'dan itibaren, özellikle de web 2.0 ile beraber, bu siber-uzamda tabir caizse herkes kendi “sanal dükkanını” açmış bulunmaktadır (Aksu vd., 2011: 29).

ARPANET'ten Web'e geçiş bir anlık bir değişimin neticesinde husule gelmemiştir. Bu da bir dizi teknolojik gelişimin neticesinde adım adım gerçekleşmiştir. Bilginin ağlar yoluyla aktarılması, bir dizi teknik problemlerin aşılmasında yatıyordu ve bunun için belli başlı protokoller üretmek elzem görünüyordu. En azından internetin dünya çapında yayılması veya küreselleşmesi için bir dizi teknik atılımlar meydana gelmişti. Her türlü ağda kullanılabilir protokollere olan ihtiyaç, Metcalfe ve Gerard Lelann adlı kurumların, muhtelif araştırmacıları bir araya getirerek TCP ve IP protokollerini geliştirmeleriyle devam etmiştir. (Castells, 2013: 61). Bu arada, TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) “hem yerel hem de geniş alan ağları üzerinde, uçtan uca eşdüzeyle (peer-to-peer) bağlantıyı sağlayan iletişim protokolleri” (Sankur, 2004: 822) anlamına gelmekte olup genelde internetin yayılmasında özelde ise web teknolojisinin gelişmesinde önemli temel saiklerden olmuşlardır.

TCP/IP protokolleri gelişim sürecini “http” ve “html” adlı sair gelişmelerini devam ettirmiştir. HTML (Hyper Text Markup Language) “bağlantılı metin dili, web sayfalarının kolaylıkla yaratılmasına elveren programlama dili” (Sankur, 2004: 382) HTTP (Hyper Text Transfer Protocol) “ istemci ve sunucuların üstmetin belgelerinin gönderimini sağlayan uygulama protokolü” (Sankur, 2004: 379) anlamlarına gelmekte olup hususen İnternet'in ilk yıllarında salt metne dayalı internet sistemine görsel ve işitsel özelliğini veren sistemlerin temellerini teşkil etmektedirler (Castells, 2013: 65).

Bu çalışmadaki amacın dijital uzamı anlamak ve dijital uzamda üretilen toplumsallığı ve kültürelliği saptamak olduğunu bir kez daha hatırlatacak olursak, konuyu aşırı teknik kavramlardan ziyade daha toplumsallık ihtiva eden meseleler üzerinden açıklamak daha yerinde olacaktır. Ancak bir yapı haline gelerek, toplumsal olgular, fenomenler ve hatta bireyler

üzerinde derin etkileri olan dijital uzamı anlama gayretinde, teknolojik gelişmelerin imkan verdiği bir takım soyut kavramların yine maddeten tezahür eden bu teknolojik imkanlarla beraber şekillendiği gözlerden kaçmamaktadır. Esasen konunun kapsamı açısından da bu durum anlaşılır görünmektedir. Tipolojiler ekseninde tartışmayı planladığımız ikinci bölümden de anlaşılacağı üzere, dijital uzam bir yapı olarak kendi evreninde kendine münhasır özgül tipolojiler üretmesi münasebetiyle şu çıkarımda bulunmak abesle iştigal etmeyecektir. Dijital uzam varlığının ontolojik saikini internetin gelişiminden, mezkur evrendeki tipolojiler ise ontolojik temellerini dijital uzamdan almaktadırlar.

Netice itibariyle, ARPANET ile başlayan ve bir takım teknik protokollerin gelişmesiyle beraber inşa edilen web teknolojileri, internetin gelişim vetiresindeki önemli buluşlar olmuşlardır. Burada dikkat verilmesi gereken nokta, internetin bir savunma insiyakı ve korkunun neticesinde ortaya çıkmış olmasıdır. Dünyanın iki dünya savaşına sahne olmuş olması ve bir takım küresel kurumlarla kurumsallaştırılan küresel dünya sisteminin de aynı zamanda bir tezahürü olarak görülebilir. Nitekim olası nükleer saldırılara mukabil bir savunma geliştirme amacı gütmesi bu yorumu haksız çıkarmamaktadır. Web teknolojilerinin, versiyonlar halinde gelişmesiyle beraber, dünya gittikçe daha da küreselleşmiş, McLuhan'ın deyiimiyle küresel bir köy haline gelmiştir. Birbirleriyle insan olmak dışında neredeyse hiçbir ortak noktası olmayan bireyler, dijital uzamda bir araya gelip hayali cemaatler oluşturabilmektedirler (Akt. Yücedağ, 2017: 46). Dünya çapında yayılan bu denli etkileşim ise sosyolojik perspektifle bakmayı, mülahaza etmeyi zaruret haline getirmiştir. Zira özellikle, web 2.0 devriminden sonra kurulan Twitter ve Facebook gibi sosyal ağlar, teknik gelişmelerin inşa ettiği toplumsallığa işaret etmekte ve teknik gelişmelerin, hülasa suretinde dahi olsa bilmenin sosyolojik düşünce açısından önemini akıllara getirmektedir. Dahası, internet başlarda sadece belli bir kurumun erişimine açık ve tek merkezli iken, daha sonra merkezsiz ve herkesin erişimine açık, dileyen herkesin içerik ürettiği enformatik bir platform haline gelmiştir. Gerek merkezsiz olması, gerekse de daha özgür imkanlara sahip olması, değişimleri de beraberinde getirmiştir.

2. BÖLÜM: TİPOLOJİLER

1. DİJİTAL İNSAN

Denkleme yeni parametreler eklendikçe sonucun değişmesi gibi gündelik hayata giren yeni unsurlar bireysel ve toplumsal düzeyde yeni ilişkisellikler meydana getirmektedir. Başka bir deyişle, değişim ve dönüşüm farklı saiklerin marifetiyle bireyin ve toplumun kimliğini, eylemlerini, normlarını başka hallere tahvil etmektedir. Peki genel itibariyle, dijital kültür denilen halede birey, sosyalin taşıyıcısı ve tatbik edicisi olarak nasıl bir mahiyet kazanmıştır? sorusu akıllara gelmektedir. Gündelik hayatta bireyin eylemlilik hallerinin icrasında yaşam pratikleri ne şekilde yapılmaktadır? Ve dijitalite parametresi bu eylemlilik hallerini dönüştürmüş müdür? Gündelik hayatta normal olarak eyllenen davranış örüntülerinin dijital auradaki halleri nelerdir?

Ampirik olarak tecrübe edilmiştir ki bireyin gündelik hayat pratikleri dijital atmosferde gözle görülür bir surette dönüşmüştür. Geleneksel dönemde alaturka vakitler olarak taksim edilen gün, bugün bakıldığında çok daha dakik bir surette yaşanmakta ve birey telefonlar vasıtasıyla güne uyanmaktadır. Somut bir nesne olarak anahtarlar yerine dijital kumandalar, mekanlar arası iletişimde mektup yerine e-mailler ikame olmuştur. Kitap okuma edimi, kimilerince hala kağıda dokunmak suretiyle yapılırsa da büyük oranda ekrana dokunmak suretiyle de icra edilmeye başlanmıştır. Geleneksel anlamda alışveriş yapma eylemliliği düşünüldüğünde, müşteri ile meta arasındaki unsur olan esnafın yerini, e-mağazaların yani dijital ekranların aldığı görülmektedir. Timisi'nin (2005: 89) de ifade ettiği üzere, hayatımızı kuşatan şeylerin neredeyse hepsi sanal ön-ekiyle terkip edilerek yeni bir toplumsal gerçeklik meydana gelmiş ve tabir caizse paralel dünyalar meydana gelmiştir. Sanal para, sanal mekan, sanal zaman, sanal kimlik, sanal cemaat, sanal tipoloji vs. gibi terkiplerin yanı sıra herhangi bir fenomenin dijitalliğine vurgu yapan “e-“ ön-ekli, e-ticaret, e-imza, e-kimlik, e-devlet vs. birçok yeni kavram, halihazırda hayatımızı kuşatmış durumdadır. Dijitalleşme olarak ifade edebileceğimiz bu süreçte bireyin durumu, zikredilen örneklerden mülhem bir şekilde e-insan, sanal insan ifadesiyle anlamlı olmaktadır. Bireyin gündelik hayat pratiklerini değiştiren, davranış örüntülerinin eyllenme biçimlerini dönüştüren bu kültürel aurada birey tabir caizse bir “Dijital İnsan” halini almıştır. Bu başlık altında tartışılacak mesele, bir tipleştirme suretinde bireyin gündelik hayat denkleminde “dijitalleşme” parametresinin illiyeti ve meydana getirdiği yeni toplumsallığı tartışılacaktır.

Bununla beraber, Dijital İnsan tipleştirmesi için belki de söylenmesi gereken en önemli özelliklerden biri kuşkusuz, onun diğer tiplerden ya da tipleştirmelerden farklı olan dinamik

yapısıdır. Toplumsal değişimin yönü ve hızı ölçüsünde, yapı ve fail mevcut değişime doğru orantılı bir şekilde değişme kaydeder. Ancak Dijital İnsan, herhalde hamili olduğu yapıdan kaynaklanan sebeplerden dolayı, diğer tiplere göre dinamik yönü daha ağır basmaktadır. Bugün burada Dijital İnsan dediğimiz tiplene, yarın çok daha farklı boyutları havi olan farklı bir isimlendirme altında değerlendirilebilir. Örneğin Türk toplumunda baba tiplene geçmiştin günümüze rolünü ve konumunu büyük orada korumuştur. Geleneksel bir tip olarak baba tiplene değişim karşısında direnç gösterebilirken, dijital kültürel yapı içerisindeki tiplene için aynı durum söz konusu olmayabilir. O halde denilebilir ki Dijital İnsan'ı tanımlayan en önemli parametre, kuşkusuz hamili olduğu yapıdan kaynaklanan dinamizmdir.

Dijital kültüre dair alanyazını tarandığında, belirgin bir surette dijital yerli ve dijital göçmen kavramları dikkatleri çekmektedir. Kavramlar dijital insan tipleneştirmemizle ilintili olup, dijital insanın bir takım karakteristiklerine işaret etmektedir. Bilgisayarlı teknolojilerin gelişmesiyle beraber, bilgisayar kullanma pratikleri bağlamında kuşaklar arası farklılıklar meydana gelmiştir. Prensky, kuşakların internet kullanım pratiklerine göre yaptığı ayırmda dijital yerliler (digital natives), bilgisayarlı teknolojilerin yaygın olduğu 2000'ler sonrasında doğan nesildir. Öncesinde doğan ve bilgisayarlı teknolojilerle doğumundan çok sonra tanışan nesil ise dijital göçmen (digital immigrant) olarak tanımlanmıştır (Prensky, 2001). Dijital İnsan ise belli bir akran grubuna yahut herhangi bir nesle indirgenebilecek bir tipoloji değildir. O daha çok, gündelik hayatta bireyleri kuşatan dijital nesnelerin yine bireyle arasında meydana geldiği ilişkiselliği ifade etme biçimidir. Hatta öyle ki başlıklar altında hasletlerini sorguladığımız Dijital İnsan, gündelik hayatta bütün özellikleri ve karakteristiğiyle muayyen bir insana karşılık gelmemektedir. Bu durumda Dijital İnsan, dijital yerli ve dijital göçmen olabilir çünkü neticede yerli veya göçmen olsun, her birey dijital kültürün içinde yaşamaktadır. Bununla beraber, Weberyen metodolojide ideal tip olarak adlandırılan kavram, mevcut bir sosyal fenomenin olan ile olması gereken arasındaki benzerlikleri ve benzemezlikleri ortaya çıkarmaya yarayan bir ölçüm çubuğudur. Karşılaştırmalı bir analizi mümkün kılan kurgusal bir ifadedir (Coser, 2008: 206). Bahis mevzusu metodolojik anlatım biçimine göre Dijital İnsan, dijital kültürel aurada bireyi konumlandırmaya çalışacağımız bir ideal tipe karşılık gelmektedir.

1.1.Dijital İnsanın Hanesi Akıllı Evler

Dijitalleşme furyası, kamusal alanı dönüştürdüğü gibi özel alanı da dönüştürmektedir. Sanal ön-ekiyle terkip edilen mekan önceki bölümlerde tartışılmıştı ancak muayyen bir coğrafyaya ikame edilen fiziki mekanın dönüşümüne dair bir şeyler söylemenin zarureti

doğmuştur. Sanal olarak mekan bugünkü anlamda siber-uzamda mevcut iken, fiziki mekanların ne derece dijitalleşme furyasına düşer olduğu sorgulanmayı beklemektedir. Geleneksel bağlamda bir evi düşündüğümüzde, odaların işlevlerine göre taksiminden tefrişatına kadar her türlü nesne analog olarak ifade edebileceğimiz haliyle bulunmaktadır. Ancak günümüzde, teknolojinin ilerlemesiyle beraber hayatı daha pratik kılan cihazlarla, nesnelere kuşatılmış bir yaşam alanı teşekkül etmiştir.

Teknolojinin analog dönemlerine tekabül eden bir zaman diliminde, çamaşır makinasının gündelik hayata dahil olmasıyla beraber meydana gelen yeni toplumsallık konumuzun anlaşılması bağlamında dikkatleri çekebilecek bir örnektir. Çamaşır makinası icat edildikten ve yaygınlaştıktan sonra, kadının eve, yani bir başka deyişle özel alana olan bağımlılığını azaltmış ve neticede kadının kamusal alana dahlini kolaylaştırmıştır. Gittikçe eve daha az bağımlı hale gelen kadın, çalışma hayatına katılarak üretim faaliyetlerine katkı yapmıştır. Üretim kapasitesinin genişlemesi, şüphesiz ham madde ve pazar alanlarına olan ihtiyacı genişletmiştir (Akçakaya, 2017: 10-11). Örnekten anlaşılacağı üzere, hanelerdeki değişimler neden-sonuç ilişkisi bağlamında kamusal alanı da etkilemektedir. Bu analog dönemde böyle iken, günümüzde dijital insanın fizik evrenine dair, dijitallik olgusu ne derece dönüşmüştür sorusu akıllara gelmektedir. Evlerdeki dijital nesnelere hangi boyuta evrilmiştir? Bu sorunun cevabı, son dönemlerde gittikçe yaygınlaşmaya başlayan “akıllı ev teknolojileri” üzerinden değerlendirilebilir.

Belli bir otomasyon sistemi yahut akıllı telefonlar marifetiyle kontrol edilebilen evler, günümüzde ev ve iş yerlerinin iç ve dış dizaynının önemli bir parçası olmuşlardır. Akıllı ev olarak ifade edilen evler, tek bir merkezden kontrol edilebilen ve evleri daha tasarruflu, güvenli, konforlu bir hal ile hane yaşamını kolaylaştıran ev sistemleridir (İnal ve Akçayol, 2009:39). Hatta aşağıdaki görsel incelendiğinde, akıllı ev sistemlerinin iç ve dış dizaynı daha anlaşılır olmaktadır.



Fotoğraf 2: Akıllı Ev (www.mimarimedya.com)

Görsel incelendiğinde akıllı evlerin ne ve nasıl olduğuna dair soru işaretleri bir nebze izale olmaktadır. Göze çarpan en temel özelliği, sensörler vasıtasıyla tesis edilen güvenlik sistemidir. Deprem, gaz kaçağı, yangın, rüzgar, yağmur, su baskını vs. doğal afetlere karşı önlem alınan bir ev sistemi olduğu görülmektedir. Konforun ise akıllı evin diğer temel işlevi olduğu görülmektedir. Otomasyon yahut herhangi bir uygulama vasıtasıyla, perdeler açılıp kapanabilir, panjurlar hava şartlarına göre ayarlanabilir yapıdadır. Fiziki efor gerektiren birçok evsel faaliyet tek merkezden, kolaylıkla kontrol edilebilmektedir. Bir tipleştirme ve dijital kültürde bireyin hane yaşamına dair bir çözümleme şeklinde ele aldığımız dijital insanın yaşam alanı akıllı evlerdir. Akıllı ev, mekanı dijitalleşmeyle beraber dönüştüren, dijitalleşmiş fiziki/coğrafi mekana tekabül etmektedir. Akıllı evler, dijital insanın özel alanını şekillendiren praksisleri inşa etmektedir.

Akıllı evlerde göze çarpan ilk hususiyet olan güvenlik, belki de bu mekanların tercih edilme sebeplerinin başında gelmektedir. Nitekim akıllı evler ile Alver'in Siteril Hayatları birbirleriyle oldukça ilintilidir. Siteril Hayatlar yani bir başka deyişle, güvenli siteleri tercih edilme sebebi hiç kuşkusuz "güvenlik"e duyulan ihtiyaçla alakalıdır. Bu durum, Alver'in "yeni dönem" dediği, konumuz bağlamında ise dijital kültürün güvenlik kavramına ilişkin bir algısına işaret etmektedir. "Yeni dönemlerin güven anlayışı, topyekün toplumsal

güvenin tesis edilmesini değil güvenin özelleştirilmesini salık vermektedir.” (Alver, 2013: 100). İktibastan mülhem anlaşılacağı üzere, görünen o ki Dijital İnsan kendini doğal ve beşeri afetlerin cenderesinde hissetmekte ve buna mukabil Dijital İnsan, teknoloji yardımıyla özelleştirilmiş dijital güvenlik alanları inşa etmektedir. Özensel’in (2017) ifade ettiği üzere, suç insanlık tarihinden bu yana var olan ve kentleşme-sanayileşme ile beraber artan bir olgudur. Suçla mücadeleler veya suça karşı önlemler sosyal kontrol kavramı etrafında açıklanabilecek farklı tarzlarda ve şekillerde icra edilmekle beraber, günümüzde dijital insan, suça karşı tedbirlerini yine dijital teknolojiler marifetiyle almaktadır.

Güvenlikli siteler veya akıllı evler güvenlik haricinde sunduğu konfor, seçkinlik, statü ve aile yaşamına dair bir imajın tezahür ettiği bir itibar nesnesidir. Yüzme havuzu, spor salonları, parklar, ormanlık alanlar, havuzlar, oyun ve eğlence mekanları hakeza birçok imkana sahip olan bu tip yerlerde oturmanın oldukça yüksek bir maliyeti vardır. Bu tip yerlerde oturmanın meydana getirdiği bir statü, seçkinlik ve imaj (Alver, 2013:100); alan, sermaye ve sınıfsal konumun bileşkesinden hasıl olan habitusa (Bourdieu, 2017) ilişkin bir kavramdır ki bu da akıllı evlerin, *dijital insanın* habitusunu şekillendiren önemli bir noktadır. Habitusu meydana getiren alan, akıllı eve tekabül etmekte olup mezkur mekana sahip olmak ise belli bir ekonomik sermayeyi gerektirmektedir. Akıllı evlerde meydana gelen kültürün dijital aurası ise dijital insanın kültürel sermayesine tekabül etmektedir. Zira akıllı evlerin işlevsel özelliklerinden biri olan konforu temin etmek ancak belli bir maddi sermaye ile mümkün olabilmektedir.

1.2.Simülasyon Evreninde Dijital İnsan

Bireyin oluş ve bozuluş alemindeki fiziki bedeni ile onun siber-uzamdaki izdüşümleri, bizleri tipik bir şekilde gösterge-anlam düalizminde düşüncelere sevk etmektedir. Bireyi tabir caizse “e-insan” haline getiren siber-uzamdaki Twitter, Facebook, Youtube gibi mecralardaki profiller, bireyin gerçekteki temsilleri olabilir mi? Analog dönemin fotoğraf albümleri, internetle beraber dijitalleşerek Instagram gibi mecralarda sanal nesnelere dönüşmüşlerdir. Bir fotoğraf paylaşma platformu olan Instagram’da bireyler, fotoğraflarında genelde mütebessim ve mutlu halde görünmelerine rağmen aslında gerçekten mutlu mudurlar? Duygu ve düşüncelerin dijital ekrandaki ikonik ifadeleri olan emoji kullanımlarındaki ifadeler gerçeği ne derece yansıtmaktadır?

Bireylerin Facebook kullanım pratikleri üzerinde, Ersöz Günindi’nin yaptığı bir alan araştırmasında, konumuza dair dikkat çekici bulgular elde edilmiştir. Bireyler sürekli olarak, Facebook profillerini düzenlemekte, yazdıkları yazılara, paylaşılan ve beğenilen fotoğraflara

ihitimam göstermektedirler. Hassaten, bireylerin fotoğrafta nasıl göründüklerinden ziyade nasıl bir izlenim uyandırdığı daha önemlidir. Zira birey, sürekli olarak izlendiği bilincindedir. Bu haliyle birey, kişiliğine ilişkin muayyen özellikleri ön plana çıkarırken bazılarını gizlemektedir. Kişi, sürekli olarak “ben mutluyum” mesajı vermekte, gittiği yerlerdeki konumu paylaşarak sosyal olduğu izlenimi yaratmaktadır (Ersöz Günindi, 2016: 308). Bu nokta aynı zamanda Dijital İnsan’ın siber-uzamdaki benliğinin sunumuyla ilintilidir. Fotoğraf, yazı ve konum paylaşımları suretindeki göstergeler Dijital İnsan’ın kimliksel anlamı, gerçeğin nasıl bir temsilidir. Bu birey gerçekten kendini bazı noktalarda gizlemekte midir yahut siber-uzamda kendini simüle mi etmektedir. Buna dair Baudrillard’ın şu ifadeleri dikkate değerdir:

“Gizlemek (dissimuler), sahip olunan şeye sahip değilmiş gibi yapmak; simüle etmek ise sahip olunmayan şeye sahipmiş gibi yapmaktır. Birincisi bir varlığa (şu anda burada bulunmayan) diğeri ise bir yokluğa (şu anda burada bulunmamaya) göndermektedir. Ancak bu olay sanıldığından daha karmaşıktır. Çünkü simüle etmek ‘-miş’ gibi yapmak değildir. ‘Hastaymış gibi yapan kişi yatağa uzanıp bizi hasta olduğuna inandırmaya çalışır. Bir hastalığı simüle eden kişi ise kendinde bu hastalığa ait semptomlar görülen kişidir.’ ” (Baudrillard, 2017:16).

Dijital İnsan’ın kimliğine dair izdüşümler siber-uzamda, fotoğraflar, tweetler, durum paylaşımları, emojiler, konum bildirimleri vs. gibi dijital unsurlar üzerinden gerçekleşmektedir. Dijital İnsan’ın mezkur unsurlar üzerinden bir intiba meydana getirdiği düşünüldüğünde, bütün bu görüntülerin gerçeği ne derece temsil ettiği sorusu akıllara gelmekte olup, özelde ise bir simüle etme edimi mi yoksa gizlemek eylemi mi olduğuna dair paradoksal bir durum meydana gelmektedir. Baudrillard (2017: 16), simülasyonun gerçek ile sahtenin, düşsel olan ile gerçeğin arasındaki farkı yok etmeye çalıştığını ifade etmektedir. Bu noktada, Dijital İnsan’ın siber-uzamdaki izdüşümleri, yukarıda zikredilen saha araştırmasında Facebook kullanma pratikleri üzerinden de düşünüldüğünde, Dijital İnsan’a dair izlenimlerin gerçek veya sahte olduğuna dair bir çıkarımda bulunamama paradoksu meydana gelmektedir. Belki bu paradoks, Barthes’in fotoğraflar üzerinde yaptığı bir dizi semiyotik değerlendirmeyle çözülebilir. Barthes, bir poz verdiğinde yahut buna izin verdiğinde bir sahtekarlık hissine kapılmaktan bahsetmektedir. Bu poz verme edimi, onun için bir nesneye dönüşme anını temsil etmektedir. Çünkü birey fotoğraflandığını düşündüğü anda kendisi için bambaşka bir beden yaratmaktadır. Bireyin bir fotoğraf nesnesine dönüşmeden önceki tavrı, doğal ve spontanlıktan uzak yapay bir kurgu halinde gerçekleşmektedir (Barthes, 2011: 23-26).

Bireyin bir fotoğraf nesnesine yahut siber-uzamda semiyotik değere sahip herhangi bir unsura dönüşmeden önceki tavırları ve o suretlerde verilmek istenen, doğallıktan, gerçeğin

spontanlığından uzak bir görüntüdür. O halde denilebilir ki birey, yani bir ölçüde Dijital İnsan, ötekiler nezdinde siber-uzamdaki bu izdüşümler üzerinden algılanmaktadır. Dahası mezkur izdüşümlerin gerçekliği meselesi burada daha anlaşılır olmaktadır. Dijital İnsan, tasavvur ettiği bir gerçekliği mevcut göstergeler üzerinden sunmakta ve ötekiler nezdindeki kimliği ise bu göstergeler üzerinden bir gerçekliğe erişmektedir. Daha farklı bir deyişle Dijital İnsan, göstergeler vasıtasıyla sentetik bir gerçeklik inşa etmektedir. Baudrillard'ın (2017:34) simülasyon için zikrettiği modeller yani göstergeler, artık gerçeğin yerini almış ve ne gerçek ne de sahte diyebileceğimiz bir hipergerçeğe dönüşmüşlerdir. O halde denilebilir ki, fotoğraflardaki kendiliğindenlikten yoksunluk, bahsi geçen araştırmadaki öğrencilerin kendilerini mutlu ve sosyal gösterme eğilimlerinden kaynaklanan gerekçelerle; Dijital İnsan'ın siber-uzamda, kendisini gösterge ve modeller üzerinden inşa etmesi; Dijital İnsan'ı bir simülakra indirgemekte, mevcut gerçekliğini ise hipergerçekliğe tahvil etmektedir. Zira Dijital İnsan, var olan bir şeyi gizlemekten ziyade, göstergeler üzerinden mutluluk ve sosyallik semptomları yaratarak kendi kendini simüle etmektedir.

1.3.Dijital İnsan'da Anlam Erozyonu: Anlamsal Halenin Azalması

Başlıklar altında ara ara ifade ettiğimiz “dijital kültürel aura” ifadesindeki “aura” tabiri, herhangi bir nesnenin etrafındaki elektromanyetik enerji alanı (Bowers, 1989: 4) anlamına gelmekte olup, dijital kültür ile terkibi halinde ise kültürün belli bir atmosfere, belli bir enerji alanına işaret etmektedir. Bütün bireysel ve toplumsal eylemlerin oluşu, belli bir alanda belli bir sahada, mekanın veya sahanın mevcut yapısına göre şekillenmektedir. Bu da ifade edilen şeyin aurası dahilinde ve aurasına uygun bir şekilde tahakkuk etmektedir. Aura kavramı, genelde sanat ve felsefe sahasında çokça zikredilmiş olmakla beraber, özelde ise Walter Benjamin'e göre sanat eserlerinin uzamsal-zamansal açıdan kült değerinin ifadesidir (Aydoğan Bolat, 2014: 28). Sanat ve sanatın felsefi yorumlanışına dair bir anlama müteakib bir kavram olmasına rağmen, Zijderveld'in *Klişelerin Diktatörlüğü* adlı kitabında, toplumsal ve sosyolojik bir mesele olan klişeler tartışılırken metodolojik açıdan bir kavramsal çerçeve olarak kullanılmıştır. Zijderveld'in klişesi ile Benjamin'in aurası, Dijital İnsan'ın gündelik hayat pratiklerindeki anlamsal halenin anlaşılması konusunda önemlidir. Peşinen söylemek ve sonrasında temellendirmek gerekirse, siber-uzam gündelik hayata dair bazı davranışları basmakalıp bir klişeye indirgemek suretiyle eylemlerin anlamındaki aurayı, yani bizim buradaki deyimimizle haleyi azaltmaktadır.

“Mekanik ve Yeniden Üretim Çağında Sanat” adlı makalesinde Benjamin, sanayileşmeyle beraber meydana gelen sürekli yeniden üretimin sanat eserlerinin aurasını azalttığı görüşünü temellendirmiştir. Van Gogh, Vermeer ve Rembrandt gibi ustaların eserleri bir dönem, Batıda önemli sosyo-kültürel ve siyasal değişmelere sebebiyet vermiştir. Eserlerin zikredilen etkisi hiç şüphesiz aurasından kaynaklanan bir durumun neticesiydi. Ancak bugün bakıldığında, o eserlere olan rağbet ve itibarın azaldığı görülmektedir. Benjamin’e göre bu durum sanayileşmeyle beraber meydana gelen sürekli yeniden üretmek ve bu nispette yeniden tüketmek suretiyle aularalarının azalmasıyla alakalıdır. Sanayileşmeden önce, herhangi bir sanat eserinin en önemli özelliği onun “eşsiz” olmasıydı ve bu eşsizlik “mesafe” ile birleştiğinde auranın (halenin) gücü sosyo-ekonomik ve siyasal neticeleri doğuracak güçteydi. Ancak sanat eserleri, sanayileşmeyle beraber yeniden üretilerek kopya edilmek suretiyle mesafelerin ötesine bu eserleri taşımıştır. Bu durumda eserler, aurasını güçlü kılan “eşsizlik” ve “mesafe” özelliklerini kaybederek sair şahıslar üzerindeki ihsas olan estetik hazzın zedelenmesine sebebiyet vermiştir (Zijderveld, 2010: 55-69). Bu durum Zijderveld’in klişeleri için de geçerlidir. Derin ve felsefi anlamlara sahip olmasına rağmen, sürekli olarak kullanılmak suretiyle ve tabir caizse dillere pelesenk olarak bireyler nezdinde bir sıkılğanlığa sebep olmaktadır. Bu durumda ise klişelerin işlevsel yönü anlamını gölgeleyerek özünü kaybetmiştir (Zijderveld, 2010).

Sanayileşme sürecinin birkaç dalga sonrasına tekabül eden dijital çağ için de aynı durumlar söz konusudur. Gündelik hayatta şeylerin, davranış örüntülerinin, eylemlilik hallerinin icra ediliş biçimleri değişerek bir anlam erozyonu meydana gelmektedir. Kültürün aurası ve gündelik hayat pratiklerindeki anlamın halesi, dijitalleşmeyle beraber gelen tahribat neticesinde zayıflamaktadır. Aydın’a (2013: 54) göre kültür, gündelik hayatta incelik-kibarlık, bilgili olmak, beden eğitimi ve sanat işleri gibi birbirleriyle yakın ya da uzak anlamlarda da kullanılmaktadır. Bugün incelik-kibarlık ve belki de bir norm olan bayramlaşma pratiğinin, dijital kültür ile beraber zayıfladığını iddia etmek abesle iştigal etmez. Anadolu toplumunda bayramlaşma şekilleri, genellikle “büyüklerin ellerinden öpmek” veya “sarılmak-tokalaşmak” suretiyle fiziksel şekliyle icra edilmektedir. Dijital İnsan ise fiziksel bir aktivite gerektiren mevcut edimi, akıllı telefonlardan bayram mesajı atmak suretiyle ifa ederek, kültüre dair önemli bir normatif unsurun aurasını zedelemektedir. Bu durumda, mevcut bir normatif edim, Dijital İnsan marifetiyle belli bir gösterge üzerinden tatbik edilerek, Dijital İnsan’ın bayramlaşma praksi de bu haliyle ayrıca bir hipergerçek mahiyetine bürünmektedir.

1.4.Dijital İnsan'ın Semiyotiği ve Emojiler

Siber-uzam kendi kendini göstergeler üzerinden inşa etmektedir. Bireyin siber-uzamdaki ideal tiplmesi olan Dijital İnsan ise kendi kendini bu göstergeler üzerinden inşa etmekte, benliğini göstergeler üzerinden sembolize etmekte ve aynı zamanda siber-uzamsal göstergeler üzerinden kendi kendini simüle etmektedir. Hal böyle iken, bu göstergelerin ne olduğu sorusu akıllara gelmektedir. Yukarıda, fotoğraf, twit, metin, konum paylaşımları şeklinde örneklendirdiğimiz noktaya ilaveten, siber-uzamın göstergelerden müteşekkil bir evren olduğunu daha iyi temsil ettiğini düşündüğümüz başka bir örnek dikkate şayandır: Emojiler. Oxford sözlüğü 2015 yılında, emojiyi yılın kelimesi olarak deklare etti (Danesi, 2017: VI). Bu her ne kadar meselenin popüler ve popülist boyutuna tekabül etse de emojilerin hayatımızın ne derece önemli bir parçası haline geldiğini gösteren önemli bir noktadır. Yüz yüze iletişimde duygu ve düşünceler, ses tonları, jest ve mimiklerle sunulmaktadır. Mesafeler arası iletişimde duygu ve düşüncelerin ifade edilmesinin zorluğu emojiler vasıtasıyla aşılmaktadır (Toksöz ve Kahraman, 2017: 248). Emoji kelimesi, Japonca'dan İngilizce'ye geçen birleşik bir kelimedir. Kelimedeki “e” eki resim anlamına gelmekle beraber “moji” eki ise “karakter” anlamındadır. Basit bir şekilde resimli kelime (Picture-Word) anlamına gelmektedir (Danesi, 2017: 2).



Fotoğraf 3: Bir kısım Apple Emojileri (www.emojipedia.org)

Yukarıdaki görselde de görüldüğü üzere, emojiler duygu ve düşüncelerin resimli-görsel ifadesidir. Birey, herhangi bir dijital iletişim halinde, gülme, ağlama, öfkelenme vs. gibi duygu ve düşüncelerini ifade ederken bu göstergelerden faydalanmaktadır. Ancak birey, gülme emojisini kullandığında gerçekten güldüğü için mi bu ifadeleri kullanmaktadır yoksa konuşmanın akışına göre işlevsel bir geçişirme midir? “Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanma Pratikleri” adlı çalışmada, öğrencilerin Facebook'ta kendilerini mutlu ve sosyal gösterme eğilimleri olduğuna dair bir bulguyu paylaşmıştık. Bu noktada emojilerin, gösterge değerindeki ifade ediş gücü, bu amaç doğrultusunda araçsallaştırılan bir işleve tekabül etmektedir. Dijital uzamdaki neredeyse her güncellemede yenileri eklenen, mezkur evrene yeni

emojiler de eklendiği düşünülürken, emojilerin ne derece bir yaygınlıkla kullanıldığı anlaşılmaktadır.

Emojiler hissettirdiği anlamlar bakımından pozitif, negatif ve nötr olmak üzere üç grupta tasnif edilebilir. 2015’te yapılan bir araştırmaya göre, emoji içeren 70.000 twit içerisinde kullanılan emojilerin çoğunun pozitif duygu uyandıran emojiler olduğu saptanmıştır. Dahası, mevcut emojilerin çoğunun pozitif duygular uyandıran şekiller olmalarının yanı sıra, bireylerin kullandıklarında ise çoğunlukla pozitif emojilerin tercih edildiği tespit edilmiştir (Danesi, 2017: 51). Anlaşılacağı üzere, emoji denilen duygusal göstergeler, siber-uzamda oldukça önemli bir nüanstır. Dijital İnsan, mutlu ve sosyal izlenim bırakma açısından, kendi kendini göstergeler üzerinden inşa ederken, emojiler oldukça işlevsel dijital nesnelere haline gelmiştir.

Emojiler, basmakalıp ifadeler olarak, gündelik hayatta anlamsal halenin zayıflamasına da yol açmaktadır. Zijderveld’e göre, klişelerin başlangıçta yaratıcı bir semantik güce sahip olduğunu ve zamanla fazlaca tüketilmekten kaynaklanan bir sebeple anlam erozyonuna uğramaktadır. Örneğin, sohbet arasında “yerli yersiz” deyimini kullanan biri, ikilemedeki “yersiz” ifadesinin tam olarak neyi ifade ettiğini sorgulamamaktadır (Zijderveld, 2010: 41). Buradaki temel mesele, bir şey basmakalıp bir ifade olduktan sonra artık “anlamsal” olmaktan çıkıp “işlevsel” bir mahiyete bürünmesine ilişkindir. Başka bir deyişle, semantik olan semiyotiğe evrilmektedir. Sohbet arasında, “kahkahalı gülme emojiğini” kullanan birisi gerçekten, kahkaha attığı için mi bu emojiyi kullanmaktadır yahut bu durum salt işlevsel olana mı müteveccihdir. Herhangi bir bireyi töhmet altında bırakmadan Dijital İnsan tipleştirmesiyle ifade edebileceğimiz üzere, Dijital İnsan sohbetlerinde, emojilerin semiyotik gücünü kullanmakta ve benliğini bu göstergeler üzerinden simüle etmektedir. Bu noktada emojiler, işlevsel veçhesinin anlamsal yönünü gölgelediği semiyotik bir mahiyet kazanmaktadır. Ayrıca dijital kültürel aura, gündelik hayatın semantik gücünü yani anlamsal haleyı, semiyotik göstergelere tebdil ederek zayıflatmaktadır.

2.TROL

2.1. Mahiyeti, Eylemleri, Karakteristikleri ve Profilleri Açısından Trol

Trol’ün kavramsal menşesine dair tanımlamalar farklı noktalardan ele alınmak suretiyle yapılmıştır. Türk Dil Kurumu sözlüğüne bakıldığında “Teknelerle suyun dibine sürüklenerek çekilen, huni biçiminde geniş ağızlı balık ağı” (TDK) olarak tanımlanmıştır. Bununla beraber, İskandinav mitolojisinde, köprü altlarında insanlara saldıran kötücül cin anlamında olan

mitolojik bir karaktere tekabül etmektedir. Trol kavramına dair başka bir anlam ise Vietnam Savaşı'nda Amerikan donanmasındaki askerlerin, düşmanlarını provoke etmek yahut hedef şaşırtmak maksatlı yapılan saldırı pratiklerine karşılık gelmektedir. Trolün bu farklı anlamlara haiz oluşu, kavramsal mahiyetinin neye dayandığına dair görüş farklılıklarının da ortaya çıkmasına neden olmuştur. Jorge Luis Borges ve Margarita Guerrero, kötücül cin tanımlamasını yaptıktan sonra anlamın, internet trolllerinin çevrim içi bireyleri rahatsız etmesine benzerliğinden dolayı devşirildiğini öne sürmüştür. Ammy Binns, balıkçılık teriminin anlamına dayandırmaktadır. Hatta kendi kültürümüzden bir deyimle örneklendirmek gerekirse, “oltaya gelmek” deyimini, trolün provokasyon amacıyla yaptığı kandırmacalarla soyutlanabilir. Jonathan Bishop ise kelimenin askeri anlamdaki kavramsal içeriğinden türediğini öne sürmüştür (akt. Binark vd.:127). Trol'ün internet ortamında bir kavram haline gelmesi, popüler kültüre dair itkilere neşet etmiş olabilir yahut mevcut kavram bahsi geçen filmler vasıtasıyla popülerleşmiş olabilir. Küreselleşmenin bir neticesi olarak, herhangi bir yayının dünya çapında bir şöhret bulması oldukça olağan bir durumdur. Bunun bir sonucu olarak, dünyanın en çok izlenen filmlerinden biri olan Yüzüklerin Efendisi serisinde, trol karakterlerine yer verilmiştir. Filmin kült bir film haline gelmesi ve özellikle popüler kültürel aurada film karakterlerinin çokça zikredilmesi, internet trolünün oradan devşirme bir kavram olabileceği ihtimali de akıllara gelmektedir (Bağrıyanık, 2016: 401). Zikredilen bütün ihtimaller Trol'ün kavramsal menşesine dair açıklamalar tutarlı görünmektedir. Dahası bütün bu açıklamalar trolün mahiyetine, karakteristiğine, eylemlerine ve profillerine dair nüanslara işaret etmektedir. Sosyal medyada trol tasallutlarına maruz kalanlar açısından değerlendirildiğinde mitolojik mahiyeti anlamını bulmakla beraber, trollemelere maruz kalanların halet-i ruhiyelerini özetler niteliktedir. Balıkçılık terimine göre trol anlamı ise trolün nasıl bir kimlik üzere eylemlilik halinde olduğunu işaret etmektedir (Bağrıyanık, 2016: 401).

İnternet trolüne ilişkin tanımlamalardan bazıları şu şekildedir. Genellikle sosyal ağ ve forum gibi ortamlarda, Trol, başka kullanıcıların tepkilerini çekmek amacıyla, kasten yanlış ve alevlendirici mesajlar atmak suretiyle, konuyu saptırarak yahut konunun taraflarının hassasiyetlerinden faydalanıp kışkırtıcı mesajlar atan kişidir. Olumsuz ve yıkıcı tutumlarla dikkatleri çekme amacını güden şahıstır (Mercimek vd. 2016: 70-71). Merrit'e (2017) göre Trol, çevrim içi anonim etkileşimin bir neticesi olarak ortaya çıkan, tartışma sitelerinde yahut mesajlaşma alanlarında, kasıtlı olarak yanlış ve alevlendirici enformasyon yayarak, sair bireylerin, provokatif davranışlarıyla aşırı tepki vermelerini amaçlayan kişidir. Bir başka tanımda ise Trol, gönderilerin altına saçma yorumlar yapma niyeti güden kışkırtıcı kişi olup

gönderilerin altında konuyla alakalı çelişki meydana getirmek için kasten saldırgan bir tutum halindedir (Bond, 2010: 321). Trollük “kasten, zekice ve gizlice insanları sınırlendirme sanatı” olmakla beraber kışkırtıcı, samimiyetsiz ve saptırıcı davranışlar bütünü olarak düşünülebilir (Akt. Sanfilippo vd., 2017: 1802).

Clarke’ın ifade ettiği üzere, Trol’ün ne anlama geldiği araştırmacının trolü nasıl tanımladığıyla alakalıdır. Bu da belli bir tanım yapmayı zorlaştırmaktadır. Daha çok diğer insanların bu durumu nasıl tanımladığı ve trolleme örneklerini nasıl algıladıklarına ilişkindir. Bu bağlamda tanımlar üzerinden bir sınıflandırma yapan Clarke, enformasyonel tanımlara karşı etkileşimci, muhalefete karşı davranışsal olarak trollük tanımlarını iki boyutta değerlendirmiştir (Clarke, 2017). Yukarıdaki tanımlar da esasen, bahsi geçen iki boyut dahilinde değerlendirilmekle beraber tanımlar, yukarıdaki tanımların muhtevaları ölçüsünde uzayıp gitmektedir.

Aynı konuya dair Binark’ın icra ettiği bir saha çalışmasında, katılımcılar Trol’ün ne olduğuna dair fikirlerini şu şekilde ifade etmişlerdir. Şöyle ki; katılımcılardan İsmail Hakkı Polat:

“Trol aslında bizim güzel atasözlerimizden biriyle, bir delinin attığı taşı kırk kişinin çıkartamaması anlamına gelir bence. Dolayısıyla işte bunun 21. yüzyılda internete tezahür etmiş hali diyebiliriz; yeni medyaya tezahür etmiş hali... İnternet üzerindeki kamusal alanda herhangi birinin ve bir argümana, bir gruba, bir kişiye yönelik anlamsız, mantıksız ne diyeyim hani akıl ve mantığı zorlayacak biçimde o kişilerin argümanlarını, kişiliklerini sorgulamak ya da işte alaya almak, aşağılamak, bazen bunu nefret söylemi noktasına taşımak olarak tanımlayabiliriz.” Şeklinde metaforik bir üslupla ifade ederken, bir diğer katılımcı, Erkan Saka şu ifadelere yer vermiştir. “Trol daha çok böyle süregiden bir tartışmaya provokatif bir şekilde müdahale eden kişi, kullanıcı diye düşünülebilir.”

Son olarak bir diğer katılımcı olan Çaylı Rahte ise

“Bir yandan sevimli gibiler; bazen bizi çok güldürüyorlar; çok zekice şeyler yazıyorlar; hatta bazen gündem yaratıyorlar. Bazen de sevimsizlikleri baskın çıkıyor; böyle tatsız şeylere neden oluyorlar. O yüzden böyle trolleri bu ikircikli yönleri ile tanımlayabiliriz diye düşünüyorum” (Binark vd. 2015: 127-128)

şeklinde görüş bildirmişlerdir.

2.2.Trol ve Trolleme Çeşitleri

Troller, çeşitli sebeplerle örneğin amaçlarına göre türlere ayrılabilir. Bu noktada ilk yapılan çalışmalardan bir tanesi Bishop’a ait olup, trollüğü klasik ve anonim trollük olarak iki genel kategoride değerlendirmiştir. Klasik trollük, genel bir kitleyi eğlendirme amacı taşıırken,

anonim trollük ise ferdi bir eğlence için topluluğun geneline zarar veren tutumları ihtiva eder. Bishop trollüğü, “lolz” ve “lulz” diye tabir edilen iki ayrı kategoride değerlendirmiştir. Eğlence trollüğü “lolz” kategorisine girerken, kışkırtıcı trollük ise “lulz” kategorisinde değerlendirilmiştir (Karataş ve Binark, 2016: 434). Genel itibariyle lolz ve lulz veya hemen hemen aynı anlamlara gelen klasik ve anonim trollük olarak değerlendirebileceğimiz trolleme çeşitlerini, Bishop, geniş bir tablo şeklinde kategorize etmiştir. Bishop’un (2014: 3) trol çeşitlerine göre oluşturduğu tablo aşağıdaki şekildedir.

Grup Tipi	Karakter Tipi	Tanımlama
Nefret Uyandıran Tipler Fayda gözetmeksizin herhangi bir durum veya olayı alevlendirmekten hoşlanan tip. Bu üç sınıfın ortak özelliği “alevlendirmek, kışkırtmak” özelliklerini taşımasıdır.	E-Venger (E-İntikamcı)	Bir çeşit elektronik intikamcı da denilebilir. Herhangi birine çelme takma amacı güder.
	Iconoclast	Gerçekleri saptırma amacı güderler. Hedefin dünya görüşü üzerinde şaşkınlık uyandıran mesajlar atarlar.
	Snert	Bencil eğlencesi uğruna başka kişilere zarar veren tiptir.
Lolcows Diğerlerinin dikkatini çekmek için provoke etmekten hoşlanan grup.	Big Man	Başkalarının dünya görüşü üzerinde memnuniyet uyandırmak için mesajlar atan sınıftır
	Ripper	Başkaları üzerinde yanlış bir empati duygusu inşa etmeye yönelik tiptir.
	Chatroom Bob	Başkaları üzerinde güven duygusu tesis ederek, başkalarını sövmeye gayesinde olan tiptir.

Bzzzters Verdikleri bilgiler yahut tavsiyeler yanlış olsa bile, başkalarıyla sohbet etmekten hoşlanan grup.	MHBFY Jenny	Başkalarının ilgileri ölçüsünde hayatın daha aydınlık tarafını gösterme yoluyla yapılan trolleme tipidir.
	Wizard	Başkalarına yardım etmek için içerik paylaşma yoluyla yapılan trolleme tipi
	Flirt	Daha çok muziplik yapmak amacıyla, konu dışı konular üzerinden trolleme yapan tip.
Eyeballs Provotif bir mesaj yapmak için sürekli gözlem halinde olan ve pusuda bekleyen grup.	Lurker	Beğen butonlarına, reklamlara tıklamak, gönderileri raporlamak, kamuoyu yoklamalarını saptırmak gibi eylemlerle sessiz yapılan trolleme tipi.
	Troller	Herhangi bir online toplulukta, eğlence amaçlı yaramazlık yapan tip
	Elder	Herhangi bir topluluğa katılan yeni üyeleri kaçırmak için yapılan trolleme

Bishop'un trol çeşitlerini kategorize etme maksatlı hazırladığı tablo aynı zamanda trolleme eylemindeki yöntem ve stratejilere de işaret etmektedir. Tabloda troller, trolleme tarzlarına göre tipleştirilmiştir. Bu noktada trollük eylem tarzları da sınıflandırılmış olup, Hardaker'in yaptığı ölçüde şu şekilde sınıflandırılmıştır.

- 1) Konuyu Dağıtma: Hassas konuları içeren tartışma hallerinde konuyu amacından saptırma maksatlıdır. Trollerin sıklıkla kullandığı yöntemlerden biridir.
- 2) Aşırı Şekilde Eleştirme: Aşırı tepkili ve düşmanca bir surette eleştirmektir. Mesajların içeriklerinden ziyade, mesajlardaki imla ve noktalama hataları üzerinden sıklıkla yapılmaktadır.

- 3) Antipatik Davranışlar Sergileme: Herhangi bir gerginlik hallerinde meydana gelir. Herhangi bir grup üzerine duygusal manipülasyon amacıyla provokasyon yapılan durumdur.
- 4) Tehlikeye Atma: Yardım ve tavsiye alma vaadiyle tehlikeli gönderilerde bulunup, çevrim içi bir grubu tehlikeye atmaya ve riskli davranışlara itmeye yöneliktir.
- 5) Şok Etme: Herhangi bir çevrim içi platformda tabu haline gelmiş değerler üzerinden duyarsız mesajlar atma şeklinde meydana gelir.
- 6) Saldırma: Her türlü saldırgan tutumu dahil edebileceğimiz haller üzere yapılır. (Akt. Mercimek vd., 2016: 71).

13.01.2013 tarihli milliyet gazetesinde yayınlanan bir içerikte, kendini trol olarak tanımlayan şahısların verdiği bazı ifadeler, konumuzu özetler mahiyettedir. Kendisini bazen trol bazen de underground fenomen olarak tanımlayan Yarım Deli takma adlı katılımcı, Twitter'daki en komik olayınız neydi? ve "Twitter'da en çok ne yapmaktan hoşlanıyorsunuz?" sorularına şu şekilde cevap vermiştir:

"Ömür Gedik ve Sevda Demirel gibi "duyarlı" hayvanseverleri Tuzla'ya gönderip Uzakdoğu'ya köpek sevkiyatı yapıldığına dair bir muhabirlik yapmışım. Akşam tüm ana haberlerde onları kameralar eşliğinde Tuzla'ya gidip denize açılmış Güney Kore bandralı gemi aradıklarını gördüğümde üzerimde atlet, altımda çizgili pijama, elimde mandalina vardı. Bence çok eğlenceli."

"Twitter'da eskiden 'sazan avi' yapmayı seviyordum, artan trol popülasyonu yüzünden bunu artık çok sık yapmıyorum. Daha çok makara yapıyorum kendi kendime." (Milliyet, 2013)

Yukardaki iktibaslardan da anlaşılacağı üzere, Trollük eylemi burada eğlence amaçlı yapılmış olup "lolz" kategorisinde yahut "klasik trollük" denilen genel kategoriye dahil edilebilir. Bishop'un tablosuna göre ise "Flirt" sınıfında değerlendirebileceğimiz bir trolleme çeşididir.

En genelde Trolleme eyleminin olumsuz yönüne işaret eden Anonim trollüğü de örneklendirmek gerekirse, yine aynı gazetede yayımlanan röpotajda Dr. Yanko Manyanoğlu adlı Twitter kullanıcısı, "Son zamanlarda Twitter'daki en komik olay neydi?" sorusuna cevaben:

"Benim tüm 2012 yılı içerisinde en çok güldüğüm iki olay var. Bir tanesi takip ettiğim kullanıcılardan birinin ortaya attığı "Aselsan'ın yüzde 51 hissesi İsrail'e satıldı" iddiasının Twitter'da yarattığı dalgalanma, ve siyasetçiler dahil pek çok kişinin bu konuya gösterdiği tepkilerdi. İkinci benzer durum ise takip ettiğim bir başka kullanıcının 29 Ekim günü Che Guevara'ya atfettiği "Cumhuriyeti dünyada kusursuz inşa eden 3 kişi var; Olof Mellberg, Hugo Chavez ve Mustafa Kemal Atatürk" sözünün o gün yüzlerce

insan tarafından gerçek zannedilerek aynı şekilde kullanılması. Bu durumu izlerken de bilgi ve gerçeklik üzerine derin derin düşüncelere dalıyor insan.”

Yukarıdaki bahis mevzusu iktibastan da anlaşılacağı üzere yapılan trolleme eylemleri farklı değerler etrafında birleşen toplumsal kesimleri manipüle etme amacı taşımaktadır. Bu noktada “Lulz” ve “Anonim Trollük” kategorisinde değerlendirebileceğimiz bir içeriğe sahiptir. Bishop’un tablosuna göre “Iconoclast” sınıfı içerisinde düşünülebilecek bir kapsama sahiptir.

2.3.Trolün Amacı Nedir?

Esasen yukarıdaki trol çeşitlerine dair yapılan kategorilendirmeler, aynı zamanda trolün amacına da işaret etmektedir. Bir başka deyişle trol çeşitleri, bir bakıma amacına göre de tasnif edilmiştir. Trollük eylemlerinin neden yapıldığını yahut soruyu daha da şahsileştirerek soracak olursak, bir trol neden diğer insanları provoke eder? Bu sorunun birçok sebebi olabilir ancak Marwick ve Boyd Twitter ortamında mikro-şöhret olgusuna işaret ederek (Binark vd. 2015: 142) Trolleme eylemlerinin mahiyetine ilişkin birtakım ipuçları sunmuşlardır. Mikro-şöhret pek çok insanın takibini gerektiren iletişimsel bir teknik olarak tanımlanır. Özellikle bloglarda, web sitelerinde ve sosyal medyanın muhtelif mecralarında –esasen bugün fenomen olarak tabir edilen- sıklıkla görülen bir olgudur. Özellikle Twitter mecrasında, gerek kurumsal gerekse de bireysel hesaplar, attıkları twitler ve içeriklerle geniş bir kitleye hitap edebilmektedirler (Marwick ve Boyd, 2010: 121). Tabir caizse, kişiler ya da kurumlar web ortamında hitap ettikleri kitleler vasıtasıyla mikro düzeyde bir şöhrete kavuşmuşlardır. İnternet ortamında bazı trollerin, geniş ölçekte bir takipçi kitlesine sahip olduğu bilinmektedir yahut özellikle ünlü kimseleri trolleme yoluyla şöhret bulan kimselere sıklıkla rastlanmaktadır. Bir örnek vermek gerekirse;



Fotoğraf 4: Odun Herif ile İbrahim Melih Gökçek Arasındaki Diyalog 1 (sosyalmedyasozleri.com)

Yukarıdaki görselde de görüleceği üzere, eğlence amaçlı yapılan bir trolleme eyleminde, Odun Herif adlı bir Twitter kullanıcısı, Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı ile olan iletişimi, hem kendisini hem de takipçilerini güldürmüştür.





Fotoğraf 5: Odun Herif ile İbrahim Melih Gökçek Arasındaki Diyalog 2 (www.twitter.com/odunherif)

Odun Herif sonrasında, hesabına hacklenmiş görüntüsü vererek, Melih Gökçek'in ilgisini bir kez daha çekebilme başarımıştır. Burada ifade etmek gerekirse Odun Herif'in Melih Gökçek arasında vaki olan diyaloglar "lolz" veya "klasik trolleme" bağlamında değerlendirilmelidir. Zira Odun Herif'in herhangi bir kışkırtma ve hakaret içerikli mesajlar yazdığı görülmemektedir.

Odun Herif'in özellikle Melih Gökçek'e yönelik bu tarz mesajları, Twitter ortamında şöhret yakalamasına sebep olmuştur. Bugün bakıldığında Odun Herif adlı Twitter kullanıcısı, 2,86 milyon takipçi kitlesine ulaştığı görülmektedir. Odun Herif, bu kitleyi bu tarz muzip trollemeler yoluyla yakaladığı görülmekte olmakla beraber mezkur örneği mikro-şöhret sebebine dayandırılabilir.

2.4.Trol'ün Köprü Altı Twitter

Bir sosyal medya mecrası olan Twitter, daha önceki bloglara benzer şekilde ancak daha hülasa bir yapısı olması münasebetiyle mikro-blog olarak nitelendirilmektedir. 2006 yılında erişime açılan Twitter, kısa sürede her sınıftan insanın uğrak sanal mekanı haline gelmiştir. 140 karakter sınırlamasıyla, kullanıcıların fikirlerini sınırlı bir alanda sunmasına imkan veren Twitter, her kullanıcıya kişiselleştirilebilir bir profil imkanı sunmaktadır. Profil fotoğrafları yüklemek, fotoğraf albümü oluşturmak, hesap bilgileri eklemek gibi özellikleri de mevcuttur (Karataş ve Binark, 2016: 432). Twitter kullanıcılarının "twit" denilen mesajlar üzerinden cereyan eden etkileşimsel bir mecradır. Her kullanıcı gerek gerçek kimliği üzerinden gerekse de parodi denilen hesaplarla, müstear isimlerle, o sanal mekanda bulunabilmektedirler. Twitter, bir hesaptan başka bir hesaba "retweet" denilen özellikle paylaşılabilir ki bu da Twitter'ın etkileşimsel özelliğini daha da yoğun bir hale getirmektedir. Bugün siyasetçi, iş adamı, sanatçı, gazeteci vs. her türlü meslekten ve kimlikten insan kurumsal yahut bireysel

düzyeyde Twitter kullanmaktadır. Çok kültürlü ve çok kimlikli bir yapı halindedir. Gündemdeki en sıcak gelişmeler, eşzamanlı ve eşanlı olarak Twitter’da tartışma nesnesi haline gelebilmektedir. Gündemde tartışılan birçok konu “hashtag” denilen etiketler halinde meydana gelir, konuyla alakalı birçok twitin aynı havuzda toplanmasına imkan vererek, Twitter daha pratik bir mekan olarak hizmet vermektedir. Sadece geleneksel medyadan kaynaklanan gündemler değil, belli bir kişi yahut kitlenin gündeme almak istediği konular da tartışılabilmele beraber bu da Twitter’i daha özgür bir ortam haline getirmektedir. Önemli veya önemsiz, hayati yahut afaki her türlü mesele hashtag üzerinden tartışılabilir. Twitter, normal şartlarda bir araya gelemeyecek veya normal şartlarda iletişime geçilemeyecek kimseleri ortak bir mekanda buluşturan bir yapıyı haizdir. Farklı kimlik, dünya görüşü, meslek ve hayat tarzına sahip bireyler aynı çatı altında birleşerek fikir alışverişinde bulunabilmektedirler.

2.5.Mekansal Bağlamında Trol

Trollük, mekânsal bağlamda düşünüldüğünde, Trol’ün varoluşsal mahiyeti daha iyi anlaşılabilir. Kendine özgü mekânsal ilişkiler tipleri de dönüştürmekte ve daha farklı toplumsallıklar keşfedilebilmektedir. Alver’in (2010: 18) de ifade ettiği üzere, mekan (uzam) uygulanan bir yer olması sebebiyle insani, kültürel ve toplumsal anlamları taşır. Bu yüzden toplum ve kültüre yönelik bir ayna mesabesinde. O halde denilebilir ki trol tipolojisi mekânsal bağlamından ayrı düşünülemez. Mekan, Trol’ün varoluşsal hudutlarını çizen, Trole hareket alanı kazandıran, Trol’ün eylemlerini mümkün kılan ve kimliksel unsurlarını tayin eden önemli bir parametredir.

Mekanla ilgili daha önceki bölümlerde, şu anda konuyla alakalı olan kısmı bir kez daha hatırlatmak gerekmektedir. Mekanlar değer yüklü olması münasebetiyle, bir ayna suretinde hayat tarzlarını veya dünya görüşlerini yansıtmaktadır. Bu da mekan-kimlik ilişkisini sorgulatan önemli bir saiktir. Bireylerin mekanlara karşı aidiyet duyguları peyda etmesi ve birey kimliğini tanımlayan önemli bir parametre olması konu açısından önemli bir ipucunu işaret etmektedir. Trol kimliğinin mekânsal uzamdaki parametrelerini düşündürmektedir. Trol kendi uzamında etten kemikten fiziksel bir şahsa tekabül etmese de kendi uzamında sembolik bir mahiyeti haizdir. Lefebvre’nin mekan üçlemesindeki algılanan/fiziksel mekan, zihinsel soyut mekan ve yaşanan mekan kategorileri siber uzamı farklı bir mekânsal kategoride düşünmeye sevk etmekte ve bizleri nispeten soyut mekan ve yaşanan mekan kategorileri üzerinde düşünmeye sevk etmektedir. Siber-uzam soyut bir mekandır ancak zihinde soyut bir mekan

değildir ve yaşanan bir mekan olması yönüyle tecrübi bir yönü de vardır. Bu minvalde düşünüldüğünde Trol'ün soyut-sanal bir mekanda yahut yaşanan mekandaki tecrübeleri neler şeklinde bir çözümleme yapmak yerinde olacaktır.

Twitter'in en önemli özelliklerinden biri, özelleştirilebilir ve kişiselleştirilebilir bir profil oluşturulabilen bir mecra olmasıdır. Kullanıcılar bireysel yahut kurumsal amacına uygun profiller tasarlayarak benliklerini sunmaktadır. Haliyle Troller de kendi tarzına uygun profiller oluşturmaktadırlar. Bir trol genelde takma isimler ve bu isimlere uygun profil fotoğraflarından oluşmaktadır.



Fotoğraf 6: Yarım Deli adlı Twitter kullanıcısının profil görüntüsü

(www.twitter.com/YARIMDeli)

Görselden anlaşılacağı üzere trol kimliğinin en önemli unsurlarından biri gizliliktir. Trol, iletişimsel eylemi bozan provokasyonlarını veya rahatsız eden muzipliklerini gerçek kimliği üzerinden yaptığında bu durum bir takım hukuki yaptırımlarla neticelenebilmektedir. Haliyle trol, anonim hesaplar üzerinden edimlerini icra eder. Başka bir deyişle, trolü kışkırtıcı hareketlere, provokatif tavırlara cesaretlendiren gizli profil kisvesidir. Trolün bütün tezviri, tahkir ve tehdit dolu mesajları bu gizlilik halli profili vasıtasıyla mümkün olabilmektedir (Bağrıyanık, 2016: 403). Bu meyanda iletişimsel eylem demişken ifade etmekte fayda var, Habermas'ın iletişimsel eylemi, tarafların araçsal akla karşı iletişimsel rasyonaliteyi kuşanıp konsensüse varması esasına dayanan ideal bir iletişim sürecidir (Habermas, 2001). Ancak

görünen o ki Trol rasyonalitesi iletişimselden uzak, onu eğlendirecek araçsal bir rasyonalitedir. Bu haliyle trolün provokatif eylemlerinin temelinde yatan mantalite ise araçsal aklımdan ileri gelmektedir.

Bu durum iletişimin sanal boyutunu düşündüren başka bir konuya kapı aralar. Yüz yüze ilişkilerde sosyal mesafe denilen kavram ilişkilerin niteliğini tayin eden önemli bir parametredir. Gündelik hayatta daha samimi olduğumuz sair bireylerle informel iletişim halinde sosyal mesafe daha az iken, formel ilişkiler söz konusu olduğunda sosyal mesafe daha da artmaktadır. İster informel olsun ister formel olsun, yüz yüze iletişim belli bir kültürel hale içerisinde gerçekleşmekle beraber, iki şahıs arasındaki ilişkiler benliğin sunumuna uygun şekilde cereyan etmektedir. Başka bir deyişle yüz yüze ilişkilerde, kültürel değerlerin bağlayıcılığı daha güçlü hissedilmektedir (Cüceloğlu, 2005: 56-57). Ancak söz konusu sosyal medya iken yüz yüze iletişimin imkanı daha farklı boyutta düşünülen bir hal alır. Bireyler metinler üzerinden daha farklı bir sosyal mesafe halinde iletişim kurmakta olup bu da ilişkiyi niteliksel anlamda değiştirmektedir. Trol ve hedefindeki kişi arasındaki mesafe düşünüldüğünde ve trolün şahsiyeti de ilave edilirse, kültürel değerlerin, normatif etkilerin bağlayıcılığının azaldığı görülebilmektedir (Bağrıyanık, 2016: 403-404). Nitekim Milliyet gazetesindeki bir röportajda kendini trol olarak tanımlayan bazı şahıslar, “Twitter’i ne amaçla kullanıyorsunuz?” sorusuna cevaben verdikleri ifadeler konuyu özetler niteliktedir.

“Troll Twitter hesabımı stres atmak ve eğlenmek için, nadiren de gerçek hesabımda kendimi sansürlemek zorunda kaldığım konularda özgürce yazabilmek için kullanıyorum.”

“Aslında dengesiz bir sanal personam var. Söylediğim gibi bazen ciddi politik içerikli tweet’ler, bazen belirli bir grup içinde dönen sohbet odaklı tweet’ler, bazen “troll’lemek” olarak tanımlayabileceğimiz davranışa yakın tweet’ler yazıyorum. Twitter’in benim için hâlâ çekici olmasının bir sebebi de anonim bir kimlik içerisinde çok farklı davranışları gösterme özgürlüğüm olması. Günlük hayat bizi konformist ve siyaseten doğru bir dilin içinde tutarlı davranışlar göstermeye zorluyor. Bu tutumlara yabancılaştığım noktada, sanal kimliğimle bu yabancılaşmayı dışa vurabiliyorum.”

2.6. Kurgusal Bir Kimlik Olarak Trol Benliğinin Sunumu

Troller gerek mekânsal bağlamında gerekse de eylemine uygun bir şekilde temayüllerine bağlamında sair çevrim içi tecrübelerden farklı olarak bir kimlik ihdas etmişlerdir. Ancak bu kimliğin bugünkü toplumsal kimlikten farklı bir kimliğe tekabül ettiği açıktır. Kimlik olgusu burada, internet ortamında oluşturulan profillere denk bir surette düşünüldüğünde, Trol özelinde sanal ortamdaki kimliksel hususiyetler ve temsillerin ne olduğu akıllara gelmektedir. Trol nasıl bir kimlik inşa eder yahut kurgular? Trol’ün fizik alemdeki

kimliğiyle internet ortamındaki kimliği arasında nasıl bir bağdaşıklık yahut çelişik durumlar söz konusudur? Trol'ün farklı kimliklere büründüğü ya da benliğini sunduğu muhtelif ortamlardaki kimliklerin temel farklar nelerdir? vs. tarzındaki sorular siber-uzamla alakadar bir şekilde nasıl izah edilebilir?

Trol'ün kimlik ve buna uygun düşen edimlerini izah eden önemli bir kavramsal çerçeve olarak Goffman'ın dramaturjik yaklaşımı önemli bir noktaya işaret etmektedir. Goffman'ın *Gündelik Yaşamda Benliğin Sunumu* adlı eseri bireylerin, gündelik hayatta farklı sosyal şartlar altında nasıl eylemlilik halleri sergilediklerini analiz etmiştir. Esere dair önemli noktaları aktarmak konunun anlaşılması bağlamında önem arz eder.

Goffman'ın da aktardığı üzere, kişi yani İngilizcedeki anlamıyla “person” kelimesinin aynı zamanda “maske” anlamına gelmesi rastlantı değildir. Herkesin sahip olduğu herhangi hal ve şartta belli rolleri oynadığının kabulü olarak addedilebilir. Kişiler kendilerini ve birbirlerini bu roller üzerinden tanımlamaktadırlar. Tabir caizse bu maskeler, yani icra edilmesi gereken olarak düşünülen bütün bu eylemler kişiliği meydana getirir (Goffman, 2014: 31). Dahası, bu aynı zamanda Goffman'ın performans demeyi uygun gördüğü bir başka kavramın da kapsamına girmektedir.

Goffman vitrini ve bunun daha birey düzeyindeki ifadesi olan kişisel vitrin kavramını kullanır. Ona göre vitrin, “performans sırasında kişi tarafından kasıtlı ya da kasıtsız olarak kullanılan standart ifade donanımıdır.” (Goffman, 2014: 33) ve bu vitrin kavramını da Britanyalı bürokratlar üzerinden örneklendirmiştir. Bu bürokratlar daha üst mevkilere geldiklerinde, doğuştan üyesi oldukları sınıflar yerine başka bir sınıfın “tonuna” ve “rengine” ne derece büründüklerini sorgular. Londra kulüplerine üyelik rakamlarına göre, üst düzey görevler icra eden kişilerin dörtte üçü kadarı lüks ve şatafat vadeden kulüplere, aylık fahiş miktarlarda aidatlar vermek pahasına üye olmuşlardır. Goffman'a göre bu kulüpler kişilerin yüksek statü elde ettiği ve bu yüksek statü ve prestiji gösterme imkanı buldukları vitrinlerdir (Goffman, 2014: 35).

Goffman vitrin kavramını soyut bir düzeyde ve aynı zamanda da kişiselleştirerek “kişisel vitrin” kavramını üretmiştir. Ona göre kişisel vitrin kavramı “cinsiyet, yaş ve ırksal özellikler; boy ve görünüş; duruş şekli ve konuşma kalıpları; yüz ifadeleri; vücut ifadeleri vs. ” parçalardan müteşekkildir. Bireyin kişisel vitrini, “görünüş” ve “tutum”una göre değişkenlik arz etmektedir. Görünüş herhangi bir anda kişinin toplumsal statüsüne işaret eden manzardır. Resmi ya da gayriresmi olarak ifade edebileceğimiz durumu nazara verir. Tutum ise, mezkur

manzaraya göre kişinin yapması gerektiğini düşündüğü eylemi sergilemesidir. Burada kişisel vitrin farklı suretlerde tezahür etmekle beraber, kişinin yüz ifadeleri, konuşma tarzı, duruş ve görünüşü duruma göre tutum kazanmaktadır (Goffman, 2014: 35).

Goffman'ın günlük yaşamda birey tutumlarının, duruma göre değişiklik arz ettiği ifadesi konumuz bağlamında düşünüldüğünde anlamını bulmaktadır. Trol'e kuşkusuz bir birey olarak, her ne kadar davranışları Habermas'ın kavramsallaştırmasıyla ifade edecek olursak iletişimsel eylemi bozsa da, farklı gündelik hayat sahnelerinde farklı görünüş ve tutumlar sergilenmektedir. Genelde siber-uzamda özelde ise Twitter'da rolü bağlamında trol, aile ortamında baba, anne veya kardeş, iş ortamında işçi yahut patron olarak rollere bürünmektedir. Goffman'ın kavramları üzerinden konuyu derinleştirdiğimizde ise ilkin akla maske kavramı ile olan uygunluğu gelmektedir. Trolü bir kişilik olarak kabul ettiğimizde ve kişiliğin bir diğer anlamı olan maskeyi hatırladığımızda durum daha anlaşılır olmaktadır. Trol kişilik, eylemine uygun bir maske mahiyeti kazanır. Özellikle, Twitter'ın anonim profil oluşturma potansiyeli trol "performansını" mümkün kılmaktadır.

Vitrin kavramı ise Twitter'ın doğrudan yapısal varlığına tekabül etmektedir. Trol, kişiliğini genelde siber-uzam üzerinden özelde ise Twitter üzerinden kendi kendini performe etmektedir. Ayrıca Trol'ün kişisel vitrinini ifade etmek, trolün sanal bir karakter olmasından dolayı zordur. Şöyle ki, trolleme eylemi sanal mekanda sanal olarak vaki olduğundan, trolün o andaki hal ve tavırlarını ampirik olarak deneyimleyememekten kaynaklanan bir zorluktur. Ancak trol mesajları üzerinden ve bu mesajların sonuçları üzerinden çıkarım yapılabilir. Trol'ün sanal profilini "görünüş" ve trol mesajlarını da "tutum" olarak değerlendirmek mümkündür.

Trol özelinde anlatmaya çalıştığımız, siber-uzamda benliğin sunumu meselesi, meydana gelen başka bir kavrama, sanal kimliğe atıfta bulunur. Fiziken belirlenmeyen sanal alan olarak ifade edilen siber-uzamda, bireyler farklı kimlikler üzerinden davranışlarını sergilemektedir. Birey, kendine ait duygu ve düşüncelerini sergilemek, istenilen şekilde bir izlenim yaratmak amacıyla sanal alanı kullanır. Dolayısıyla, bu alan üzerinde sanal kimlik adı verilen yeni bir kavram meydana gelmiştir. Trol haricinde bir örnek verecek olursak, özellikle çevrim içi oyunlar, sanal kimlik kavramına dair yerinde bir örnek olacaktır. Siber-uzamdaki bu isim ve kimlikler insan doğasında var olan, gizlilik hissini bir tezahürü olarak da ayrıca anlaşılabilir (Akkaş, 2013: 43). Gündelik hayatta bireyin yapamadıkları, çekindikleri veya ifade edemediği her türlü performans internet marifetiyle yapılabilmektedir. Burada kimlikler icat edilmiş ve ifade edilmiş şekliyle vardır. İzole, hareketsiz ve yalnızdır. Bedeni bir görüntüden öte bir

mahiyet kazanır. Burada cismani olarak bedenden ziyade dil ile inşa edilen bir soyut beden vardır. Aynı zamanda sanal kimlikler, sabit olandan öte hareketli bir özellik barındırır. Sanal kimliğin bu dinamik yapısı, bireylere, kimliğe dair davranış, tutum, görünüş ve performansları değiştirme selahiyeti vermektedir (Timisi'den akt. Akkaş, 2013: 47). Bütün bunlara benzer şekilde Trol, başlı başına bir kimlik ve tipoloji olması münasebetiyle, sanal kimliğin muhtevastındaki özellikleri kapsaması sebebiyle bir temsiliyet değeri taşımaktadır.

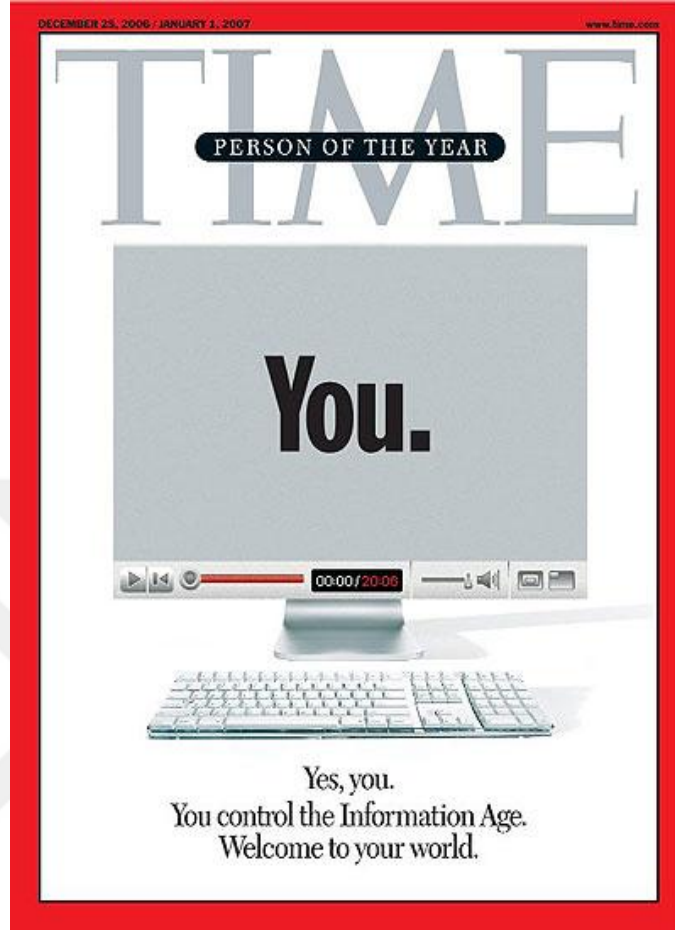
Trol aynı zamanda, farklı mekânsal bağlamda rollerin belirleyici bir unsur olduğu muhayyel bir kimliktir. Baştan sona, herhangi bir kişi tarafından oluşturulmaya muktedir bir kimliktir. Normal şartlarda kimliğin inşası süreci düşünüldüğünde, kimlikler sadece bireylerin özsel ifadesi olmamakla beraber toplum karşısında edilgen bir mahiyet de arz etmektedir. Yani kimlikler bir bakıma aşkın bir surette oluşmaktadır. Eylemleri üzerinden anlamını bulan ve bir tipoloji vasfı kazanan Trol ise kendi inisiyatifi ile bir kimlik meydana getirerek, kendi kendini inşa eder. Yani trol, kendi kendini inşa etmeye ve muhayyel bir kimlik kurgulama özelliğine sahiptir (Bağrıyanık, 2016: 406).

3.YOUTUBER

Siber-uzam teknolojik açıdan geliştikçe ve yaygınlaştıkça, gittikçe daha da artan bir şekilde farklı toplumsallık biçimlerini, bir başka deyişle kültürelilik üretmektedir. Hususen web 2.0 teknolojisiyle beraber siber-uzam, kullanıcı tabanlı (user-generated) olarak ifade edilen, yani bireylerin bizzat ve bilfiil içerik üretebildiği ve kişisel yayın (self broadcast) olarak adlandırılan, çevrim içi bireylerin eşanlı veya eşzamanlı olarak performans sergileyebildiği bir ortam haline gelmiştir (Nalçaoğlu, 2007: 45). Bireylerin mezkur alanı tasarruf etme noktasındaki bu denli bir yenilik, belki de yeni medya olarak adlandırılan internet dünyasının en temel karakteristiklerinden birini özetler mahiyettedir.

Daha önceki bölümlerden birinde daha geniş tartıştığımız konuyu hatırlayacak olursak, siber uzam web 2.0 devrimi ile beraber görsel ve işitsel özellikler kazanmıştır. Nalçaoğlu'nun da ifade ettiği üzere (2007: 46), siber-uzamda gelişen bu özellikler günümüzün medyasında hükümran bir vaziyete evrilmiştir. Hal böyle iken halihazırda cari olan bu iletişim biçiminin “yeni medya” olarak tabir edilmesine sebep olan bu değişimler, genelde medyanın kullanım biçimlerini de değiştirmiştir. Çevrim içi bireyler gerek kendileri tarafından üretilen gerekse de geleneksel medyadan kopyalanmak suretiyle üretilen görsel ve işitsel unsurları, Youtube, Facebook, Flickr, Myspace, Periscope, YouAreTv, Dailymotion ve bunlarla beraber mebzul miktarda bloglar vasıtasıyla paylaşabilmektedirler. Yine Nalçaoğlu'nun Time dergisinin kapağı

hakkında yaptığı semiyotik değerlendirme konumuzun anlaşılması bağlamında ayrıca önemlidir.



Fotoğraf 7: Time Dergisi Kapağı (www.time.com)

Derginin kapak tasarımı ayna etkisi veren parlak bir kağıtla tasarlanmıştır. Video oynatma çerçevesinin olduğu kısımda yazılı olan “you” ifadesi okunurken, parlak kağıt vasıtasıyla okuyan kişi kendini görebilmektedir. “Yılın kişisi: Sen. Evet, Sen. Enformasyon çağını sen kontrol ediyorsun. Kendi dünyana hoşgeldin.” şeklindeki ifadeler her ne kadar Nalçaoğlu’na göre Time dergisinin kişisel kahramanlık öykülerinin ön plana çıktığı anlatımın ötesinde bilimsel bir değerlendirmeyi hak etmektedir (Nalçaoğlu, 2007: 46).

3.1. Siber-uzamın En Popüler Video Paylaşım Platformu: Youtube

Dijital uzam, tıpkı oluş ve bozuluş aleminde muhtelif sebeplerle inşa edilen veya oluşturulan mekanlar gibi farklı amaçlar minvalinde işlevsel olarak inşa edilmiş mekanlar üretmektedir. Mekanın inşası belli bir işleve istinat edildiği gibi sanal mekanlar da belli imkanlar neticesinde teşekkül etmektedir. Gündelik hayatta dini ritüellerin icrası için inşa edilen camiler, kiliseler vs. ritüellerin ve mezkur mekandaki cereyanlar bilcümle edimlere uygun

olarak inşa edilmesi gibi siber uzamdaki mekanlar da teknik açıdan neyi amaçlıyorsa, o imkanlar dahilinde oluşturulmaktadır. Sözelimi sadece metin paylaşmak maksadıyla bir dijital platform inşa edildiğinde, platformun teknik özellikleri de bu minvalde meydana gelmektedir. Örneğin; sanal bir akademik platform olan academia.edu adlı site, pdf formatındaki makalelerin, kitapların paylaşıldığı yerdir. Bu site teknik açıdan incelendiğinde, görseller noktasında noksan olduğu görülecek, çevrim içi bireylerin görsel paylaşımları başka bir platforma havale edilecektir. Tam da bu noktada konuya girmek gerekirse, video görselleri paylaşma ihtiyacının temin edildiği birçok platform bulunmak beraber, bu noktada küresel çapta en popüler olanı Youtube adlı platformdur. Youtube bir sanal mekan olarak, video paylaşmak maksatlı kurulmuş olup, sanal mekansal dizaynı da teknik açıdan o doğrultuda inşa edilmiştir.

Youtube, bir tipoloji olarak merceğe alacağımız Youtuber'in karakteristiği, habitusu ve edimsel bakımdan imkanlarını belirleyen varlık sahasıdır. Bu açıdan bakıldığında Youtube platformunun temel özellikleri, dünü ve bugününe dair bir takım bilgiler vermek zaruri görünmektedir.

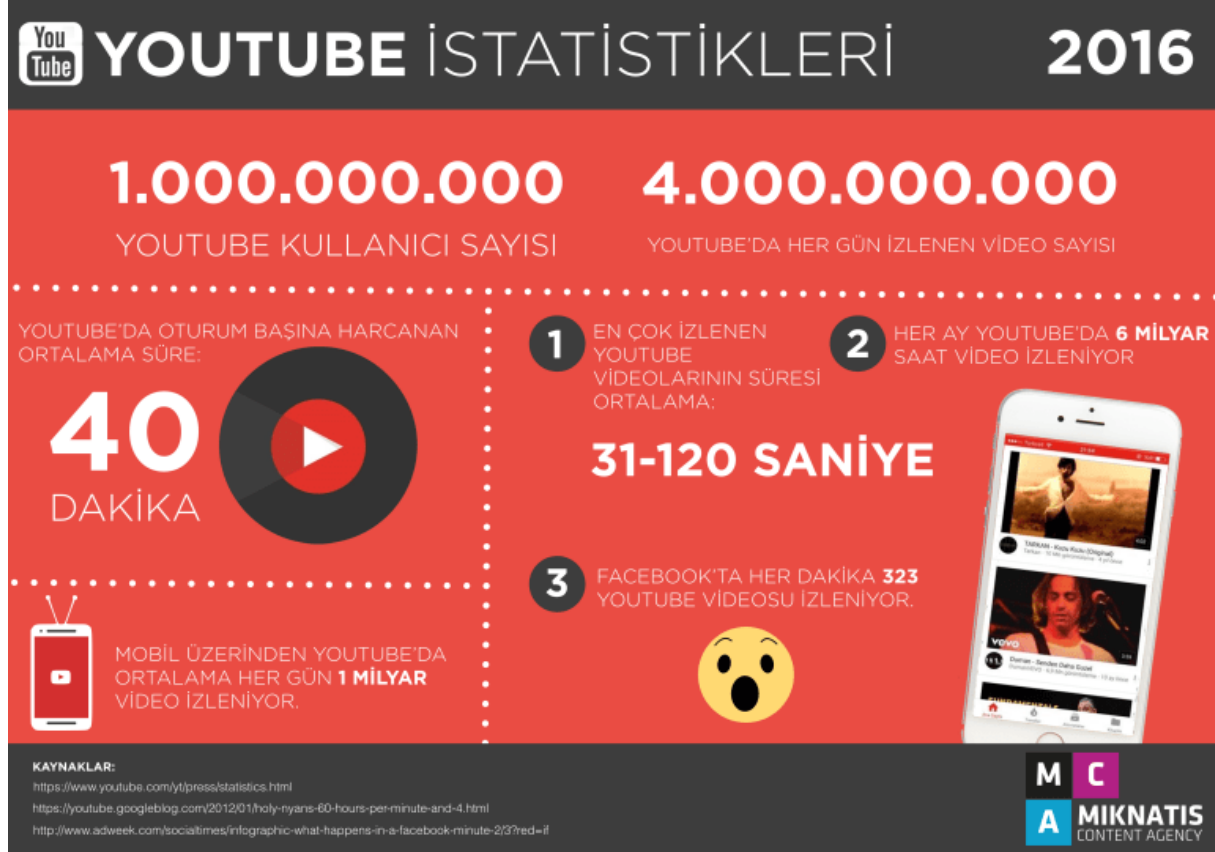
3.2. Youtube Tarihçesi ve Temel Özellikleri

Youtube, 2005 tarihinde, Chad Hurley, Jawed Karim ve Steve Chen adlı üç eski Paypal çalışanı tarafından, Menlo Park'ta bulunan bir garajda kurulmuş olup kısa süre içerisinde internet ortamında geniş kitlelerin büyük rağbetiyle popülerleşmiştir. Kısa süre içerisinde gelişim trendi yakalayan Youtube, 2006'da Google tarafından satın alınarak tabir caizse gücüne güç katmıştır (Ying, 2007: 17-18). Kullanıcılarına, video yükleme ve izleme özelliği vermekle beraber, bu videoların linkleri vasıtasıyla başka platformlarda da görsellerini paylaşma imkanı verir. Kullanıcılar, hem herkesin erişebileceği hem de özel bir kitlenin erişimine izin vermek suretiyle de özelleştirilebilir bir imkana sahiptir. Dahası kullanıcılar favori kanallarına henüz yüklenen görsellerden anında haberdar olabilmektedirler (Ying, 2007: 15-16).

Youtube, "dijital video deponuz" anlamına gelen "Your Dijital Video Repository" sloganıyla yayın hayatına başladıktan sonraki popüler dönemlerine "kendini yayınl" anlamına gelen "Broad Yourself" sloganıyla devam etmiştir. Buradaki temel vurgulara bakıldığında Youtube, ilk zamanlarında bir video kütüphanesi olarak işlev görürken, daha sonraki zamanlarda, özellikle web 2.0 devrimiyle beraber gelişen teknik altyapı, Youtube'u sosyal ağ durumuna dönüştürmüştür (İç, 2017: 65). Teknik altyapının gelişimine paralel olarak gelişen Youtube, siber-uzamın eşzamanlılık ve eşanlılık niteliklerine uygun bir gelişim kaydetmiştir. Bugün

itibariyle de bakıldığında Youtube üzerinden canlı yayınlar yapılması dikkate alındığında, Youtube'un zaman ve mekan noktasındaki gelişimini ayrıca nazara vermektedir.

Youtube'un 2016 yılı istatistikleri bugün gelinen noktayı da ayrıca gözler önüne sermektedir.



Fotoğraf 8: 2016 yılı Youtube istatistikleri (www.sibelhos.com)

Yukarıdaki infografik tabloya bakıldığında, 2016 yılında, Youtube kullanıcı sayısı 1 Milyar ve günlük video izlenme sayısı 4 milyar olduğu görülmektedir. Ortalama düzeyde bir Youtube ziyaretçisinin Youtube'da geçirdiği takribi süre 40 dk, trend videoların ortalama süresi 31-120 dk arası, her ay izlenen videoların süre bazındaki değeri ise 6 milyara tekabül etmektedir (infografik tablo).

Youtube ile beraber siber-uzamın mahiyetinin de değiştiği görülmektedir. Daha önceki internet alanında vurgu “we” iken Youtube ile beraber “You” vurgusu güçlenmiştir. Kullanıcıların özel yeteneklerini sergilediği videoların toplamı olarak teşekkül eden Youtube (İç, 2017: 66), bizzat Youtube çalışanları tarafından üretilen içeriklerden ziyade gönüllü içerik üreticileri ile temayüz eden bir siber-uzamsal alandır. Bu durumun kullanıcı tabanlı (user-generated) internet teknolojisinin gelişimine koştur olduğunu bir kez daha vurgulayarak, gönüllü

içerik üreticileri konusundan Youtuber meselesine girmek yerinde olacaktır. Nitekim kimlere Youtuber denir yahut her Youtube ziyaretçisi Youtuber mudur? Her video yükleyen Youtuber kapsamında değerlendirilebilir mi? soruları akıllara gelmektedir.

3.3. Karakter, Eylem ve Amaçları Açısından Youtuber

Yotuber Oxford sözlükte, bir video paylaşım sitesi olan Youtube'a video yükleyen, üreten ya da videolarda görünen kişi olarak tanımlanmıştır (Oxford Living Dictionaries). Tanımın içeriğinde Youtuber'a dair önemli bir nokta dikkatleri çekmektedir. Videolarda görünen kişi olarak ifade edilen kısım, bir Youtuber'ın önemli alamet-i farikalardan biri, ki bu durum herhangi bir Youtube kullanıcısıyla Youtuber arasındaki farka işaret etmektedir. Youtube, milyonlarca kişinin üye olduğu bir sayfa olmakla beraber herhangi bir şahsın herhangi bir içeriği yükleme özgürlüğüne sahip olduğu da görülmektedir. Youtuber ise gerek suretiyle gerekse de sesiyle, videolarında görünen kişi olarak içeriklerini üretir. Bunun haricinde ise video yüklemek Youtuber'ın teknik özelliği olup, üretmek kısmı ise bilgi mahiyetinde düşünüldüğünde enformatik, yaymak veya yayımlamamak manasında düşünüldüğünde ise yayıncı yönüne işaret etmektedir.

Youtuber'ı eylem, amaç ve karakterleri açısından tiplendirmek belli bir içerik analizi gerektirmekte olup, ampirik bir gözlem gerektirmektedir. Çağın imkanları ve internetin yaygınlığı nispetinde Dünyada ve Türkiye'de mebzul miktarda bulunmaktadır. Bir kısım Youtuber'ın profil görsellerini aktarmak gerekmektedir ki burada da popülasyon bakımından çok sayıda olanı temsil etme sorunu doğmaktadır. Ancak bu noktadaki sorun, Youtuber'ın en temel özelliklerinden biri olan "popülerlik" kavramı ile aşılabilir ki bir Youtuber, içeriklerini belli bir kitleye ulaştırmak suretiyle ürettiğinden sorun ortadan kalkmaktadır.

Youtube Türkiye'de en çok aboneye sahip 10 kanal, aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Kanal veya Youtuber	Tür	Abone Sayısı
Netd müzik	Müzik	7,558,812
NDNG – Enes Batur	Oyun	5,246,862
OHA diyorum!	Genel	3,651,429
Skgames	Oyun	3,788,746
Orkun Işıtmak	Genel	4,010,460
YAPYAP	Genel	3,141,460
Burak Oyunda	Oyun	2,708,864

Cem Yılmaz	Genel	2,215,063
Oyun Delisi	Oyun	2,163,538
Ruhi Çenet Videoları	Bilgi	2,551,144

(Bu Tablo youtubeturkiye.net adlı web sitesinden faydalanılarak hazırlanmıştır)

Tabloda yer alan kanallar, Youtube profillerinde kanallarını şu şekilde tanımlamışlardır; netd müzik “anlaşmalı müzik yapım firmalarından sağladığı, Türkçe pop müzikten alternatif müziğe kadar çeşitli tarzlardaki müzik kliplerinin resmi yayın platformudur.” (netd müzik Kanalı). NDNG – Enes Batur “Herkes Merhaba arkadaşlar ben Enes Batur, Kanalımda sizi eğlendirmeyi yapabilirsem güldürmeyi olmadı korkutmayı veya benim gibi oyunu yaşamamız için çaba harcıyorum. Videolarımda hayal gücümü konuşturuyorum, umarım sizi mutlu edecek videolar çıkarıyorumdur. Bana gelirse Antalya’da yaşıyorum uzun süredir Youtube’dayım 1.80 boyundayım kahverengi saçlı ela gözlüyüm. Videolar her gün Saat 19:00’da gelecektir ekran başında olun sizleri seviyorum.” (NDNG - Enes Batur Kanalı). OHA diyorum! “OHA Diyorum kanalında ilginç, komik, faydalı, eğlenceli videolar yayınlıyoruz. İlginç bilgiler veriyoruz, eğlenceli oyunlar oynuyoruz, rekor denemeleri yapıyoruz, komik fotoğrafları derliyoruz, enteresan sorulara cevap veriyoruz, göz yanılmaları ile şaşırtıyoruz, oha diyeceğiniz deneyler yapıyoruz. Videolarımızı çekerken önce biz eğleniyoruz, ardından elbette sizi eğlendirmeyi amaçlıyoruz.” (OHA diyorum! Kanalı). Skgames, İngilizce aslından çevirisiyle “Trafic Racer adlı oyun, yarış oyunları türleri konusunda bir kilometre taşıdır. Arabanı sür, para kazan, mevcut arabayı geliştir ve yenilerini satın al. Global tabloda en hızlı araba kullanan bir oyuncu olmaya çalış.” (Skgames Kanalı). Orkun Işıtmak kanalı ise, "Evet herkese merhaba ben Orkun" diye başlar eğlence ve komedi dolu videolarım. Video blog (vlog) videolarım ile günlük yaşamımda yaptığım etkinlikleri gösterir, gittiğim yerleri anlatır ve hayatımı sizlerle paylaşıyorum. "Yabancı Şarkılar Türkçe Olsaydı" gibi serilerim ile de aslında gözümüzün önünde olan ama göremediğimiz komik detaylara değinirim. Detayları için websiteme göz atabilirsiniz.” (Orkun Işıtmak Kanalı). YAPYAP kanalı, “YAPYAP kanalında hayata dair ilginç ipuçları sunuyoruz. Bazıları hayatınızı kurtarabilir, bazıları hayatınızı kolaylaştırabilir, bazılarını da sırf eğlence olsun diye yapabilirsiniz. Sürekli yeni videolar ekliyoruz. Kanalımıza abone olmayı lütfen unutmayın!” (YAPYAP Kanalı). Burak Oyunda! kanalı “Selamlar Dostlar ! Sevdiğim oyunları oynarken anlatarak videolar çekiyorum. Asıl amacım oyunlarda geçemediğiniz yerleri gösterirken aynı zamanda eğlendirmekte. İyi Günler İyi Oyunlar !” (2017). Cem Yılmaz kanalı, “Cem Yılmaz'a dair tüm video içeriklerini bulabileceğiniz Resmi YouTube sayfasıdır.” (Cem Yılmaz Kanalı). Oyun Delisi kanalı, “En yeni ve en eğlenceli oyun

videolarını Oyun Delisi YouTube kanalımızda bulabilirsiniz. Herkese iyi seyirler.” (Oyun Delisi Kanalı). Ruhi Çenet Videoları adlı kanal, “Araştır, Anla, Yaşa ve Paylaş... Sponsorluk ve iş görüşmeleri için ruhicenet@creator.st Yaratıcılık, bildiğiniz iki şeyi bilmediğiniz bir şekilde birbirine bağlamaktır - Leo Burnett.” (Ruhi Çenet Videoları Kanalı) şeklinde, kanalın içeriğini ve amacını ifade eden açıklamalarla kendilerini ifade etmişlerdir.

Yukarıdaki Youtuberlar’ın kanallarına dair yaptıkları açıklamalara uygun şekilde içerik ürettikleri görülmektedir. Esasen bu durum aynı zamanda Youtube’un hangi amaçlar doğrultusunda kullanıldığına dair işlevsel bir noktaya da işaret etmektedir. İçerikleri bağlamında bakıldığında, başta oyun olmak üzere eğlence içerikli videolar kullanıcılar tarafından talep edilmekte ve buna dair talebin arzı da Youtuberlar tarafından üretilmektedir. O halde bu noktada Youtuber’ın başka bir karakteristik özelliği ayan olmaktadır. Literatürde prosumer olarak adlandırılan kavram Youtuber tipolojisini tamamlayan önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. *Üretici* anlamına gelen *producer* kelimesi ile *tüketici* anlamına gelen *consumer* kelimelerinin melezlenmesiyle oluşan *prosumer* kavramı, yeni medya aygıtlarını kullanan şahısların hem üretici hem de tüketici konumunda olduğuna işaret eder (Ünür, 2016: 156). Bu haliyle Youtuber da prosumer kapsamında değerlendirilebilir. Youtuber üzerinden kişiselleştirilerek de söylenebileceği üzere, üretilen videolar gerek dolaylı gerekse de doğrudan kullanıcılar tarafından üretilerek yine kullanıcı tarafından da tüketilmektedir.

Youtuber, yeni medya olarak ifade edilen internet merkezli bir aygıtlar bütünüün temsilcisi durumundadır. Zira normal şartlarda, geleneksel medyaya ait herhangi bir yayın organında kendini ifade etme imkanı bulamayacak biri olarak Youtuber, kendi cephesinden, hatta tamamen domestik imkanlarla yayıncılık yapabilmektedir. Bu daha çok internet ortamının özgürlük ile ifade edilen bir ortam olmasıyla sıklıkla ilişkilendirilen durumla alakalıdır. Bu görüşü savunanlar nezdinde internet, yeni bir kamusal alana tekabül etmekte ve demokrasi açısından düşünüldüğünde, bireylerin kendi kendini ifade etme noktasında kolaylıklar sağlayarak daha özgürlükçü bir uzam olarak teşekkül etmiştir (Ersöz, 2005). Bu perspektiften bakıldığında Youtuber, geleneksel medyanın alternatifsiz, gündem belirleyen ve belli bir kurumsal dayatmaları olan yapısından öte serbest bir yayıncı olarak temayüz etmiştir. Bu noktada Youtuber, kendi perspektifine uygun videolarla, kendi ilgi ve alakasına yahut takipçilerinin eğilimleri doğrultusunda, kendi içeriğini üreten serbest yayıncı olarak ifade edilebilir.

Kitlesi açısından değerlendirildiğinde, diğer yeni medya aygıtlarının yanı sıra, Youtuber’ı takip eden kitle, hayali cemaat veya sanal bir cemaat özelliği taşımaktadırlar. Sanal

cemaat siber-uzamdaki örgütsel yapılanmalardır. Belli bir ilgi, ortak bir bilinç ve belli bir sosyalleşme sürecine tabi olan sanal cemaatler (Akkaş, 2013: 43) Youtuber kitlesinin de temel karakteristiğini oluşturmaktadır. Örneğin, oyunlarla ilgili bir içerik üreten Youtuber'a karşı ilgi, hobisel olarak oyun oynayan birinin takibiyle neticelenmektedir. Ortak ilgisi oyun olan bireyler, bir Youtuber içeriğinde bir araya gelmek suretiyle sanal bir cemaati inşa etmektedirler. Yahut bir başka örnek vermek gerekirse, seyahat etmeyi seven biri, mevzubahis ilgisiyle ilgili içerikleri internet ortamında arayacaktır. Bu çerçevede keşfedilen bir Youtube sayfası, kişinin hobisel ihtiyacını tatmin edecek düzeyde geliştirilecek olup belli bir kitleyi oluşturacaktır. Bu noktada Youtuber, belli bir habitusu, sosyal düzeyi, akran grubunu, sosyalleşme sürecinin farklı boyutlarının bir mümessili olarak değerlendirilebilir.

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü üzere, popüler Youtuber'lar daha çok oyun ve eğlence kapsamında değerlendirilebilecek içerikler üretmektedirler. Mezkur içerik, sosyolojik olarak “boş zamanlar kurumu” olarak ifade edilen sosyal bir kuruma tekabül etmektedir. Bu konunun daha geniş bir şekilde izah edilmesi gerektiği düşüncesiyle ayrı bir başlık altında değerlendirilebilir.

3.4.Boş Zamanlar Etkinlikleri Bağlamında Youtuber ve İçeriklerinin İşlevselliği

3.4.1.Boş Zamanlar Kurumu, Mahiyet ve İşlevleri

Evrensel, zorunlu ve önemli olarak ifade edilen boş zamanlar kurumu, aile, ekonomi, din, siyaset ve eğitim gibi toplumsal kurumlar arasındaki kategorizasyonda yerini alan ve dolayısıyla sosyolojik bir kurum olması münasebetiyle kurumlar sosyolojisi bağlamında değerlendirilen altı temel kurumdan biridir (Aydın, 2014: 275). En temel toplumsal kurumlardan biri olarak bakıldığında önemli, her toplumda farklı şekillerde icra edilse bile var olduğundan evrensel, bireyin gündelik hayat pratiklerinin önemli bir parçası olması münasebetiyle de zorunlu bir kurumdur. Nitekim temel kurum denildiğinde başlarda akıllara gelmeyen ancak ayrı bir temel kurum olarak kategorizasyonda yerini almasına dair güzel bir örnek vermek gerekirse; vahşi kapitalizm döneminden sonra işçilerin psikolojik durumlarını iyileştirmeye yönelik yapılan düzenlemelerde, “eight hour day” olarak ifade edilen 8 saat gün kuralı getirilmiş olup gündelik hayat, Victoria döneminde standardize edilmiştir. Buna göre 8 saat uyuma, 8 saat serbest zaman etkinliği ve 8 saat çalışma şeklinde bir gün taksim edilerek, günün üçte birlik kısmı, kurumsal olarak değerlendirdiğimiz serbest etkinliğe tahsis edilmiştir (Atakul, 2017). Bu haliyle serbest zaman önemli bir olgu olarak anlaşılmaktadır.

Boş zamanları değerlendirme kurumu dinlenme, eğlenme ve zevk alma gibi temel ihtiyaçların, genellikle bilgilenme, sanat faaliyetleri ve hobi olarak ifade edilen faaliyetlerle tatmin edildiği bir kuruma tekabül etmekte olup bu durum dinlenme, uyuma; oyun oynama, spor yapma; haz almak için bilgilenme ve sanatsal faaliyetlerde bulunma gibi alt kurumsallaşmaları kapsar. Bu yönüyle bakıldığında ise kültürel bir faaliyet olarak değerlendirilmekte olmakla beraber kültürlenme ile alakalı bir durumdur. Kültürlenme ise okuma, dinlenme ve seyretme gibi bir takım fiiller ile meydana gelir (Aydın, 2014: 276). Yukarıda bahsi geçen günlük taksimde icra edildiğinde serbest zaman etkinliği olarak değerlendirilir.

Aydın'ın (2014: 278-279) da ifade ettiği üzere, boş zamanları değerlendirme kurumu alt kurumlara ayrılmıştır ve bu alt kurumlar beş başlık altında değerlendirilmiştir. Bunlar; bireyin biyolojik ve psikolojik gelişimini sağlayan eylem şekli olarak spor; 2) Görsel yollarla temin edilen sinema, tiyatro ve televizyon; 3) işitsel yollarla yapılan müzik; 4) el becerisine dayanan El Sanatları ve 5) sonuncusu ise, basın ve yayıncı ile alakalı olan okuma. Bütün bu faaliyet biçimleri, kır-kent, yaşlı-genç, kadın-erkek vs. ikiliklerinde farklı alışkanlıklarda ve tarzlarda farklı şekilde icra edilmektedir.

Bununla beraber Aydın'ın, konumuzla alakadar bir tarzda kitle iletişim araçlarının, mezkur kurumu dönüştürdüğüne dair bir tespiti ayrıca dikkate değerdir. Buna dair pasajı aynen iktibas geçmek gerekirse,

“ Ne var ki günümüzde kitle iletişim araçları ve bu arada medya insanlarda ortak alışkanlıklar doğurmakta, global bir ortam meydana getirmektedirler. Yani modern dönemlerde teknolojik gelişme ve onun getirdiği yapılanma toplum-kurum ilişkisini teke tek olmaktan çıkarmış, araya teknik araçlar girmiştir. Bu süreçte kurumsal yapılar geri dönüşlü olarak yeniden üretilmektedir ki ülkemiz de bunun dışında değildir.” (Aydın, 2014:279).

3.4.2.Serbest Zaman Değerlendirmesi Bağlamında Youtuber ve Youtube Evreni

Yukarıdaki kavramsal çerçeve dahilinde Youtuber'ın en temelde ifade edebileceğimiz yönü, onun toplumda belli bir kesimin serbest zamanlarını değerlendirme ihtiyacının tatmini noktasında bir işlevselliğe sahip olmasıdır. Bireyler, işten ve okuldan arta kalan vakitlerde, -en azından yukarıdaki herhangi bir Youtuber'ın milyonları aşan takipçileri açısından- bir Youtuber'ın ürettiği içeriği tüketmek suretiyle boş zamanını değerlendirmektedir. Youtuber ise bahsi geçen işlevi yerine getirme hususunda, görsel ve işitsel alternatifler üreten bir şahıs olarak işlevsel bir karakter kazanmıştır.

İlk bölümlerde de ifade ettiğimiz üzere, bu web 2.0 devriminin ardından görsel ve işitsel nitelik kazanıp kullanıcı tabanlı olarak gelişim kaydeden siber-uzamın doğrudan yapısal imkanıyla alakadar bir durumdur. Aydın'dan iktibas geçtiğimiz pasajda ise bu yapısal vurguya gönderme vardır zira, yapısal olarak gelişen siber-uzam, kurumsal olarak ifade edilen serbest zaman etkinliğini dönüştürerek farklı bir ilişkisellikler silsilesini doğurmuştur. Bu noktada siber-uzamın yapısal katkısı önemli olmakla birlikte genelde bütün prosumerlerin özelde ise Youtuber'ların bireysel katkıları yadsınamaz bir gerçektir.

Aydın'dan refere ettiğimiz satırlar dahilinde anlaşılan o ki boş zaman etkinliği aynı zamanda kültürlenme ile alakalı bir meseledir. Bu hususta denilebilir ki Youtuber, içerikleriyle belli bir kültürlenme aurasına katkı yapmaktadır. Nitekim Yusufoglu'nun (2017) *“Boş Zaman Faaliyeti Olarak Akıllı Telefonlar ve Sosyal Yaşam Üzerine Etkileri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”* başlığı altında yürüttüğü bir saha araştırmasında, katılımcıların günlük telefon kullanımı, %39 oranında günlük 4-6 saat arası, %34'ü günlük 1-3 saat arası, %22'si günlük yedi saatten fazla ve %5'i ise bir saatten az olarak belirlenmiştir. Sosyal ortamlarda telefonla meşgul olma durumunu sorgulayan soruya katılımcıların %51,3'ü “evet genellikle”, %38,4'ü “bazen” ve son olarak %10,3'ü ise “hayır” cevabını vermiştir. Akıllı telefonları kullanma amacına ilişkin soruya ise katılımcıların %59,3'ü telefonların sesli iletişimden sonraki en önemli özelliğinin sosyal medya araçlarını kullanmak olduğunu dile getirmişler ve geriye kalan kısmı ise telefonun diğer fonksiyonları olduğunu ifade etmişlerdir. Son olarak konumuz açısından önemli başka bir veri ise, katılımcıların diğer boş zaman etkinliklerinin ne olduğunu ifade eden soruya ilişkindir. Akıllı telefonlar dışında diğer boş zaman etkinliklerinden üç tanesini sorgulayan soruya katılımcıların, %57,3'ü gezmek, %43,8'i kitap okumak, %36,61', tv/film seyretmek, %28'i müzik dinlemek, %23,38'i spor yapmak, %23,07'si uyumak, %21,23'ü alışveriş yapmak, %16,3'ü kahvehaneye gitmek, %15,07'si temizlik yapmak, %13,53'ü aile ve arkadaşlarla sohbet etmek cevaplarını vermişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde, akıllı telefonların gençler arasındaki kullanım sıklığı oldukça geniş olup, kullanma amaçları açısından sosyal medya kullanımının oransal büyüklüğü de dikkatleri çekmektedir. Youtube'un da bir sosyal medya platformu olduğunu hatırlayacak olursak, genelde sosyal medya özelde ise Youtube, önemli bir boş zaman değerlendirme mekanı, Youtuberlar ise buna içerik üretmek suretiyle işlev gören bir tipolojiye tekabül etmektedir. Günlük akıllı telefon kullanım oranının saat bazındaki çokluğu, dijital ortamın serbest zaman etkinliklerini dijitalleştirdiği görülmektedir. Tabi, bu bilgiler bütün siber-uzamı içine alan geniş

bir kapsamla alakalı olmakla beraber Youtube ve Youtuber ise bunun bir parçası olması münasebetiyle önemli bir noktayı teşkil etmektedir.

4.Bilginin Mahiyetindeki Dönüşümler Çerçevesinde Youtuber: Bir Bilgi Elçisi Olabilir Mi?

4.1.Tarihi ve Kavramsal Arkaplan: Bilginin Mahiyeti ve Enformasyon Çağında Bilgi

Felsefenin yıllar içerisindeki değişimi, yaşanan toplumdan, zaman ve mekanın temayüllerinden ayrı düşünülemez. Zira tarihi vetirede felsefi eğilimler ve bilginin mahiyetine ilişkin bir takım tanımlamalara bakıldığında, bu durum daha anlaşılır olacaktır (Çalık ve Çınar, 2009: 80). Bu bakımdan bilgiye dair yapılan yorum ve tanımlamalar, dönemlere ve bu dönemlerin temsilcileri nezdinde bilginin mahiyetine ilişkin kısa, panoramik bir izahını yapmak faydalı olacaktır. Bu meyanda konunun Youtuber tipolojisi ile olan ilgisi sorgulandığında, Youtuber'ın bilginin üretimi, mahiyeti ve yayılma biçimlerini gösterme noktasında bir turnusol kağıdı mesabesinde olduğunu peşinen kabul etmek, bu başlık altında verilmek istenen manayı daha anlaşılır kılacaktır.

Enformasyon toplumunda bilgi meselesine gelmeden önce daha önceki dönemlerde, bilginin mahiyetine ilişkin bir takım tartışmaları çok kısa bir şekilde vermek isabetli olacaktır. Antik Yunan döneminde, Sokrates, bilgiyi etik bağlamda değerlendirerek, bilginin erdemli davranışlara yol açtığı ölçüde bilgi olabileceği görüşünü savunmuştur. Platon, formların bilgisi ve ideaların bilgisi tasnifiyle bilgiyi metafizik evrende değerlendirmiş olup Aristo ise kurucusu olduğu mantık ilmi çerçevesinde sistematik değerlendirmiştir. Bilginin deneyimle başladıktan sonra akıl süzgecinden geçerek maddi dünyaya ilişkin tasarımlar elde edilir. Ortaçağ felsefesinde, özellikle Hristiyan Batı dünyasında din-felsefe sentezinde bir bilgi sistemi geliştirilmiştir. Örn. St. Augustine pratik bilgi ve teorik bilgi olarak tasnif ettiği bilgi sisteminde, pratik bilgiyi doğrudan hayatın bilgisi olarak betimlerken, teorik bilginin ise hakikatin bilgisi olduğunu savunarak dini bir perspektif ortaya koymuştur. Rönesans döneminde bilginin mahiyetine ilişkin tartışmalar hümanizm çerçevesinde tartışılmıştır. İnsan bilgisi bilimsel bir çerçevede dünyaya ilişkin bilgileri elde edebileceği görüşü hakimdir. 17. Yüzyıl felsefesinde ise Rönesans'ın etkilerinin sürdüğü görülmekte olup Descartes'in görüşleri bu noktada önem arz etmektedir. Bilgiye ulaşmanın mümkünatının şüphe ile olabileceğine dair bir görüş serdederek duyular yoluyla elde edilen bilginin dahi şüpheye tabi olduğunu savunmuştur. Aydınlanma döneminde ise Kant'ın görüşleri doğrultusunda, Descartes'in rasyonalizmi ile F.

Bacon'ın amprizmi çerçevesinde bir bilgi sistemi hakimdir. Fransız ihtilali ve Sanayi devrimi gibi iki önemli kırılma noktasını tecrübe eden 19. Yüzyıl felsefesinde ise birey merkezli çok farklı düşünce disiplinleri meydana gelmiştir. Hegel'in diyalektik dediği akıl yürütme biçimi ise bu dönemin bilgi konusundaki eğilimlerini gösterir mahiyettedir. Tez ve Antitezin diyalektiğinde meydana gelen sentez ile oluşumunu tamamlayan bir sürece tekabül eden bilgi sistemi genel eğilimi meydana getirir. 20. Yüzyıla geldiğimizde ise önceki dönemlerde olduğu gibi bu dönemde de çağın imkanları bilgi sistemini şekillendirmiştir. Örneğin postmodern bir fikir adamı olan Braudillard, konumuza ilişkin bir şekilde simülasyonlar üzerinden bir bilgi sistemine işaret eder. Ona göre, her kavram kitle iletişim teknolojileri marifetiyle zihinlerde oluşmaya başlamış ve bireyler üzerinde zihinsel bir tembellik hasıl olmuştur. Olaylara ve olgulara karşı gerçeklik algısı hiper-gerçeklik halini almıştır (Çalık ve Çınar, 2009: 78-81).

Antik çağdan 21. Yüzyıla değin değişen bilgi yaklaşımlarına bakıldığında, antik çağ ve sonrasındaki birkaç dönemde bilgi tartışmaları mahiyete ilişkin tartışmalar minvalinde cereyan etmiş iken enformasyon çağı olarak ifade edilen günümüz toplumunda ise bilgiye ulaşmanın hızı ve şekilleri üzerinden şekillenmiştir (Çalık ve Çınar, 2009: 82). Kitle iletişim araçları bu konunun esas amili olarak temayüz etmiştir. Artık epistemolojik meseleler, mahiyete ilişkin tartışmalardan çıkıp bilginin neşrine ilişkin tartışmalar halini almıştır. Zaten Aydın'ın (2013, 221) da ifade ettiği üzere, enformasyon bilgilendirme demektir. Ona göre enformasyon naiv bir bilgi edinme durumundan ziyade, bilgilendirilenin hilafına ilişkin bir duruma tekabül etmekte olup, bilgilendirenin inisiyatifinin ön planda olduğu bir durumdur. Bu da bazı kavramlara dair bir takım tanımlamaları gerektirmektedir.

Veri: Araştırmak, toplamak, keşfetmek yoluyla elde edilen yapılandırılmamış ham bir bilgiye tekabül eder.

Enformasyon: Veriye göre daha fazla işlenmiş olup, bir bağlama sahiptir.

Bilgi: Bakış açısına göre ve deneyim vasıtasıyla elde edilir. Enformasyonun statik yapısına karşı bilgi daha dinamik bir mahiyet arz eder.

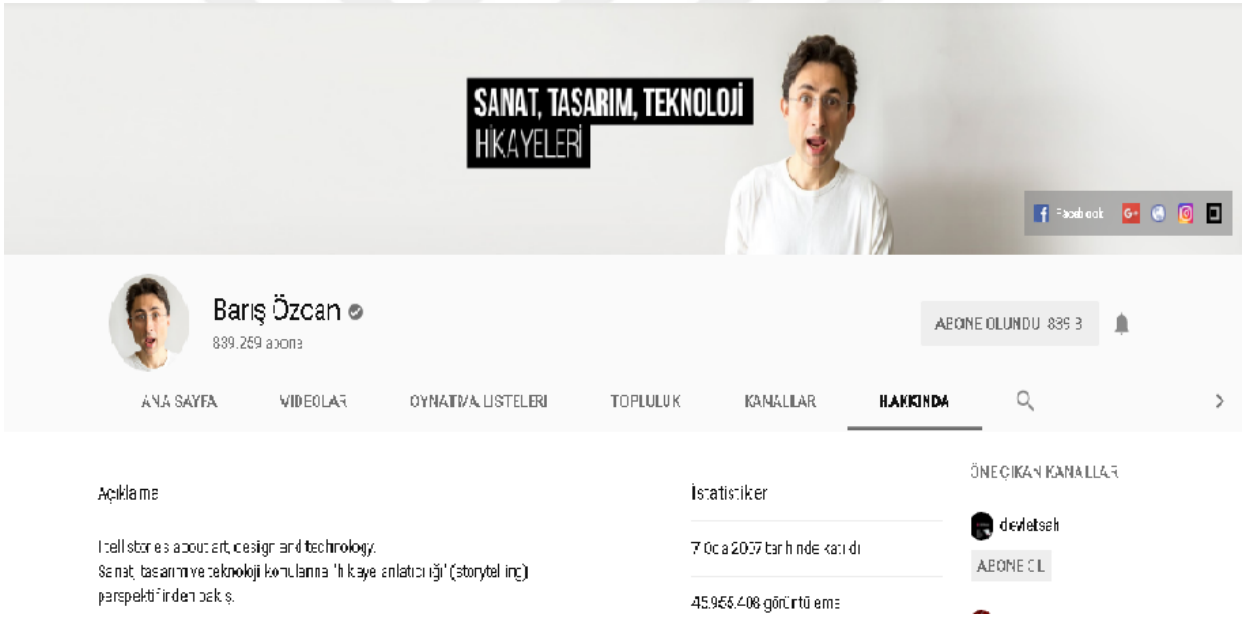
Bilgelik: bilgiyi anlama düzeyine ilişkindir (akt. Bozkurt, 2014: 512).

Yukarıdaki kavramlar birbirine yakın kavramlar olmakla beraber ancak ince nüanslar ile ayırt edilebilecek kavramlardır. Veri ve enformasyon geçmişle ilgili olup belli bir bağlamda toplanır. Bilgi ise şimdiki zamana ilgili olup bilgelik ise gelecekle alakadardır. Nihai kertede

ise bu kavramlar arasındaki ilişkisellik, veri enformasyonun, enformasyon bilginin, bilgi ise bilgeliğin nüveleridir (Bozkurt, 2014: 512) .

5.Enformasyon İşçisi Olarak Youtuber

Youtuber'lar içerik üreticisi ise bu üretilen içeriğin muhtevası, felsefi bağlamda bilgi ile ne derece örtüştüğü akıllara gelen ilk sorulardan biridir. Bilgi nedir? Neyi Amaçlar? Tarihi vetirede bilginin dönüşümü nasıl cereyan etmiştir? tarzındaki sorular ve elde edilen cevaplara göre Youtuber enformatik açıdan mülhaza edilebilir. Youtuber'ların ürettiği içeriklerin epistemolojik açıdan mahiyeti nedir ve nasıl bir toplumsallık üretmektedir? Önemli ölçüde bir takipçi kitlesine ulaşmış olan, oyun, müzik ve eğlence haricinde bilgilendirici içerikler üreterek, dolayısıyla enformasyon üreten bazı Youtuber'ların sayfalarının, ekran görüntüsü almak suretiyle görsellerini paylaşmak gerekirse;



Fotoğraf 9: Barış Özcan Kanalı Ekran Görüntüsü (www.youtube.com)

Barış Özcan adlı Youtuber, sanat, tasarım ve teknoloji konularında haftalık videolarını yayınlamakta olup an itibariyle, 858 bin takipçi kitlesine sahiptir. Herhangi bir bilimsel, sanatsal ve teknolojik konu hakkında içerikler üreterek, takipçilerinin enformatik ihtiyaçlarına cevap vermektedir.

Ruhi Çenet Videoları 2.557.352 abone

ABONE OL 2,5 MN

ANA SAYFA VİDEOLAR OYNATMA LİSTELERİ KANALLAR **HAKKINDA**

Açıklama

Araştır, Anla, Yaşa ve Paylaş...
Sponsorluk ve iş görüşmeleri için ruhichenet@creator.st

Yaratıcılık, bildiğiniz iki şeyi bilmediğiniz bir şekilde birbirine bağlamaktır - Leo Burnett.

İstatistikler

19 Eyl 2012 tarihinde katıldı

291.685.914 görüntüleme

2. KANALIM:

Ruhi Çenet İnceliyor

ABONE OL

İLGİLİ KANALLAR

Fotoğraf 10: Ruhi Çenet Videoları kanalı ekran görüntüsü (www.youtube.com)

Ruhi Çenet Videoları adlı kanalıyla, eğitim, sağlık, teknoloji, seyahat vs. hayata dair herhangi bir konu hakkında videolar yayınlarak yukarıdaki tabloda da görüleceği üzere, Youtube Türkiye’de 2,5 milyon abone sayısıyla en çok takip edilen ve izlenenler arasına girmiştir.

BASFI Deneysel BİLİM

Basfi ile Deneysel Bilim 72.700 abone

ABONE OLUNDU 72 B

ANA SAYFA VİDEOLAR OYNATMA LİSTELERİ KANALLAR **HAKKINDA**

Açıklama

Basfi ile deneyler yaparak hep birlikte öğreniyoruz. Her hafta yayınladığımız videolar ile herkes için, herkese göre basit ve anlaşılır videolarımızla bilimin sırlarını çözüyoruz. Bilim hiç bu kadar eğlenceli olmamıştı!

BASF Türk Kimya tarafından hazırlanmıştır.

İstatistikler

8 Mar 2017 tarihinde katıldı

705.653 görüntüleme

İLGİLİ KANALLAR

Barış Özcan

ABONE OLUNDU

Muhtasar Muhabbet

ABONE OL

Fotoğraf 11: Basfi ile Deneysel Bilim kanalı ekran görüntüsü. (www.youtube.com)

Basfi takma adlı Youtuber ise herhangi bir bilimsel konuyla ilgili deney videoları yapmaktadır. Basfi, 72 Bin kişilik bir takipçi kitlesinin enformatik ihtiyaçlarına yönelik içerikler üretmektedir. Bununla beraber, Youtube’da sadece bilgiye yönelik daha birçok Youtuber halihazırda faal olarak içeriklerini üretmeye devam etmektedirler. Youtube’a bu

yönüyle bakıldığında, izleyenler serbest zaman etkinlikleri içerisinde bilgilendirici videolara da ulaşabilmektedirler.

Youtuber bilgi üreten bir tipoloji midir? Sorusu temel meselemizdir. Bir üst başlıktaki kavramsal ve kuramsal çerçeveden anlaşılacağı üzere, Youtuber bilgiyi üretmekten ziyade onu neşreden, toparlayan ve belli bir kolaj dahilinde dağıtan bir kişiliktir. Özellikle yukarıda iktibas geçtiğimiz bilgiye dayalı içerik üreten Youtuberlar buna güzel bir örnek teşkil edebilir. Youtuber, Aydın'ın enformasyonu bilgilendirme olarak tanımladığını da hatırlayacak olursak bağlamına oturmaktadır. Youtuber, enformasyon olarak ifade edilen bir bilgiyi belli bir içerik dahilinde video suretinde paylaşmaktadır.

Geçmişten günümüze meydana gelen epistemolojik tartışmalar Youtuber tipolojisi üzerinde bir turnusol kağıdı etkisiyle ayan olmaktadır. Nitekim geçmişte, antik dönemden enformasyon çağı olarak ifade ettiğimiz döneme kadar bilginin mahiyetine ilişkin tartışmalar minvalinde bir epistemoloji hakim iken günümüzde dağıtımıyla alakalı konular üzerinden gelişmektedir. Onun için bu noktadan sonra bilgi yerine enformasyon kavramını kullanmak daha isabetli olacaktır. Özetlemek gerekirse, Youtuber belli bir enformasyonu, kendi kitlesinin ilgisine sunmak suretiyle dağıtarak, enformatik bir işçi veya elçi suretinde bir işleve sahiptir.

Youtuber'a dair genel bir hasılayı değerlendirmek gerekirse, Youtuber belli bir kitleye, belli başlı içerikler vadederek ve bunu yaparken de görsel ve işitsel olarak, bizzat ve bilfiil video içeriklerinde rol oynayan bir karaktere sahiptir. Eğitim, sağlık, sanat, teknoloji, oyun, müzik ve sair eğlence içerikleriyle, geleneksel medyadaki alışılmış programlardan ziyade, kurumsal olmayan, kendi kurallarını kendisi belirlemesi sebebiyle nispeten daha özgür, yeni medyanın serbest içerik üreticileridir.

4.OYUNCU (GAMER)

Tipleştirmeye geçmeden önce, tipleştirmeyi ifade edecek bir dilsel sorundan bahsetmek gerekmektedir. Türk Dil Kurumu sözlüğünde “oyun” kelimesine bakıldığında karşımıza 10 farklı sonuç çıkmaktadır. Bunları kısaca ifade etmek gerekirse; yetenek ve zeka geliştiren iyi vakit geçirmeye yarayan eğlence; sanatsal performans; müzik eşliğinde yapılan hareketler bütünü; bedenen yapılan yarışmalar; kumar; şaşkınlık uyandıran hüner; hile, düzenbazlık, entrika (TDK) vs. şekillerde tanımlanmıştır. Oyun veya oyuncu denildiğinde, Türkçe'yle ilgili olarak, zikredilen bütün bu anlamlar akıllara gelebilmektedir. İngilizce'deki “play” ve “game” arasındaki ayrım, Türkçe için geçerli değildir. Bu ayrıma göre “game” sadece isim halinde

kullanılmakta olup “play” kelimesi ise hem isim hem de fiil anlamlarında kullanılabilir. Ayrıca, “play” kelimesi “game” kelimesine nispeten oyun kelimesinin daha geniş kapsamına işaret etmektedir (Doğu, 2006: 364). Türkçe “oyuncu” denildiğinde çağrışan birçok anlama mukabil “gamer” denildiğinde ise “dijital oyunları oynayan kişi” akıllara gelmektedir. Özellikle siber-uzamda “gamer” kelimesi, “oyuncu” ifadesinden daha yaygındır. Her ne kadar oyuncu kelimesinin çağrıştırdığı anlamsal çokluktan kaynaklanan bir dilsel soruna sahip olsak da bu başlık altında daha milli bir ifade olması sebebiyle oyuncu demek daha uygun görmekteyiz.

Siber-uzamı ve dijital kültürü anlama ve açıklama noktasında yazmayı uygun gördüğümüz oyuncu tipolojisinin, istatistiklere yansıyan rakamlar nezdinde önemi daha da anlaşılmaktadır. 2016 yılı istatistiklerine göre, Türkiye’de dijital oyunları oynayan kişi sayısı 30 milyona ulaşmıştır. Meydana gelen bu kitle haliyle yeni bir dijital piyasa meydana getirmiş ve bu piyasadaki üreticilerin toplam karı 755 milyon dolar seviyesine çıkmıştır. Mevcut gelir dünya sıralamasında 16. Sırada yer almaktadır (Dijital Oyunlar Raporu, 2017). Oyun sektörünün meydana gelmesi pek çok toplumsal unsuru beraberinde getirmiştir. Örneğin; oyunun zararlı ve faydalı yönlerine dair sivil toplum kuruluşları ihdas edilmiştir. Oyuncu çokluğu aynı zamanda farklı bilim dallarında da araştırma konusu olmuştur. Mesele bilimsel olarak ehemmiyet kazanmışken, burada bir tipleştirme suretiyle, oyuncunun sosyolojik arkaplanı incelenmeye çalışılacaktır.

4.1.Geleneksel Oyun ve Toplumsal İşlevleri

Sosyalleşme açısından önemli bir aşama olan oyun, semboller, taklit, roller ve kurallar gibi temel evrensel ritüellerin öğrenildiği sosyalleştirici bir itki olarak kabul edilmektedir. Oyun, hayvanların yavrularını vahşi hayata hazırlama ve adapte etme sürecinde önemli bir nokta olduğu gibi, insanlar açısından da çocukların toplumsal hayata adapte olma konusunda da önemli bir işlevi ifa etmektedir. “mış gibi yapma” şeklindeki bir eylemlilik halini gerektiren oyun, belli bir yapıyla özdeşleme ve kültürel formların öğrenilmesi hususunda önemli bir noktadır. Genel itibarıyla toplum ve özelde gündelik hayat da belli başlı öğrenilmiş davranışların icra edilmesi yahut rollerin ifası açısından bakıldığında oyuna paralel bir anlama sahip olduğu anlaşılmaktadır. Gündelik hayat ile oyun arasındaki temel fark, gündelik hayat spontan, oyun ise kurgusaldır. Çocuk, kurgulanmış bir oyunda, rol yapmayı, taklit etmeyi, duruma göre tutum ve davranış geliştirmeyi, başarılı ve başarısız olma tecrübesini edinmeyi, kurallara bağlı olmayı ve aksi durumda dışlanmayı, ödül ve ceza sistemini öğrenmektedir (Akın, 2011: 111-112).

Oyun ve oynaşma, sembolik etkileşimcilik paradigması açısından da eksen kavramlardandır. Mead, çocuk gelişimi ve çocuğun sosyalleşmesi açısından oyun ve oynaşma aşamasının toplumsal rollerin öğrenme boyutunu ele almıştır. Oynaşma aşamasında çocuk, ötekilerin duruma göre aldıkları tavırları, tutumları benimsemeyi öğrenir. Örneğin, çocuk “anne ve baba” rollerini oynaşma aşamasında gözlemler ve bu noktada kendini sınaama imkanı bulur. Oynaşma aşamasında çocuk ötekilerin rolünü öğrendiği halde oyun aşamasında ise başka herkesin rolünü alması beklenir. Farklı roller arasındaki ilişkilerin öğrenildiği oyun aşamasında, çocuk artık spesifik bir grup içinde nasıl davranması gerektiğini öğrenmiş olur. Oynaşma ve oyun aşamasından sonra, son kertede genelleşmiş öteki kavramı açığa çıkar. Genelleşmiş öteki tüm topluluğun ortak tutumudur. Çocuk sadece kendini, salt kendi bakış açısından değil ötekilerin görüşü üzerinden de anlamlandırmaya başlar ve buna uygun tutumlar geliştirir. Sonuçta, çocuk yahut birey, belli bir benlik kalıbına girer (Ritzer, 2011: 222-223).

Literatürde, oyuna dair tiplendirme “*Homo Ludens*” (Oynayan İnsan) adlı çalışmasında Johan Huizinga tarafından yapılmıştır. Oyunu hukuk, dil, savaş, şiir, bilgelik, sanat gibi parametreler üzerinden ele almakla beraber oyunun kültürel yönü üzerinde durmuştur. Hatta ona göre kültür oyun biçiminde doğar ve başlangıçtan itibaren kültürün oynanan bir şey olduğunu iddia eder. Örneğin iptidai toplumlarda avlanma gibi hayati bir ihtiyaç oyun biçiminde yapılabilmektedir. Bu yönden bakıldığında, kültürel gelişim aynı zamanda oyunlar üzerinden cereyan eden bir gelişimdir (Huizinga, 2006: 70). Oyunun kültürü inşa edici bu yönüne koşut olarak bireysel düzeydeki etkisi sosyalleşme şeklinde meydana gelmektedir. Birey bir noktadan düşüldüğünde, oyunlar vasıtasıyla kültürel bir form kazanarak, toplum sahasında birey olma sürecini tamamlar.

4.2. Geleneksel Oyun ile Dijital Oyun Arasındaki Benzerlikler ve Farklılıklar

Anlaşılabacağı üzere, gerek sosyal bilimlerinin araştırma nesnesi olması münasebetiyle gerekse de toplumsallaşma sürecinde önemli bir kavram olması sebebiyle oyun, bireyin bir takım tutum ve davranışları açısından önemli bir noktaya tekabül etmektedir. Ancak yukarıdaki oyun kavramı ile bir “gamer” açısından oyun kavramı arasında ince bir çizgi vardır. Bu çizgi şüphesiz zaman ve mekan parametrelerinin bilinen anlamların ötesinde var olan ve daha farklı bir gerçeklik düzeyine sahip dijital uzama tekabül etmektedir. Fiziki bir performans gerektiren evcilik oyununda çocuk, bir takım aile içi rolleri öğrenmektedir. Başka bir örnek vermek gerekirse, yakan top oynayan bireyler her ne kadar bu eylemi eğlence amaçlı yapsalar da, nihayetinde belli kural ve kaidelerin oyun içerisinde geçerli olduğunu ve bu kurallara uyulması

halinde oyunda kalabileceklerini, aksi durumda ise oyunun bozulacağını yahut dışlanacağını öğrenmeleri açısından oyun, önemli bir sosyolojik parametredir. Anlaşıldığı üzere, dijitalleşme diğer birçok noktada fiziksel edimi izale ettiği gibi oyun noktasında da fiziksel eylemliliği azaltmıştır (Klavye, mause veya konsol hareketlerini, oyun oynama ediminin eylemliliği olarak kabul edersek “fiziki eylemin azalması” da uygun bir ifade olabilir.)

Yeni bir kültürel atmosfer inşa eden dijitalleşme olgusu, hayata dair diğer çoğu şeyde olduğu gibi, geleneksel oyunların da mahiyet ve biçimlerini değiştirmiştir. Ekran üzerinden meydana gelen bu yeni gerçeklik, kısacası her şeyin sayılar üzerinden kodlanarak belli bir ekran görüntüsüne kavuşması, geleneksel oyunları dijital oyunlara tahvil etmiştir. Oyun şekilce değişmiş olsa da ilkece aynı işlevleri ifa etmektedir. Binark’ın (2007: 11) da ifade ettiği üzere, gerçek yaşamda kurallara uyma zorunluluğunun öğrenilmesini sağlayan toplumsallaştırıcı bir saik olan oyun, siber-uzamda bilgisayar, konsol ve online oyunlar şeklinde gerçekleşmektedir. Yukarıda oyunun işlevlerine dair zikrettiğimiz, rekabet, rol, ödül ve ceza, dışlanma ve bütünleşme durumları dijital oyunlarda da geçerlidir. Dolayısıyla geleneksel oyunlarda olduğu gibi dijital oyunların da sosyalleştirici bir yönü vardır.

Geleneksel oyun ile dijital oyun arasındaki benzerlikler, Juul’un oyuna matuf belirlediği altı nitelik üzerinden değerlendirilebilir.

- 1) Kurallar: Her oyun belli kurallar dahilinde oynanır.
- 2) Ölçülebilir Sonuçlar: Her oyun ölçülebilir sonuçlara sahiptir.
- 3) Sonuçlara Göre Değerlendirme: Oyun sonunda, oyuncular olumlu ya da olumsuz şekilde değerlendirilir.
- 4) Oyuncunun Çabası: Her oyun rekabet gerektirir.
- 5) Oyuncunun Sonuçla Bağ: Oyuncu, oyun sonunda mutlu olma ve üzülmeye gibi duygusal tepkiler verir.
- 6) Uyarlanabilir Sonuçlar: Örneğin kumar oynayan tarafların ortaya bahis koyma ya da koymama üzerinde tercih edilebilir kurallar koyma yetkisi vardır (Akt. Doğu, 2006: 364).

Yukarıdaki 6 prensip geleneksel ve dijital oyunlar için ortak paydayı oluşturmaktadır. Her iki oyun belli kural ve kaideler dahilinde oynanmakta, kurallara uyulmaması durumunda ya oyun bozulmakta ya da kuralları ihlal eden kişiler oyundan atılmaktadır. Her iki oyun edimi de ölçülebilir sonuçlara sahip olmakla beraber, sonuçlar olumlu ve olumsuz olarak değerlendirilmektedir. Gerek dijital gerek geleneksel oyunlar, belli bir rekabet temelinde oyuncunun çabasını gerekli kılmaktadır. Oyun bitiminde kazananlar ve kaybedenler arasında

mutluluk veya üzgünlük gibi duygusal sonuçlar gözlemlenebilmektedir. Kurallar ise tarafların tercihlerine göre tercih edilebilir ya da değiştirilemezdir.

Bilgisayar oyunları, geleneksel oyunlara nazaran daha standartlaştırılmış bir çerçeveye sahiptir. Başka bir deyişle, kuralların esnetilmesi ve değiştirilmesi yazılımı değiştirmeyi gerektirdiğinden ve oyuncunun genel itibarıyla böyle bir yetkisi olmamasından dolayı pek mümkün değildir. Ayrıca geleneksel oyunların aksine bilgisayar oyunları belli fiziksel materyallere üzerinden icra edilmez. Bu haliyle bilgisayar oyunları, oyuncuyu kendi kurgusuyla özdeşleştirme konusunda daha etkilidir. Yani bilgisayar oyunları, oyunun kurallarını öğretme gibi bir zorunluluğu vardır. Bilgisayar oyunlarının geleneksel oyunlardan ayrılan en önemli farkı ikonik olmasıdır. Yani belli bir semiyotiğe dayanan göstergeler üzerinden meydana gelmektedir. Örneğin bir bilgisayar oyunu, yerçekiminin olmadığı bir simülasyonda gerçekleşebilir ancak geleneksel oyunlar fiziki alan ile sınırlı olduğundan böyle bir durum söz konusu değildir (Doğu, 2006: 366-367).

Geleneksel oyun ile bilgisayar oyunları arasındaki farkı anlama noktasında, Baudrillard'ın eleştirel yaklaşımı ayrıca önem arz etmektedir. Baudrillard, bilgisayar oyunlarından öğretici yanından ziyade tepkisel bir yönü olduğunu iddia etmektedir. Örneğin, 5 şıklı bir bilgisayar oyununda, makinanın belirlediği kısa bir süre içerisinde cevap zorunluluğu bulunmaktadır. Burada verilen süre, düşünsel olmaktan öte tepkiseldir. Çünkü düşünme eylemi, belli bir entelektüel süreç gerektirmekte olmakla beraber, bilgisayar oyunundaki süre tamamen tepkisel mekanizmalardır. Bu tür bir oyun düzeninde, bilmek eylemi görmek şeklinde kodlanmıştır. Baudrillard, burada bilgisayar oyunları üzerinden tüketim kültürüne dair bir örneklendirme yapmaktadır. Bir radyo programında oynanan, katılım esaslı soru cevap oyunları örneği ile beraber tüketim kültürü tezini de ayrıca temellendirmektedir. Ona göre bu oyunda verilen cevapların doğruluğu yahut yanlışlığı önemli değildir. Daha çok katılımcının sesini radyodan duyurmak suretiyle belli bir kitleye ulaşabilmesiyle alakadar işlevsel bir mahiyet arz etmektedir. Her iki oyundaki temel amaç bilgi elde etmek değil, belli bir kitleye dahil olmak suretiyle, Baudrillard'ın ifadesiyle “en küçük ortak kültür” meydana getirmektedir (Baudrillard, 2017: 126-127). Baudrillard bahis mevzusu analizinde bütün bütün haksız değildir. Nitekim mevcut oyun piyasası “göstergeler üzerinden inşa edilen bir tüketim kültürü meydana getirmektedir. Bu noktada oyuncu, mevcut kültürel haleden, tüketimin yeni faili olarak temayüz etmiştir.

4.3.Tüketimin Yeni Faili Olarak Oyuncu

“Computer Space” adlı bilgisayar oyunu, 1971 yılında piyasaya sürülmesinden sonra başlayan oyun endüstrisi bugün itibariyle, 24,75 milyar dolarlık bir bütçeye erişmiş olup dünya genelinde 1 milyarın üzerinde bir kitleye erişmiştir (Irmak Yalçın ve Erdoğan, 2015: 29). Meydana gelen bu büyük piyasa, diğer birçok pazarda olduğu gibi, bu noktada da bir tüketim kültürü meydana getirmektedir. Üretilen oyunlar, oyuncular tarafından ücret mukabilinde satın alınmakla beraber, standart haliyle “oynaması ücretsiz (F2P – free to play)” oyunlar da bulunmaktadır. Her ne kadar oyunun standart hali ücretsiz olsa da, bugün birçok oyuncu, oyun içi kozmetik denilen dijital metalara para harcayabilmektedirler. Oyuncunun bu yöndeki harcamaları, oyun içerisinde daha kolay seviye atlamak, diğer oyunculardan farklı görünmek ve rekabeti kolaylaştırmak gibi arzularına hizmet etmektedir (Gülsoy, 2017: 154). Oyuncunun bu noktadaki harcama eğilimleri, yeni bir piyasadan neşet eden yeni bir tüketimsel alışkanlığa tekabül etmektedir. Oyun metası olarak adlandırabileceğimiz mezkur oyun kozmetiği, fiziken bir kullanım değerine sahip olmamanın yanı sıra, göstergeden ibaret bir meta olmasından dolayı bir gösterge değerine tekabül etmektedir.

F2P (Oynaması Ücretsiz) oyunlar her ne kadar ücretsiz olarak tanımlansa da, oyun içi ekonomi diye tabir edebileceğimiz farklı bir para kazanma stratejisi geliştirmişlerdir. Binark’ın ve Bayraktutan’ın (2011: 17-18) icra ettiği bir alan araştırmasında, Emre Ede adlı katılımcının F2P (Oynaması Ücretsiz) oyunları ile ilgili serrettiği görüş bu noktada önem arz etmektedir.

“Bu sık yapılan üçkağıtlardan biridir. Oyunu yapar ve piyasaya ücretsiz sürersiniz. Bunlar genelde grafikleri ve oynanabilirliği iyi olan oyunlardır. Oyunun yapımcısı serverlarda belli bir oyuncu sayısı geçildikten sonra ne kadarının para verebileceğini düşünür. Özellikle karakterlerin üst seviyelere taşınmasına izin verir. Oyuncu karakterin üzerinde belli bir emek harcadığı için oyunu bırakmak istemez. Yapımcılar tüm oyuncularını disconnect etmiyor. Belli sayıdaki oyuncuyu premium olarak ayırıyor. Devam etmek isteyen oyuncu parayı verip devam ediyor, diğerleri bırakıyor. Bu zaten yapımcının göze aldığı bir risk.”

Dünya’da en çok oynanan oyunlardan biri olan Counter Strike: Global Offensive, 5’e 5 oynanan, terörist ve counter terörist olarak adlandırılan iki takım arasında oynanan askeri bir oyundur. Oyunun hemen her haritasında teröristler, counter teröristlere ait bir bölgeyi ele geçirmeye çalışmakta ve neticeye göre takımlar puan kazanmaya gayret etmektedirler. Askeri bir oyun olduğundan, bu oyundaki mücadele silahlar üzerinden yapılmaktadır. Silahların belli bir standart bir görünüşü olmakla beraber, oyuncu ücret mukabilinde farklı görüntülerde silahlar satın alabilmektedir. Silahların oyun içi performansı arttıran herhangi bir özelliği

olmamakla beraber tamamen görüntüden ibaret olup oyuncular arasında bu tür kozmetiklere “skin” adı verilmektedir. Zikredilen oyunun en pahalı üç ‘skin’inin görsellerini ve fiyatlarını paylaşmak, genelde tüketim kültürünün özelden ise bir birey olarak oyuncunun satın alma eğilimleri daha iyi anlaşılacaktır.



Fotoğraf 12: CS:GO oyunundaki bıçakların standart ve kozmetikli görünümleri. (www.baslattusu.com)

Soldaki görsel, oyundaki bıçakların standart görünüşü, sağdaki ise bıçağın “skin” denilen kozmetikli halidir. Standart olan ücretsiz olmakla beraber, sağdaki bıçak ise 5900 dolar gibi oldukça yüksek miktarlarda satılmaktadır.⁴



Fotoğraf 13: CS:GO oyunundaki Ak-47 adlı silahın standart ve kozmetikli görünümleri (www.baslattusu.com)

Yukarıdaki görseller, Ak-47 adlı silahın standart(sol) ve kozmetik(sağ) görünümleridir. Standart silah ücretsiz olmakla beraber, sağdaki skin ise 4500 dolara satılmaktadır. Bu pahalı skinlerin yanı sıra, 1 doların altında da skinler mevcut olup pahalı olanlara nazaran ucuz skinler daha mat renklere sahiptir ve genellikle standartlarıyla aralarında pek bir fark yoktur.

Oyuncunun “skin satın alma” eyleminin temelinde yatan en önemli saik, hiç kuşkusuz “skinlerin” gösterge değeriyle alakadardır. Skinlerin bu noktada bir değer kazanması Veblen’in

⁴ Önemli not: “Skin” piyasası sürekli değişmekte olup rakamlar günden güne değişebilmektedir.

“bilinçli tüketim” adlı teorisini akıllara gelmektedir. Lüks için para harcamanın statüyü arttırdığına dair meydana gelen bir algı, tüketim kültürünün temel karakteristiklerinden biridir. Örneğin, bir arabanın satın alınmasındaki temel “açık işlev” ulaşım kolaylığı iken, Mercedes Benz marka bir arabanın satın alınmasındaki “gizil işlev” ise bolluk ve statü göstergesi olmasından kaynaklanıyor olabilir. Merton’un açık ve gizil işlev kavramlarıyla, Veblen’in ise “bilinçli tüketim” kuramıyla (Poloma, 1993: 42) anlatmak istedikleri, son kertede oyuncunun satın alma pratiklerindeki eğilimle doğru orantılıdır. Nitekim skin alma eylemi, oyuncunun oyun içi mücadelelerinde statüsünü yükseltmesinin en temel yollarından biridir. Oyuncu skinler üzerinden kendini rakiplerinden farklı göstermenin uğraşını vermektedir. Dahası, oyuncunun mevcut satın alma eğilimleri, kendi uzamında inşa etmek istediği “sanal kariyer” ile alakadardır. Oyuncu deyimiyle “level kasmak” edimiyle beraber meydana gelen bu kavram, oyuncunun rakipleri arasında temayüz etmesine sebep olur (Yıldız, 2007: 67). Ancak burada konumuz bağlamında ifade edilmelidir ki, “sanal kariyer” yapmak yukarıda örneğini verdiğimiz Counter Strike: Global Offensive adlı oyunda yüksek rütbelere çıkmak iken, skin satın alma edimi ise tabir caizse “sanal prestij”e ilişkindir. Skinler oyun içerisinde, oynama ediminin etkinliğine herhangi bir katkı yapmamakla beraber, sadece sair rakiplerden farklı görünme arzusuyla alakalıdır.

Kapitalist metalaştırma biçimi ile maddi olmayan emeğin tüketim kültürü dahilinde dönüşmesinin yansıması olarak şekillenen mevcut oyun piyasası (Kaymas, 2017), oyuncuyu tüketimin yeni bir faili haline getirmiştir. Oyuncular, fiziken ihtiyaç duymadıkları sanal metalara para harcayabilmektedir. Genelde toplumsallık ve kültürelilik atfedilen hemen her uzam beraberinde farklı nesnelere ve dolayısıyla farklı ihtiyaçları meydana getirmektedir. Ezcümle oyuncu da, Dijital İnsan’da bahis mevzusu olan “bireyin göstergeler üzerinden kendi kendini simüle etmesi” durumuyla paralellik arz etmektedir. Nitekim bu göstergeler, CS:GO oyunu özelinde anlatmaya çalıştığımız, “skin alma edimi” olarak ifade ettiğimiz kozmetik göstergeler üzerinden cereyan etmektedir.

4.4.Oyuncu Kimliğinin Sanaldaki Tezahürleri

Sanal uzamın diğer bütün alanlarında olduğu gibi, oyunun sanal sahası da katılımcılarının kendi kendilerini inşa ettikleri bir alana karşılık gelmektedir. Bireyler sanalın tayin ettiği hudutlar dahilinde kendilerini sergileme imkanı bulurlar. Yukarıda tüketimin yeni faili olarak zikredilen oyuncu tipolojisinin tüketimsel alışkanlıkları aynı zamanda oyuncunun sanal kimliğine matuftur. Tıpkı Dijital İnsan’da olduğu gibi, Oyuncu da kendi uzamında kendi

kendini simüle ederek, simülakr düzeyinde bir kimlik kurgulamaktadır. Bu tüketim alışkanlıkları temelinde, “skin satın alma” eylemi şeklinde görünürken, başka göstergeler üzerinden de anlaşılmaktadır. Nitekim yapılan bazı araştırmalara göre, oyuncuların oyun içerisinde kullandıkları avatarlar, oyuncunun gerçek kimliğini temsil eden ikonik göstergelerdir. Örneğin, bir oyuncu milli aidiyetini temsil etmek üzere, kendi ülkesinin bayrağını profil resmi olarak kullanabilmektedir. Yahut dini aidiyetlerine dair bir takım görüntüler, oyununcunun o anlık teşhir etmek istediği yönünü temsil edebilmektedir. Semiyotik bir değeri olan bir başka örnek vermek gerektiğinde ise, çokuluslu bir oyun ortamında Türk oyuncuların, milli aidiyetlerini yansıtan ve “nickname”e eklenen “TR” ifadesi de ayrıca önem arz eden bir örnektir (Binark, 2007: 18). Bu durum aynı zamanda bir sahne olarak oyun uzamında, oyuncuların benliklerinin sunumuyla alakalıdır. Avatarlar ve nicknameler, mezkur tezahürlerin semiyotik yönüne tekabül etmekle beraber (Gülsoy, 2017: 161) oyuncunun benliğine ya da kimliğine dair, oyun içerisinde oyunun türüne ve oyun içerisindeki grafiklere göre, zikredilen minvalde aynı sonuçlara varılabilir.

Literatürde sıklıkla atıfları yapılan dijital yerli ve dijital göçmen kavramlarından bahsetmiştik. Bir kez daha hatırlamak gerekirse, dijital göçmen, internetin ortaya çıkmasından ya da internetin yaygınlaşmasından önce doğup sonradan bu alana adapte olmaya çalışan bireyler iken, dijital yerliler doğrudan dijital kültürün içinde doğan bireylere tekabül etmektedir. Oyun oynama edimi her iki nesil için ortak bir özellik iken, dijital oyun oynama edimi daha çok dijital yerlilerin gündelik hayat praksiyle daha uyumludur. Zira dijital oyunları oynamanın gerektirdiği bilgi stoku mezkur neslin habitusuna daha uygundur. Dolayısıyla bu iki neslin kimliklerinin inşası süreci kıyas edildiğinde biçimce bir farklılık göze çarpmaktadır. Oyunun, toplumsal normların, kuralların öğrenildiği bir araç olduğu bir kez daha hatırlandığında, dijital göçmenler fiziki bir mekanda oyun oynarken, Gamer ise sanal bir mekanda bu eylemi icra etmektedir. Dolayısıyla, göçmenler normal olanı fiziki mekanda öğrenirken, yerliler ise sanalın içerisinde bir öğrenme sürecine tabidirler.

4.5.Zaman ve Mekan Parametreleri Açısından Oyuncu

Üst satırlarda, yerliler ve göçmenler üzerinden ifade edilen mukayese, her ne kadar oyun vasıtasıyla meydana gelen öğrenme biçimleriyle alakalı olsa da bu durum aynı zamanda mekânın mahiyetine ilişkin bir şekle tekabül etmektedir. Göçmenlerin oyun praksi, fiziki bir coğrafyayla sınırlı iken, yerlilerin oyun edimi daha çok dijital mekânlarda gerçekleşmektedir. Göçmenlerin, sokakta oynama edimi coğrafi olarak belli bir koordinatta gerçekleşirken,

yerlilerin bu türden bir eylemi, belli bir koordinata dayandırılmayan bir sanal uzamda gerçekleşmektedir. Aynı gerçek zaman diliminde farklı mekansal konumlar arasında bir birliktelik sözkonusudur. Yerliler bir “online oyun”a üye olmak suretiyle, aynı uzamda aynı deneyimi gerçekleştirebilmektedirler (Tuğran Erdoğan, 2016: 9).

İlk bölümde daha geniş bir şekilde tartışılan zaman ve mekanın siber-uzamdaki mahiyeti, oyuncunun tabii olduğu zaman ve mekan ilişkisini de anlaşılır kılmaktadır. Göçmenlerin oyun oynama pratiklerindeki aynı zamanda aynı mekanda bulunma durumu, Gamer açısından bir noktada söz konusu değildir. Mekansal parametrenin değiştiği görülse de, zamansal açıdan eski ve yeni oyun oynama pratiğinin değişmediği görülmektedir. Eski ve yeni olan oynama ediminde de eşzamanlılık veya eşanlılık (burada kastedilen sadece online oyunlardır) durumu ortak noktadır. Neticede, aynı eylemlilik halinde olmayı gerektiren oynama durumu, her noktada aynı zaman dilimi içerisinde gerçekleşmesini gerektirmekte olduğundan buradaki eşzamanlılık ilkesinin her iki oyun ediminde de aynı kaldığı görülmektedir.

4.6.Sanal Cemaat Birliktelikleri Açısından Oyuncu

Cemaat ve bunun karşısında cemiyet kavramlarının literatürdeki ilk geliştiricisi olan Ferdinand Tönnies, geleneksel/tarımcı toplum ile modern/sanayi toplumları arasındaki analizi geliştirmek için kullandığı bir ideal tiplerdir. Gemeinschaft, köy birimleri veya aile gibi küçük toplumlara tekabül ederken, Gesellschaft kavramı ise “toplum” veya “birlik” olarak çevrilmekte olup modern hayatın bireysellikten uzak yapısına karşılık gelmektedir (Slattery, 2014: 59-60). Tönnies’in mevcut ideal tipini, kendi yaşadığı çağında karakteristiğine yahut jeokültürüne göre geliştirmiş olsa da, zaman içerisinde zamanın ruhuyla beraber değişen yapı içerisinde sürekli olarak güncellenegelmiştir. Bugün alanyazını tarandığında cemaat ve cemiyet kavramları farklı sosyolojik parametreler üzerinden tartışılıp yeni kavramların zuhur etmesinde öncü olmuştur.

Siber-uzamın ortaya çıkması ve beraberinde dijital kültürün oluşmasıyla beraber, diğer hemen her şeyde olduğu gibi cemaatin de sanallaşmasını beraberinde getirmiştir. Cemaatin sanallaşmasıyla beraber meydana gelen “sanal topluluk” veya “sanal cemaat” kavramı ilk defa Howard Rheingold tarafından, 1987 tarihinde yayımladığı “Virtual Communities: Exchanging Ideas through Computer Bulletin Boards” adlı çalışmasında ortaya çıkmıştır (Haberli, 2012: 123). Rheingold’a (2008) göre bir sanal topluluk, birbirleriyle ağlar aracılığıyla yüz yüze veya uzaktan fikir alışverişi yapabilen ve diğer topluluklar gibi ortak ilgiler etrafında toplanan insan birliktelikleridir. Esasen tanımlamadan da anlaşılacağı üzere, fiziki biraradalıkla meydana gelen

topluluk ile sanal topluluklar arasındaki tek fark yine, siber-uzamın mekanları ortadan kaldıran ve ona sanallık zerkeden özelliğidir. Temel benzerlik ise son kertede bireylerin biraradılığı olarak görülmektedir.

Sanal cemaat ile fiziki cemaatler arasında benzerlikler ve farklılıklar vardır. Örneğin, geleneksel bir cemaate üye olmak, cemaat içerisinde birçok ortak ilgi alanını gerektirirken, sanal bir cemaate üye olmanın tek bir noktada ortak bir ilgiyi taşımak yeterlidir. Eğlence amaçlı yapılan herhangi bir oyun oynama, video izleme, müzik dinleme gibi ortak ilgi sanal bir cemaatin meydana gelmesi için yeterlidir. Geleneksel olan ise, etnik, dini, milli ve kültürel değerlerin ortaklığını gerektirmektedir. Geleneksel cemaat, belli bir kimliği dayatırken, sanal cemaatler aidiyet hissini ve kimlik baskısını azaltır. Geleneksel cemaat yerel ve belli bir grupla bireyi sınırlandırırken, sanal cemaat evrensel bir ağ ile kendini gerçekleştirir. Geleneksel cemaat içerisinde bireylerin, ırk, dil, yaş ve cinsiyet gibi özellikleri çok daha önemli iken, sanal cemaat içerisindeki ortak ilgi ortak tarz-ı hayatlara ilişkindir (Haberli, 2012: 128-130).

Sanal cemaat kavramı, aynı zamanda oyuncuyu tipolojisini izah eden önemli kavramlardan biridir. Nitekim oyun oynama edimi –özellikle çok oyunculu online oyunlarda- insan birlikteliğini gerektirmekte olup ve bu insan birliktelikleri de sanal cemaatler halinde şekillenmektedir. Oyuncu belli bir takıma girmek zorunda ve buna mukabil mücadele edebileceği rakip bir takıma ihtiyaç duymaktadır. Oyuncu kendi takımıyla uyum içerisinde olmalı ve rakiplerine karşı en iyi deneyimi gerçekleştirmek zorundadır. Bu haliyle oyuncu sanal bir cemaate kalıcı veya geçici olarak bağlı olarak kendini gerçekleştirebilmektedir.

Oyun üzerinden meydana gelen sanal cemaati, daha spesifik ifadesiyle oyun grupları olarak tanımlarsak, geleneksel ve sanal arasındaki benzerlik ve farklılıklar görülebilir. Örneğin, belli bir etnik birliktelik çerçevesinde meydana gelen bir oyun grubunda avatarlar milli aidiyeti ifade eden göstergelere göre şekillenebilir. Gruplar içerisinde, lider, yardımcı ve üyeler olarak meydana gelen bir hiyerarşik yapı meydana gelebilmektedir. Grup içerisindeki oyuncular birbirleriyle koordinasyon ve iletişim halindedirler. Sanal olarak toplantılar yapıp belli oyun içi ritüeller geliştirilebilmektedir (Gülsoy, 2017: 160). Bunun gibi ortak ilgiler görülebildiği üzere, gelenekselden farklı olmakla beraber gelenekçi cemaatsel özellikleri de taşıyabilmektedir. Örneğin, Binark'ın (2007: 15) farklı milletlerden bireylerin oynadığı Silkroad Online adlı bir oyunda, “klan” olarak isimlendirilen oyuncu grubu üzerinde yaptığı bir araştırmasında, klana üye alımlarında etnik aidiyetlerin önemli olduğu sonucuna varılmıştır. Başka etnik unsurların, klan adı verilen sanal cemaat içerisine alınmaması geleneksel cemaatle sanal cemaatler arasındaki benzerliği çağrıştırmaktadır. Evrensel olan oyun oynama edimi,

geleneksel kalıplar etrafında ihdas edilen klanlar arasında geleneksel şekillerde de meydana gelebilmektedir. Bu noktada oyuncunun oyun oynama pratiği, hem bireysel hem de belli bir sanal cemaate bağlı olarak cereyan edebilmektedir.

4.7.Serbest Zaman Değerlendirmesi Açısından Oyun ve Oyuncu

II. bölüm dahilinde tartıştığımız bir başka tipoloji olan Youtuber tipinde boş zamanlar kurumu, kuramsal ve kavramsal olarak tartışılmıştı. Bu minvalde aynı kavramsal ve kuramsal izahatı bir kez daha yapmamak adına, boş zamanlar kurumu açısından oyuncu tipolojisini kısaca tartışmak gerekmektedir. Youtuber tipolojisi, boş zamanlar kurumu açısından değerlendirilebileceği gibi aynı durum Oyuncu tipolojisi için de geçerlidir. Ancak mevcut iki tipoloji arasında temel bir fark olduğu görülmektedir. Gerek Youtube’da gerekse de Twitch’te⁵, oyuncuların oyun içi performansını arttırmayı vaadeden içerikler üretilmektedir. Youtuber ve Twitch yayıncıları bu noktada üretici durumundayken, oyuncular daha çok tüketici konumundadırlar. Oyuncular, oyun içi performanslarını arttırmak için bu tür yayınları takip edebilmektedir.

Oyun oynama edimi, sosyalleşme sürecinde normalin öğrenildiği bir alan olsa da, çoğunlukla eğlence amaçlı yapılan bir boş zamanları değerlendirme etkinliğidir. Bu yönüyle bakıldığında, kurumlar sosyolojisi açısından boş zamanlar kurumunun önemli bir faili olarak oyuncu tipolojisi daha anlaşılır olmaktadır. Ancak bugün bakıldığında oyun oynama edimi, sadece boş zamanları değerlendirme etkinliği olmasının yanında profesyonel düzeyde başka mahiyetler de kazanmıştır. Hayatın hemen hemen her alanına eklenen “e-“ eki, akıllara fiziksel eylemi gerektiren spor yapma edimini de dönüştürmüştür. Bugün sporun dijitalleşmesi, tartışmalı bir konu olsa da, “e-spor” adlı farklı bir kavram meydana gelmiştir. E-spor ile ilgilenen oyuncular ise “atlet” olarak tanımlanabilmektedir (Kane ve Spradley, 2017). MOBA (Multiplayer Online Battle Area – Çok Oyunculu Savaş Alanı) ve FPS (First Person Shooter- Birinci Şahıs Nişancı) olarak adlandırılan oyun türleri, Leage of Legends, DOTA 2, CS:GO vs. gibi oyunlar birer e-spora dönüşmüş durumdadır (Kauwelo ve Winter, 2016:1). Dünya çapında, milyonlarca kişinin ilgiyle takip ettiği bu tür oyunlar artık bir boş zaman etkinliği olmasından öte oyuncular açısından bir meslek, oyun açısından ise küresel bir organizasyona dönüşmüş durumdadır.

⁵ Twitch, herhangi bir oyuncunun oyun oynama esnasındaki eylemlilik halini canlı olarak yayınlayabildiği bir platformdur. Yayıncılar, aynı oyunu oynayan kişiler tarafından izlenmekte ve oyunculara daha ileri bir oyun performansı vadetmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Değişimin bugünkü nihai şekli, dijitalleşme furyasının dönüştürücü etkisiyle intaç olmuştur. Her dönemde veya devirde oluşan evrensel temayüller insana ve ona dair her şeyi eleğinden geçirerek, ya şeylerin mahiyetini değiştirmiş ya da eski biçimleri ortadan kaldırarak yeni biçimler meydana getirmiştir. Biçim değiştikçe kaçınılmaz olarak öz de değişmeye başlamıştır. Biçimler ve özler, hele de değişken bir durum arz ediyorsa doğrudan sosyolojik muhayyilenin odağına oturmaktadır. Hayatı yeni bir öz üzere biçimlendiren nedir? sorusu her dönemde sorulagelmiş olsa da verilen cevaplar noktasında bir ayniyet söz konusu değildir. Çünkü akışlar ve bu akışların yönü, hızı ve havzası dahi değişmiştir. Yabani halinde buğday ilk evcilleştirildiğinde nasıl bir devrimci dönüşüm yaşandıysa, buharlı makinaların icadı da aynı ölçüde bir devrimci saikle hayatı dönüştürmüştür. Bugünün dünyasına bakıldığında görülen o ki, hayatı kuşatanın ve ona yön verenin bilim ve teknik olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle bir dizi bilimsel ilerlemenin neticesi olarak hayatın akışını ve hızını değiştiren teknik herhalde bu yaşadığımız dönemi izah eden önemli bir parametre olacaktır.

Alet ve nesnelere en temelde bir işin veya eylemin icra edilmesi sürecindeki araçlardır. Parşömen, deri ve kemikten yazma aletleri, papirüs, kağıt ve en nihayetinde ekran esasen tez boyunca izah etmeye çalıştığımız değişimin nesnelere düzeyindeki temsilleri oldular. Herhangi bir yazı aracının olmadığı şifahi toplumlardaki ilişkisellik ile kağıda ve ekrana geçişten sonraki ilişkisellik kuşkusuz bir kültürel aura meydana getirmiştir. Şifahi olandan kitabi olana ve bugün dijital olana geçiş insanoglunun serencamıdır. Değişimin son merhalesini temsil ettiğini ifade ettiğimiz ekran, kuşkusuz bilgisayar denilen aletin/aracın bir bileşenidir. Dolayısıyla bilgisayar 21. Yüzyılı şekillendiren araçtır şeklinde bir yargıya ulaşmaktayız. Ancak tezde de ara ara değindiğimiz üzere bu fazlaca determinist olacağından, bilgisayarlı teknolojilerin hayatı dönüştürmesinden önce, mevcut tekniği husule getiren kognitif boyutu ayrıca tartıştık.

Dijital ve onun meydana getirdiği kültürden bahsettiğimizde konumuz doğrudan kültürel analiz/inceleme meselelerinin kavşağında birleşti. En doğru şekilde kültürel olanı anlama gayretinin ne olduğu sorusu, bizleri cevap olarak üç boyutlu kültürel analiz yaklaşımına yönelterek, mevcut bilgisayarlı teknolojilerin meydana getirdiği kültürel atmosferi kognitif, normatif ve maddi boyutlarıyla betimlemeye çalıştık. Bilgisayar, madde olarak mevcut zamanı ve mekanı izah etme noktasında determinist bir açıklama olacağından, bu nesnenin meydana gelmesindeki hazırlayıcı süreç irdelenmeye çalışıldı. Buna göre, üretim biçimlerinin gelişimiyle bilgisayarın gelişimi arasında bir paralellik saptanmıştır. Jon Neff'in Sanayileşmenin Kültürel

Temelleri adlı eserinde tartıştığı konuyla bilgisayarlı teknolojilerin meydana gelmesinde aynı tarihsel sürecin etkisi olduğu anlaşılmıştır. Aynı zamanda sayısal anlamına gelen dijital kelimesi, Batının sayısala dair dakik bir zihniyet kazanmasıyla alakalı bir kavramdır. Nitekim Nef, sanayileşmenin başlangıç noktasını üretim araçlarının icadına indirgemesinden kaçındığı gibi, biz de bu tezde dijital kültürün başlangıç noktasını bilgisayara ya da akıllı telefonlara isnat etmekten kaçındık. Nef'ten refere ederek, sanayileşme öncesi Avrupası'nda takvimlerde, meta girdi-çıkıtlarının tutulduğu kayıtlarda, akademik eserlerin kalitesinin verilen referansların sayısal çokluğu nispetinde değerlendirilmesi gibi örneklerle hatırlayabileceğimiz “kemmi dakiklik” neticesinde aletlerin icat edildiği meselesi bugün mantıken sayısal işlemler yapan gelişmiş bir hesap makinası icat etme ihtiyacını doğurmuştur. Daha dakik ve karmaşık işlemler yapan, insan zekasının sayfalarca müsvedde harcayarak günlerce yapamayacağı işlemler, bilgisayar denilen alet marifetiyle çok kısa bir süre içinde yapılabilmektedir. Nef'in kemmi dakiklik diye ifade ettiği tarihsel gerçek son kertede bilgisayarın icadıyla somutlaşarak, ileride kültür haline gelecek olan itkinin maddi boyutu ortaya çıkmıştır.

Bir kültürden bahsedildiğinde, herhalde doğrudan yapıdan da bahsetme mecburiyeti hasıl olmaktadır. Dijital kültürün yapısına dair alanyazını tarandığında, Deleuze ve Guattari'nin birçok kavram ve ilişkiyi tartıştığı rizom(köksap) kavramının metaforik gücünden faydalanıldı. Özetle rizom, merkezi olmayan, hiyerarşik bir düzenden yoksun, heterojen bir mahiyet arz eden yapısal özelliklere sahip, esasen biyolojik olarak toprak altında kendiliğinden yetişen yumru biçimli bir bitkidir. Deleuze ve Guattari'nin mezkur bitkinin biyolojik yapısının aynı zamanda insana ve topluma dair birçok kavramın izahında, alandaki sair araştırmacıların da genelde teknolojiyi özelde ise internet ortamının meydana getirdiği yapının özelliklerini izah etme noktasında metafor olarak kullandıkları görülmüştür. Biz de tezimizde, dijital kültürün yapısal özelliklerini rizom kavramının metaforik kudretinden faydalanmak suretiyle bir yapı analizi yapmaya çalıştık. Nitekim, internet belli bir merkezi olmayan, katılımcılar arasında muayyen bir hiyerarşik düzenin olmadığı, parça-bütün ilişkisi içerisinde parçaların bütüne dahliyle kimliksel özelliklerini korumasından dolayı heterojen olan bir yapıyla benzeş olduğu sonucuna vardık. Ayrıca internetin ağlar arası ağ olduğu da hatırlandığında da, internet ve rizomun en temel ortak noktasından biri de keşfedilmişti. Bir rizomun herhangi bir yerinde bir bağlantı kopması durumunda dahi sistem kendini yeniden bağlantılar kurarak istikrarını yakalayabilmektedir. Bugün internet için de aynı durum söz konusu olmakla beraber, herhangi bir bireyin bağlantısının kesilmesi, genel manzarada internetin sistemsel devamlılığına bir etki etmediği görülmektedir. Neticede, internet çalışma mantalitesi ve yapısından temayüz eden

yapısal özellikleriyle, rizom kavramı sayesinde, dijital kültürün yapısında dair birkaç kelam edebilme fırsatını yakalayabildik.

İnternet, teknoloji, yapı, dijital kültür ve rizom kavramlarının bileşkesinde izah etmeye çalıştığımız yapı, son yılların en tartışılan konularından biri olan kripto para birimleriyle anlamını bulmuştur. Bitcoin adıyla ülke gündemlerini meşgul eden, merkezsiz, milliyetsiz, belli bir yapının tekelinde olmayan bu kripto para birimini, rizomun özellikleriyle önemli ölçüde benzerliklerinden mülhem olarak, Bitcoin'i rizomatik para birimi olarak izah etmeye çalıştık. Bu hem Bitcoin'i izah etmeye dair bir çabanın yanı sıra hem de dijitalin mahsulü sanal ürünlerin meydana getirdiği ilişkiselliği izah etme açısından ayrıca önem arz etmektedir.

Tezimizin ilk bölümünü, dijital kültürün yapısı ve ortaya çıkışını hazırlayan süreçte meydana gelen zihniyet üzerinde odaklanırken bir yandan da varlığın en temel ontolojik hususiyeti olan zaman ve mekan kavramıyla olan ilişkisi de es geçilmemiştir. Dijital kültür, zamanı ve mekanı dönüştürdüğü kadar belki de hiçbir şeyi bu denli etkisi altına almamıştır. Şeylerin belli bir zaman ve mekana mahdud oluşundan kaynaklanan bir anlayışla zamanın ve mekanın dijital kültürel atmosferdeki durumunu irdelemeye çalıştık. Görünen o ki, zaman algılar düzeyinde değişmiş mekan ise ayrı bir boyut kazanmıştır. Kuşkusuz bu şeylere zerk olunan dijitallikle alakalıdır. Dijital olan bir şeye zerk edildiğinde, artık fiziki ve bilinen anlamında bir gerçek ortadan kalkarak, biz fizik alemde yaşayanların sadece algılayabildiği bir sanallığa dönüşmüştür. Bu nokta, aynı zamanda mekanın geldiği nihai noktadır. Mekan, oluş ve bozuluş uzamı olarak fiziki bir alana tekabül ederken, dijitalin enjekte edilmesiyle sanal bir mahiyet kazanmıştır. Örneğin, bugün Facebook ve Twitter denilen sanal platformlar tabir caizse küresel mahalleler şeklinde tanımlanması abesle iştigal etmeyecektir.

Zaman ise bilinen anlamıyla akışını yitirmiş durumdadır. Castells'in ifadesiyle doğrusal olandan dairesel olana evrilmiştir. Anlar her zamanki akışıyla ilerlediğinde, eskiden geriye dönüş mümkün değil iken, bugün teknoloji marifetiyle videolar, televizyonlar, kayıt cihazlarıyla geriye gidilebilmektedir. Zaman kendine, bu noktada dairesel bir hareket alanı bulmaktadır. Öte yandan, mesafeler arası iletişimin zamansal açıdan bu denli azalmış olması yeni ilişkiler meydana getirmektedir. Mesafelerin zaman marifetiyle kısalması, her şeyin küresel ölçekli bir mahiyet kazanmasına sebebiyet vermiştir. Harvey'in zaman ve mekan sıkışması dediği kavram da esasen zaman ve mekan başlıkları altında tartışmaya çalıştığımız kısmı özetler mahiyettedir. Atlı arabaların hızından, jet uçaklarının süratine evrilen süreçte kazanılan hız, bugün en bireysel düzeyde tecrübe edilen bir zaman ve mekan parametrelerinin algısını değiştirmiştir. Aynı mekanda bulunmayan bireyler, eşzamanlı ve eşanlı olarak görsel

ve işitsel olarak etkileşime geçebilmekte ve dijital kültürün zaman ve mekan meselesi geçmiş dönemlerle bir kez daha kıyas edildiğinde anlaşılabilir.

İkinci bölüm ise bir ideal tip ve üç tipoloji üzerinden dijital kültürü anlama ve anlamlandırma gayretinin ürünü olmuştur. Giriş bölümünde, sosyal teorinin önemli bir parçası olduğunu izah etmeye çalıştığımız tipolojilerin sosyolojik muhayyile açısından önemi bir kez daha anlaşılabilir. Weber'in bürokrasisi, Veblen'in gösterişçi aylağı, Simmel'in yabancı, Marx'ın proleteryası gibi birçok tipleştirilmeye sosyoloji literatüründe rastlamak mümkün. Dolayısıyla tipleştirme, gerek failleri betimlemek gerekse de yapıyı izah etmede önemli sosyolojik araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Biz de tezimizde, dijital kültür evreninde temayüz eden Oyuncu(Gamer), Trol ve Youtuber tiplerinin yanında Dijital İnsan adıyla uygun gördüğümüz bir tipleştirme suretiyle dijital kültürü anlamaya çalıştık. Bu aynı zamanda normal olanın taşıyıcısı olan bireyler olduğu gerçeğinden yola çıkarak, dijital kültürün normatif yönüne dair bir açıklama denemesi olmuştur. Her tipoloji aynı zamanda bir turnusol kağıdıdır. Sosyal teoride tartışılan bir takım kavram ve kuramlar temelinde her tipoloji temsil edebileceği kavram haritalarıyla izah edilmeye çalışılmıştır. Bu salt tipolojiyi izah etme çabasının yanı sıra aynı zamanda dijital kültürün o kavram ve kuramla münasebetini de ortaya konmayı hedeflemiştir. Örneğin, tüketim ekseninde oyuncu(gamer) tipolojisi naçizane tartışılmış olup, hem oyuncu olarak bireyin tüketim karşısındaki durumu hem de dijital kültür ile tüketim kültürü arasındaki ilişkinin bir sonucu olarak anlaşılmalıdır.

Tipolojilerimizden ilki, **Dijital İnsan** olarak ifade etmeyi uygun gördüğümüz ideal tiptir. Bu muayyen bir bireyin bire bir yahut tamamen uyabileceği bir tip değildir. Ancak genel itibariyle bireylerin dijital teknolojilerle olan münasebetinin şahıslaştırma suretindeki ifadesidir. Bugün hemen herkesin dijital teknolojileri kullandığı yahut kullanmaya mecbur kaldığı bir durum söz konusudur. Dolayısıyla hemen herkes doğrudan ya da dolaylı olarak, tamamen yahut kısmen bir Dijital İnsan'dır. Nitekim Dijital İnsan'ın hanesi başlığıyla tartıştığımız meselenin özü, fiziki mekanların dizaynının dijital olanla tefriş edildiğine yöneliktir. Tabiat olaylarının yıkıcı etkisi dijital sensörler vasıtasıyla başa çıkılmaya çalışılmakla beraber, güvenlik ihtiyacı dijital tedbirlerle temin edilmeye çalışılmaktadır. Dolayısıyla Dijital İnsan kendine dijital bir mekan inşa eden ve gündelik hayat pratiklerini dijitalle göre uyarlayan bir tipoloji olduğu sonucuna varılmıştır.

Dijital İnsan'ın tipikleşmiş davranışlarından biri de sosyal medyayı kullanma amacı ve biçimiyle alakalıdır. Bugün yapılan araştırmalarda görüldüğü üzere, insanların önemli bir çoğunluğu kendini sosyal medya üzerinden sosyal ve mutlu bireyler olarak gösterme eğilimi

taşımaktadır. Dolayısıyla bizim Dijital İnsan olarak ifade ettiğimiz bireyler, kendi kendilerini öyle olmasalar bile, -miş gibi yapmak suretiyle simüle etmektedirler. Bu noktada akıllara kişinin Facebook profili ya da Twitter profili, kimliğini gerçekte ne derece temsil ettiği akıllara gelmekte ve Dijital İnsan tipleştirmesiyle bu soru, simülasyon ve simülakr kavramlarıyla izah edilmeye çalışılmıştır. Dijital İnsan siber-uzamda kendi kendini daha sosyal ve daha mutlu göstermek suretiyle simüle etmektedir. Ve bunu yaparken de, fotoğraf, metin, durum bildirimleri vs. gibi göstergeleri araçsallaştırmaktadır.

Dijital İnsan kendi kendini göstergeler üzerinden inşa ederken, konumuz gösterge-anlam dikotomisinde bir tartışmaya sürüklenmişti. Göstergelerin semiyotik değeri anlamı ne derece yansıtabilir tarzında sorunsallaşan bir mesele emojiiler üzerinden daha müessir anlaşılmaya çalışıldı. Dijital İnsan'ın kendini simüle ederken araçsallaştırdığı emojiiler, onbinlerce muadili içerisindeki ifadelerin önemli bir kısmının “mutluluk” ifadeleri olduğu sonucuna varılmıştır. Bu daha önce ifade ettiğimiz insanların çoğunun kendini sosyal medyada mutlu gösterme eğiliminde olduğu verisiyle birleştiğinde daha anlamlı olmaktadır. Dolayısıyla gösterge-anlam arasında bir erozyon meydana gelmektedir. Bu meyanda erozyon demişken, Dijital İnsan'a dair önemli bulgulardan biri de kuşkusuz dijital kültürün gündelik hayat pratiklerinin dönüşmesiyle beraber gelen genel durum ile alakadardır. Kısaca ifade etmek gerekirse, Walter Benjamin'in aura kavramının kuramsal temeline oturarak, gündelik hayat pratikleri tartışılmaya çalışıldı. Sanat eserlerinin ilk çıktığı dönemlerde siyasal-toplumsal bir devrimci etkiye sahip olmalarına rağmen sonraları sürekli yeniden üretilmek ve tüketilmek suretiyle etkisini yitirdiğine dair görüş Benjamin'in aura kavramının muhtevasını oluşturmaktadır. Anton Zijderveld'in eşsizlik ve mesafe kavramlarıyla katkıda bulunarak güçlendirdiği kavram bugün Dijital İnsan'ın çıkmazlarından birine projeksiyon tutmaktadır. Örneğin, bayramlaşma edimi eskiden fiziki bir teması gerektiren bir eylemlilik halini gerektirirken bugün Dijital İnsan, hazır bir mesaj şablonuyla bayramlaşma ihtiyacını temin edebilmektedir. Aradaki mesafe, dijital ekranların ruhsuzluğu ve mesajın hazır şablon oluşu gündelik bir eylemin hissi yoğunluğunu ortadan kaldırmakta ve anlamın aşınmasına sebebiyet vermektedir. Ayın etrafındaki ışık halkası anlamına gelen hale, olarak ifade etmeyi uygun gördüğümüz biçimiyle, Dijital İnsan'ın gündelik eylemlerini işlevsel olarak netice alınsa da bayramlaşma ediminde olduğu gibi bazı eylem ve davranışların anlamındaki halesi zayıflamaktadır.

Çalışmamızda yer alan bir diğer tipoloji ise, son yıllarda adından çokça söz ettiren ve muzip, siyasal, dolandırıcı, rahatsızlık uyandıran ya da mütebessim ifadelerle anlatılan **Trol**

tipolojisidir. İnternet dolaylarında genelde gerçek kimliklerini gizleyen anonim hesaplarla hemen her platformda karşılaşılabilmektedir. Trol tipi, karakteri ve eylemleri açısından bugün bakıldığında çok geniş bir anlam yelpazesinde türleri olup genel itibariyle iyi huylu ve kötü huylu olarak iki gruba ayrılmaktadır. Trollük amacıyla yapılan eylem trolleme olarak adlandırılmaktadır. İsimlendirmenin nereden geldiğine dair birkaç görüş olmakla beraber bunlardan bazıları, oltayla balık avlama anlamına gelmesinden kaynaklanan bir isimlendirme olduğuyla alakalıdır. Ayrıca İskandinav mitolojisinde kötücül çirkin yaratık anlamına da gelmektedir. Fantastik filmlerde de canlandırılan bu karakter, buradan internet ortamındaki kışkırtıcı tipleri izah etmek için kullanılmış da olabilir. Genel olarak Trol, internet ortamında, özellikle ünlü kişileri türlü hile ve aldatmacalarla kışkırtarak eğlenmeye çalışan tiplerdir. Kışkırtmak, provoke etmek bir trolün temel gayesidir. Bunlarla beraber sosyolojik arkaplanında ise dijital uzamda zaman, mekan, kimlik ve benliğin sunumuyla alakalı bir kavram haritasıyla izah edilmeye çalışılmıştır.

Trol'ün mekânsal bağlamı, Twitter özelinde izah edilmeye çalışılmıştır. Siber-uzam, fiziki bir hazır bulunmayı gerektirmediğinden, herhangi bir şahıs anonim bir profil oluşturabilmektedir. Bu da bu uzamda kişileri görünmez kılabilmekte yahut kişiler farklı maskeler altında siber-uzamda gezinebilmektedirler. Trol tipi de siber-uzamın bu özelliklerinden faydalanmak suretiyle amacına uygun bir profil kurgulayabilmektedir. Trol'e uygun bir müstear isim ve profil resmiyle, trolleme eyleminin neticesinde meydana gelmesi muhtemel yaptırımlardan gizlilik kisvesi altında kurtulabilmektedir. Bu birçok kere muzip bir eğlence olsa bile ciddi şekilde ahlaki yozlaşmışlıkla da alakalıdır. Nitekim hedefe alınan şahısların hoşuna gitmeyecek ya da özel hayatını tehdit edebilecek, itibarlarını sarsabilecek etkilerde trolleme davranışlarına sıklıkla rastlanabilmektedir. Trol'e bu imkan alanını sunan, kendini kurgulayabildiği ve mahrem kılabildiği genelde siber-uzam özelinde ise Twitter gibi platformlardır. Aynı zamanda bu durum Trol olarak ifade edilen kişinin sanal kimliği ile gerçek kimliği arasındaki ayrımı da işaret etmektedir. Kişi gerçek hayatta gerçek kimliği ile "normal" bir hayat yaşarken, siber-uzamda kurguladığı kimlikle normalin dışında tutum sergileyebilmektedir. Benlik bu durumda hayatın diğer sahnelerinde olduğu gibi siber-uzamda farklı teşhir edilebilmektedir. Son kertede şu sonuca varabiliriz; trol örneğinden de anlaşıldığı üzere siber-uzamda ilişkilerin akışı gerçek sosyal alandan farklı şekillerde gerçekleşebilmekte ve normatif olanın yaptırım gücü siber-uzamda nispeten daha zayıf olduğu görünmektedir.

Youtuber ise bir diğer tipimiz olup, geleneksel medyadan yeni medyaya geçişin faili olarak karşımıza çıkmaktadır. Web 2.0 teknolojisiyle beraber internetin kullanıcı tabanlı olması

bir başka deyişle içeriklerin kullanıcılar tarafından üretilmesi ve aynı zamanda tüketilmesiyle beraber, Youtube gibi bir platform aracılığıyla bireyler kendi içeriklerini yayınlatabilme özelliği kazanmıştır. Kısaca yeni medya olarak ifade edilen bu yeni ortamda, Youtube adlı video sitesi “kendini yayınla” sloganıyla yayın hayatına başladı. Zaman içerisinde kullanıcıların yoğun ilgisine mazhar olan Youtube’da içerik üretenlere, platformun isminden türetilen “Youtuber” adı verildi. Genel itibariyle içerikler, müzik, oyun, makyaj, gezi, film ve kitap incelemeleri vs. geniş bir yelpazeye sahiptir. Youtuber, kanal denilen köşesinden, zikredilen içerikleri üretip takipçilerine ileten kişi olarak adlandırılmaktadır. Genel itibariyle Youtube’da, oyun, müzik ve eğlence amaçlı videoların hakim olduğunu gözlemlenmekle beraber az sayıda bilimsel/felsefi içeriklere de rastlamak mümkündür. Çalışmamızda, Youtube Türkiye’de en çok takip edilen 10 kanalının hangi içeriklerle yayın yaptığını paylaştık. Genel itibariyle bakıldığında, oyun ve eğlence videolarının hakimiyeti ön plana çıkmakta olup bu da bizleri kurumlar sosyolojisi açısından serbest zamanları değerlendirme kurumu bağlamında Youtuber’ı tartışmaya yöneltmiştir. Modern hayatın “8+8+8” şeklindeki, 8 saat uyku 8 saat çalışma ve 8 saat serbest zaman şeklinde taksim edilen günün, 8 saatlik serbest zaman etkinliği bağlamında Youtuber’ın işlevsellik kazandığı sonucuna varmaktayız. Serbest zaman etkinliği genel itibariyle, televizyon izlemek, gezmek, kitap okumak, tiyatroya gitmek gibi şekliyle icra edilmesinin yanına bugün, Youtuber takip etmek de pekala bu etkinlik alanına girebilmektedir.

Ayrıca genel itibariyle tezde, dijital kültür diye ifade ettiğimiz durumun makro ifadesi enformasyon toplumdur. Enformasyon ve bilgi ikileminde tartıştığımız mesele yine Youtuber tipolojisinin temsiliyetinde anlamını bulmaktadır. Bilgi üretilen bir şey iken, enformasyon iletilen, gönderilen bir durumdur. Bilgi işçisi olabilir mi şeklinde Youtuber için sorduğumuz soru enformasyonun bilgilendirme anlamına geldiği sonucuna vardığımızda anlamını bulmuştur. Örneğin, oyun içerikleri üreten bir Youtuber’ın kanalı aynı oyunu oynamak isteyen ve bu oyunun kurallarını öğrenmek ya da oyun içerisinde daha etkili olabilmek amacıyla izleyen biri için bilginin anlamı sorulmalıdır. Bilgi burada akademik manada bir bilgiden ziyade, o anlık talep eden kişi için pratik bilgiye tekabül etmektedir. Youtuber, çevrim içi bireylerin ihtiyaç duyduğu pratik bilgileri üretmekte ve kendi kanalı üzerinden yayınlamaktadır. Öte yandan, “storyteller (hikaye anlatıcısı)” olarak ifade edilen, tarihten ve günümüzden hikayeler anlatan birinin herhangi bir bilgi üretimi söz konusu değildir. Belki bu durumda, Youtuber bilgilendirme yaptığından, burada Youtuber bilgiyi üreten değil bilgilendiren konumdadır. Son kertede şu sonuca vardık ki, Youtuber hem enformatik hem de anlık ihtiyaç duyulan bilgiler üreten bir Youtube kişisi olarak anlaşılmaktadır.

Oyuncu(gamer) ise çalışmamız açısından uygun gördüğümüz son tipolojidir. Oyuncu, birçok yönüyle hem siber-uzamın yapısal özelliklerini hem de dijital kültürel haleyı en iyi şekilde temsil eden tipikleşmiş eylemlilik hallerine sahiptir. Zaman ve mekan parametresi açısından düşünüldüğünde oyuncu, tabi olduğu sanallık içerisinde herhalde dijital uzamın bu noktadaki tezahürlerini en iyi şekilde yansıtmaktadır. Özellikle fiziken farklı coğrafyalarda bulunan ancak sanal olarak bir mekanda aynı anda bulunabilme imkanı dijital manada Oyuncu'nun en temel alamet-i farikalarındandır. Öte yandan oyun denildiğinde muhtemeldir ki özellikle dijital göçmenler açısından geleneksel oyunlar akla gelmektedir. Bugün geleneksel oyuna dair literatürde önemli ölçüde bilgi ve veri birikmiştir. Geleneksel manada oyun, bireyin toplumsallaşması sürecinde kendinin ve ötekının rollerini öğrendiği bir etkinliktir. Birey aynı zamanda kurallara uyma zorunluluğunu, uyduğu takdirde bütünleşmeyi, aksi halde ise dışlanmayı öğrenmektedir. Dijital oyunlar ile geleneksel oyun arasında ilkece fark yoktur. Aradaki fark tamamen biçimsel ve teknik farklılıklardır. Dijital oyunlar simülasyon evreninde vaki olduğundan, fiziken tecrübesi mümkün olmayan, örneğin kanatlanıp uçmak, suyun altında saatlerce kalabilmek, gezegenler arasında yolculuk yapmak gibi fantastik haller sanal olarak tecrübe edilebilmektedir. Öte yandan oyun, endüstri haline gelmiş ve oyun içi ekonomilerde ciddi pazarlar meydana getirmiştir. Oyun performansını arttırmamasına rağmen bireyler, skin adı verilen oyun içi kozmetiğe çok yüksek miktarlarda para harcayabilmektedir. Buradaki sanal meta, gerçekte ve hatta sanalda hiçbir kullanım değerine sahip olmasa da, göstergedeki alayışından kaynaklanan bir piyasa haline gelmiştir.

Sanal kimlik ve sanal cemaat kavramları oyunlarla beraber tekrar tekrar tartışılmalıdır. Oyuncular genel itibarıyla müstear isimlerle, takma adlarla oyun alanı içerisinde bulunsalar da gerçek kimliklerine dair bir takım unsurları oyun içine yansıtabilmektedirler. Örneğin, çokuluslu bir çevrim içi oyun alanında, Türk oyuncular profil resimlerine Türk bayrakları koyabilmektedir yahut dünya görüşünü yansıtan tek cümlelik sloganik ifadeleri profillerde görmek mümkündür. Kimliksel açıdan bu tür örneklerin semiyotik değeri vardır. Bununla beraber oyuncu birliktelikleri de meydana gelmiştir. Bireyler klan, kabile, grup, birlik, parti isimlendirmeleri etrafında, katılımın belli şartlara göre belirlendiği birliktelikler de inşa edebilmektedirler. Bu haliyle oyuncular sanal bir cemaate katılım sağlayabilmektedirler.

Oyuncu açısından elde edilen bulgulardan bir tanesi de, yine oyunun son kertede bir serbest zaman etkinliği olmasıdır. Gündelik hayatımızın hemen her alanını dönüştüren dijitallik, serbest zamanları değerlendirme şekillerini de değiştirmiştir. Bugün bakıldığında dünya ölçeğinde, oyuna olan rağbetin çok yüksek rakamlarla ifade edilmesi bunun en temel göstergelerindendir.

KAYNAKÇA

- Akay, A. (1993). Çevirenin Önsözü. G. Deleuze, & F. Guattari içinde, *Kapitalizm ve Şizofreni 2 (Kapma Aygıtı)* (ss. 5-11). Ankara: Bağlam Yayıncılık.
- Akçakaya, N. (2017). *Renklerin Sosyolojisi: Renklerin Toplumsal Mahiyeti Üzerine Bir İnceleme*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Konya.
- Akın, M. H. (2011). *Toplumsallaşma Sözlüğü*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Akkaş, İ. (2013). Çok Yüzlü İlişkiler Ağında Kimlikler ve Sanal Cemaatler. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (3), ss. 37-53.
- Aksu, H. vd., (2011). *Herşey Çıplak: Bildiğiniz İnternetin Sonu*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Alver, K. (2010). *Siteril Hayatlar*. Ankara: Hece Yayınları.
- Argın, Ş. (1992). Kapitalist Toplumda İşin ve İşgücünün “Kaderi”: Post-Fordizm. *Birikim Dergisi* (41), ss. 16-29.
- Aydemir, M. A. (2014). Sosyal Alanın Tipleştirilmesi: Toplumsal Tipler. *Sosyoloji Divanı*, (3), ss. 9-12. Konya: Çizgi Kitabevi
- Aydın, M. (2013a). *Bilgi Sosyolojisi*. İstanbul: Açılım Kitap.
- Aydın, M. (2013b). Kültür Sosyolojisinin Temel Kavramları. K. Alver içinde, *Kültür Sosyolojisi*. ss. 47-68. Ankara: Hece Yayınları.
- Aydın, M. (2014). *Kurumlar Sosyolojisi*. İstanbul: Açılım Kitap.
- Aydoğan, B. E. (2014). Walter Benjamin ve Sanat Yapıtının 'Aura'sı. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 1 (2), ss. 27-33.
- Bağrıyanık, M. F. (2016). Siberya'nın Haytaları. Editör: M. A. Aydemir, *Toplumsal Tipler*, ss. 399-413. İstanbul: Açılım Kitap.
- Balevi, E. (1195). *İnternet*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Barthes, R. (2011). *Camera Lucida: Fotoğraf Üzerine Düşünceler*. (R. Akçakaya, Çev.) İstanbul: Altıkırkbeş Yayın.
- Baudrillard, J. (2014). *Nesnel Sistem*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2017). *Simülakr ve Simülasyon*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2017). *Tüketim Toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bedir, A. (2016). Tablete Yazı Yazmak, Tabletle Yazı Yazmak. *Hece Dergisi Dijital Kültür Özel Sayısı*, (234-235-336), ss. 169-173.

- Binark, M. (2007). Dijital Oyunlar:Sektör-İçerik Ve Oyuncular. *folklor/edebiyat*, 13 (50), ss. 11-23.
- Binark, M. (2007). Yeni Medya Çalışmaları. Editör: M. Binark, *Yeni Medya Çalışmaları*, ss. 5-21. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Binark, M. (2007). Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular. Editör: M. Binark, *Yeni Medya Çalışmaları*, ss. 21-45. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Binark, M. (2016). Akıllı Telefonlarla Bağlantılı Olma Hali ve Yeni Kültür/lenme ve Deney/im/lerimiz. *Hece Dergisi Dijital Kültür Özel Sayısı*, (234-235-2356), ss. 131-137.
- Binark, M. & Bayraktutan, G. (2011). Dijital Oyun Kültürü Haritasında Oyuncular: Dijital Oyuncuların Habitusları ve Kariyer Türevleri. Editör: A. Aydemir Telli, *Katılımın "e-hali": Gençlerin Sanal Hali*, ss. 2-30. İstanbul: Alternatif Bilişim.
- Binark, M., vd., (2015). Türkiye'de Twitter'da Trol Kültürü. *Toplum ve Bilim* (135), ss. 124-158.
- Birekul, M. (2015). Toplumsal Hareketler ve Müzik: Söylemden Harekete Marşlar/Ezgiler. *Sosyoloji Divanı* (5), ss. 87-119 Konya: Çizgi Kitabevi.
- Bishop, J. (2014). Dealing with Internet Trolling in Political Online Communities: Towards the This Is Why We Can't Have Nice Things Scale. *International Journal of E-Politics*, (5) 4, ss. 1-20.
- Bond, R. (2010). Links, Frames, Meta-tags and Trolls. *International Review of Law, Computers & Technology*, (13) 3, ss. 317-323.
- Bourdieu, P. (2017). *Ayırım*. (D. Fırat, & G. Berkkurt, Çev.) Ankara: Heretik Yayınları.
- Bowers, B. (1989). *What Color Is Your Aura? Personality Spectrums for Understanding and Growth*. New York: Pocket Books.
- Bozkurt Y. A. E. (2015). Elektronik Para, Sanal Para, Bitcoin ve Linden Dolarına Hukuki Bir Bakış. *İÜFHM*, LXXIII (2), ss. 173-220.
- Bozkurt, A. (2014). Ağ Toplumu ve Bilgi. *Türk Kütüphaneciliği*, 4 (28), ss. 510-525.
- Braudrillard, J. (2017). *Tüketim Toplumu*. (N. Tural, & F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Buchanan, I. (2007). Deleuze And The Internet. *Australian Humanities Review*, ss. 1-19.
- Cambazoğlu, T. (2003). *İnternet Teknolojileri ve İnternet Uygulamaları*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Castells, M. (2013). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kùltür (Ağ Toplumunun Yükselişi)*. (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Colman, F. (2010). Rhizome. Editör: A. Parr, *The Deleuze Dictionary*, ss. 232-235. Edinburgh: Edingburgh University Press.
- Conley, V. (2010). Rhizome + Technology. Editör: A. Parr, *The Deleuze Technology*, ss. 237-238. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Coser, A. L. (2008). *Sosyolojik Düşüncenin Ustaları*. Ankara: De Ki Yayınları.
- Cüceloğlu, D. (2005). *Yeniden İnsan İnsana*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çalık, D., & Çınar, Ö. P. (2009). Geçmişten Günümüze Bilgi Yaklaşımları, Bilgi Toplumu ve İnternet. *Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri*, ss. 77-88.
- Çuhacı, A. (2007). Ulrich Beck'in Risk Toplumu Kuramı. *Sosyoloji Dergisi*, (14) 3, ss. 130-157.
- Danesi, M. (2017). *Semiotics Of Emoji*. London: Bloomsbury.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1993). *Kapitalizm ve Şizofreni 2 (Kapma Aygıtı)*. (A. Akay Çev.) İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Dijital Oyunlar Raporu. (2017). *Dijital Oyunlar Türkiye İstatistikleri*. Ankara.
- Dikeçligil, B. (2018). Kùltür Kavramının Analizi veya Sosyokùltürel Gerçekliğin Yapısı Üzerine Bir İnceleme. Editör: K. Alver, & N. Doğan, *Kùltür Sosyolojisi* (ss. 113-128). Ankara: Çizgi Kitabevi.
- Doğu, B. (2006). Yeni Medyanın Belirleyici Bir Unsuru Olarak Bilgisayar Oyunları. *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı*, ss. 361-370. İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakùltesi.
- Ersöz Günindi, A. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanma Alışkanlıkları: Sosyoloji Bölümü Öğrencileri Örneği. *Sosyoloji Konferansları*, ss. 303-326.

- Ersöz, S. (2005). İnternet Ve Demokrasinin Geleceği. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 3(4), ss. 122-129.
- Giddens, A. (2005). *Sosyal Teorinin Temel Problemleri*. (Ü. Tatlıcan, Çev.) İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Goffman, E. (2014). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. (B. Cezar, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Gülsoy, S. (2017). Bir Uyarılma Denemesi: Dijital Oyunlarda Sahne. *Sosyoloji Divanı*, (9), ss. 149-164. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Haberli, M. (2012). Yeni Bir Örgütlenme Biçimi Olarak Sanal Cemaatler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 1 (3), ss. 118-134.
- Habermas, J. (2001). *İletişimsel Eylem Kuramı*. (M. Tüzel, Çev.) İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Harvey, D. (2012). *Postmodernliğin Durumu*. (S. Savran, Çev.) İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Huizinga, J. (2006). *Homo Ludens*. (M. A. Kılıçbay, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- İbn Haldun. (2013). *Mukaddime* (1). İstanbul: Dergah Yayınları.
- İç, C. (2017). *Video İçerik Üretimi Sağlayan Sosyal Ağ Sitelerinde Video Üretimi: Youtube Türkiye'de Video Üretimi İçerik Analizi*. Kocaeli Üniversitesi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli.
- İnal, K., & Akçayol, M. A. (2009). GSM Tabanlı Akıllı Ev Uygulaması. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 2 (2), ss. 39-45.
- İnce, G. B. (2014). Digital Culture, New Media and The Transformation of Collective Memory. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi* (21), ss. 9-29.
- İrmak Y. A., & Erdoğan, S. (2015). Ergen ve Genç Erişkinlerde Dijital Oyun Bağımlılığı: Güncel Bir Bakış. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 2 (27), ss. 28-37.
- Jenks, C. (2014). Temel Sosyolojik Dikotomiler. Editör: F. D. Walsh, *Yapı/Faillik* (ss. 23-59). (İ. Çapcıoğlu, Çev.) Ankara: Atıf Yayınları.
- Kane, D., & Spradley, D. B. (2017). Recognizing ESports as a Sport. *Sports Studies and Sports Psychology*, ss. 1-9.

- Karadaş, N. (2015). Zaman Kavramına Kuramsal Yaklaşımlar ve İnternet'te Şimdiki Zaman Olgusu. *folklor/edebiyat*, 21 (83), ss. 325-341.
- Karataş, Ş., & Binark, M. (2016). Yeni Medyada Yaratıcı Kültür: Troller ve Ürünleri 'Caps'ler. *TRTAKADEMİ*, (2) 1, ss. 426-448.
- Kauwelo, S., & Winter, J. S. (2016). Collegiate E-sports as Work or Play. *Proceedings of 1st International Joint Conference of DiGRA and FDG*, ss. 3-16.
- Kaymas, S. (2017). Gerçekten Bedava Mı? Sosyal Paylaşım Sitelerinde Meta Olarak Oyun ve Maddi Olmayan Emek Diyalektiğine Dair Bir Not. *Global Media Journal Tr Edition*, 8 (15), ss. 208-232.
- Koç, Y. (2016). Dijital Ekoloji ve Değişen Dünya. *Hece Dergisi Dijital Kültür Sayısı* (234-235-236), ss. 26-31.
- Kumar, K. (2013). *Sanayi Sonrası Toplumdan Post-Modern Topluma*. (M. Küçük, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Kutluer, İ. (2003). Mekan Maddesi. *İslam Ansiklopedisi*, ss. 550-552.
- Livesey, G. (2010). Rhizome + Architecture. Editör: A. Parr, *The Deleuze Dictionary*, ss. 235-236. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2010). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *new media and society*, (13) 1, ss. 114-133.
- Mercimek, B., vd., (2016). Dijital Dünya'nın Yeni Gerçeği: Troller. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6 (1), ss. 67-77.
- Nalçaoğlu, H. (2007). İnternet Ve Görselin İmhası: İnternet İçeriğini Analiz Etmek İçin Kuramsal Model Arayışları. Editör: M. Binark, *Yeni Medya Çalışmaları* (ss. 45-71). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Nef, J. (1980). *Sanayileşmenin Kültür Temelleri*. (E. Güngör, Çev.) İstanbul: Kalem Yayıncılık A. Ş.
- Okumuş, E. (2010). Zaman Sosyolojisi: Bir Giriş Denemesi. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 10 (2), ss. 121-174.

- Okumuşoğlu, O., vd., (2017). JustTorrent: Value Based - Fairer and Faster. *International Journal of Engineering Science And Application*, ss. 1-10.
- Özensel, E. (2017). Kentleşme ve Suç. Editör: K. Alver, *Kent Sosyolojisi*, (ss. 343-359). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Özerbaş, A., vd., (2010). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Parlak, Z. (2004). Sanayi Ötesi Toplum Teorilerinin Eleştirel Bir Değerlendirmesi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2), ss. 95-125.
- Polat, İ. H. (2016). Dijital-Siber-Sosyal. *TRTAKADEMİ*, 1 (2), ss. 408-424.
- Poloma, M. M. (1993). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*. (H. Erbaş, Çev.) Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *MCB University Press*, 9 (5), ss. 1-6.
- Rheingold, H. (2008). *Virtual Worlds Research: Past, Present & Future* (1). UC Berkeley: Journal of Virtual Worlds Research.
- Ritzer, G. (2011). *Modern Sosyoloji Kuramları*. (H. Hülür, Çev.) Ankara: deki yay.
- Saint-Exupery, A. (2015). *Küçük Prens*. (F. Arslan, Çev.) Ankara: Hece Yayınları.
- Sanfilippo, M. R. vd., (2017). Managing Online Trolling: From Deviant to Social and Political Trolls . *Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences*, ss. 1802-1811. Hawaii: HICSS.
- Sankur, B. (2004). *İngilizce-Türkçe Ansiklopedik Bilişim Sözlüğü*. İstanbul: Pusula Yayıncılık.
- Slattery, M. (2014). *Sosyolojide Temel Fikirler*. (Ü. Tatlıcan, & G. Demiriz, Çev.) İstanbul: Sentez Yayıncılık.
- Timisi, N. (2005). Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanlarına Girişi. Editör: M. Binark, & B. Kılıçbay, *İnternet, Toplum, Kültür* (ss. 89-106). Ankara: Epos.
- Toffler, A. (2008). *Üçüncü Dalga*. (S. Yeniçeri, Çev.) İstanbul: Koridor Yayıncılık.
- Toksöz, L., & Kahraman, C. (2017). Türk Üniversite Öğrencilerinin Emoji Algısı. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi: Humanitas*, 5(9), ss. 247-256.

- Tuğran E. F. (2016). Dijital Yerlilerin Siber-Uzamda Çoklu Kimlik Kullanımı ve Oyun Oynama Pratikleri. *Orta Karadeniz İletişim Çalışmaları Dergisi*, 1 (1), ss. 8-17.
- Ünür, E. (2016). Geleneksel Medya'nın Sosyal Medyayı Nasıl Kullandığına İlişkin Bir İnceleme: Dizilerin Twitter Kullanımı. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi* (1), ss. 153-170.
- Wallace, R. A., & Wolf, A. (2004). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları Klasik Geleneğin Genişletilmesi*. (M. R. Ayas, & L. Elburuz, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Weber, M. (2011). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*. (M. Köktürk, Çev.) İstanbul: Bilgesu Yayıncılık.
- Yerlikaya, T. (2016). Teknolojik Determinizm ve Toplumsal Değişim. *Hece Dergisi Dijital Kültür Özel Sayısı* (234-235-236), ss. 100-107.
- Yıldız, H. (2007). Homo Sapiens'in Boş Zamanı-Homo Ludens'in Sanal Kariyeri. *folklor/edebiyat*, 13 (50), ss. 57-70.
- Ying, H. (2007). *Youtube*. (İ. Şahin, Çev.) İstanbul: Pegasus Yayınları.
- Yusufoğlu, Ö. Ş. (2017). Boş Zaman Faaliyeti Olarak Akıllı Telefonlar ve Sosyal Yaşam Üzerine Etkileri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, (6) 5, ss. 2414-2434.
- Yücedağ, İ. (2017). Dijital Dünyaya Teori Biçmek: Rizomatik Bağlantılar. *Sosyoloji Divanı*. Konya: Çizgi Kitabevi, (9), ss. 45-59.
- Zijderveld, A. C. (2010). *Klişelerin Diktatörlüğü*. (K. Canatan, Çev.) İstanbul: Açılımkitap.

İNTERNET KAYNAKÇASI

- Atakul, B. (2011). *Milliyet Blog*. <http://blog.milliyet.com.tr/8-saat-is--8-saat-bos-zaman--8-saat-uyku--8-saat-kurali-tarihe-karisti/Blog/?BlogNo=294923> adresinden alındı. (21. 11. 2017).
- Cem Yılmaz. <https://www.youtube.com/user/cmymz/about> adresinden alındı. (20.11.2017)
- Clarke, I. (2017, 11 7). *Dimension of Twitter Trolling: Short Text Classification Using Multiple Correspondence Analysis*. Aston University:

<https://www.birmingham.ac.uk/Documents/college-artslaw/corpus/conference-archives/2017/general/paper60.pdf> adresinden alındı. (7.11.2017).

Cnn Türk. KickAss Torrents kapatıldı, patronu tutuklandı: <https://www.cnnturk.com/bilim-teknoloji/internet/kickass-torrents-kapatildi-patronu-tutuklandi> adresinden alındı.(21.06.2016)

Deli, Y. (2013, 13 01). Twitter'ın Yaramaz Çocukları. (U. Gürşat, Röportaj Yapan) <http://www.milliyet.com.tr/twitter-in-yaramaz-cocuklari/pazar/haberdetay/13.01.2013/1654692/default.htm> adresinden alındı.

<http://www.content.time.com/time/covers/0,16641,20061225,00.html> adresinden alındı. (22.08.2017).

<http://www.sibelhos.com/youtube-istatistikleri-2016-infografik> adresinden alındı. (24.10.2017).

<http://www.mimarimedya.com/wp-content/uploads/yokyer-1.jpg> adresinden alındı. (21.12.2017).

<http://youtubeturkiye.net/siralama/index.php> adresinden alındı. (17.11.2017).

<https://emojipedia.org/apple/> adresinden alındı. (25.12.2017).

<https://www.baslattusu.com/gelmis-gecmis-en-pahali-csgo-skinleri-36661.html> adresinden alındı. (02.01.2018).

<https://www.technopat.net/2017/01/30/bilgisayarlar-ikili-sayi-sistemi-kullanir/> adresinden alındı. (22.08.2017).

<https://twitter.com/odunherif/status/417337998619860996> adresinden alındı. (24.07.2017)

<http://sosyalmedyasozeri.com/odun-herif-melih-gokcek-diyaloglari/> adresinden alındı. (22.09.2017)

Basfi ile Deneysel Bilim Kanalı,

https://www.youtube.com/channel/UCnAIXnZRNikus5wf4BPu4_A adresinden alındı. (20.11.2017).

Barış Özcan Kanalı. <https://www.youtube.com/user/b31416/about> adresinden alındı. (20.11.2017).

Ruhi Çenet Videoları Kanalı, <https://www.youtube.com/user/MrRuhicenet/about> adresinden alındı. (20.11.2017).

Burak Oyunda Kanalı, <https://www.youtube.com/user/MultiRawen/about> adresinden alındı. (20.11.2017).

netd müzik Kanalı, <https://www.youtube.com/user/netdmuzikk/about> adresinden alındı. (17.11.2017).

Ohaa Diyorum! Kanalı, <https://www.youtube.com/user/OhaaDiyorum/about> adresinden alındı. (17.11.2017).

Oyun Delisi Kanalı, <https://www.youtube.com/user/oyundelisi/about> adresinden alındı. (20.11.2017).

YAPYAP Kanalı, <https://www.youtube.com/user/yapyap/about> adresinden alındı. (20.11.2017).

Kahraman, H. B. (2012) *Hız, Haz ve Yavaşlık*. <https://www.sabah.com.tr/yazarlar/pazar/kahraman/2012/11/11/hiz-haz-ve-yavaslik> adresinden alındı. (13.02.2018).

Merrit, E. R. (2012). *An Analysis of the Discourse of Internet Trolling: A Case Study of Reddit.com*. <https://symposia.mtholyoke.edu/abstracts/0000/1553/EmilyMerrittAbstract.pdf?1333121822> adresinden alındı. (7.11.2017).

Nakamoto, S. *Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System*. www.bitcoin.org: <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf> adresinden alındı. (07.02.2018)

NDNG - Enes Batur. <https://www.youtube.com/user/newdaynewgame/about> adresinden alındı. (17.11.2017)

Orkun Işıtmak Kanalı, <https://www.youtube.com/user/ThePersica/about> adresinden alındı. (20.11.2017)

Oxford Living Dictionaries. *Oxford Living Dictionaries*. Oxford Living Dictionaries: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/youtuber> adresinden alındı. (17.11.2017)

Skgames Kanalı, <https://www.youtube.com/user/skgamesnet/about> adresinden alındı. (20.11.2017)

TDK BTS. http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com_bts&view=bts. Türk Dil Kurumu:
http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.599be5c7ebba53.13349682 adresinden alındı. (22.8.2017)

TDK. *Sanal maddesi.* http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5a05c5a79ab532.72253065 adresinden alındı. (27.12.2017)

TDK. *Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlük.* http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5a019d4c4a67d7.72190701 adresinden alındı. (7.11.2017).

TDK.http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5a43ff88ae2418.94768312 adresinden alındı. (27.12.2017).

ÖZGEÇMİŞ

1992 yılında Şanlıurfa/Merkez’de doğdu. İlk, orta ve lise eğitimini Şanlıurfa’da tamamladı. 2015 yılında Selçuk Üniversitesi Sosyoloji Bölümü’nden mezun oldu. Aynı yıl içerisinde Sosyoloji Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans programına yerleşti. Akademik faaliyetlerine Arş. Gör. olarak Selçuk Üniversitesi Sosyoloji Bölümü’nde halen devam etmektedir. İlgili alanları; kültürel incelemeler, toplumsal tipler, dijital sosyoloji ve edebiyat sosyolojisidir.

