

# GENÇLERDE MEDYA BAĞIMLILIĞI

*Prof. Dr. Necla MORA*

## ÖZET

İnsanlık, her yeni buluşla zihinsel değişim ve dönüşüme uğramıştır. Yazının bulunuşu, matbaanın icadı, elektrik ve elektronik döneme geçiş, insanlığın gelişmesinde köklü değişiklikler yaratmıştır. Ong, insanlığın elektronik kültür dönemine geçişini ikincil sözlü kültür dönemi olarak tanımlar. Teknoloji ile aracılanmış bu dönemde insanlar, birincil sözlü kültür döneminde olduğu gibi canlı ve katılımcı sözel anlatıma önem vermekte ve kalıp cümleler kullanmaktadır. Günümüzde özellikle gençler arasında yüzyüze iletişimin yerini teknoloji ile aracılanmış ve kısaca medya olarak tanımlayabileceğimiz yeni iletişim ortamları ve yeni iletişim araçları almıştır.

Elektronik kültürle yetişen gençlerin son yıllarda eğitim ve öğretim ortamında kendilerini yazılı ve sözlü ifade etme güçlüğü yaşadığı fark edilmektedir. Ayrıca gençler arasında dikkat dağınıklığı ve yorgunluk belirtileri gözlemlenmektedir. Bunun çeşitli nedenleri olmakla birlikte medya bağımlısı gençlerde görülen yorgunluğun nedeni gece boyunca bilgisayar başında yarı uyur yarı uyanık oyun oynama veya gelen mesajlara yanıt verme zorunluluğu hissetmelerinden kaynaklandığı, bu kişiler tarafından ifade edilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, özellikle bazı gençlerde kendini ifade ederken gözlemlenen, 1. Uygun sözcükleri bulamamak, 2. Düzgün cümle kuramamak, 3. Her anlatılana "Aynen" vb. bir yanıt vermek, 4. Yazı yazarken konuşma dilini kullanmak, sorunlarına farkındalık getirmektir.

Çalışmada, derinlemesine mülakat tekniği ile 18-21 yaş arası üniversite öğrencileri arasından tesadüfi örneklem yöntemi ile seçilen öğrencilerle yüz yüze görüşme yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İkincil Sözlü Kültür Dönemi, Medya Bağımlılığı, Bellek Yitimi, Dil Yitimi, Grup Aidiyeti, Grup Kimliği.

## GİRİŞ

Elektrik ve elektronik kültür dönemi, Samuel Morse'un 1844 yılında Claude Chappe'nin optik telgrafını elektrikli hale getirerek bilgileri, Washington-Baltimore arasında kurduğu telgraf hattından Morse alfabesi ile göndermesiyle başlamıştır. Böylece bu zamana kadar insanla birlikte taşınan bilgi, uzam, zaman ve insan kavramlarından bağımsız olarak bir yerden bir yere ulaştırılmaya başlanmıştır (Baldini, 2000: 87-88). Marshall McLuhan ve Quentin Fiore 'Yaradanımız Medya' adlı çalışmalarında, elektronik kültür döneminin içinde yaşadığımız zaman ve uzamın, toplumsal yaşamımızdaki ilişki kalıplarını ve özel yaşamımızın her anını biçimlendirerek yeniden inşa etmekte olduğunu belirtirler (2005: 8). Onlara göre, günümüzde kuşaklar arası yabancılaşmanın başlıca nedeni gençlerin içinde yaşadığımız mitik ve derin elektronik dramı içgüdüsel bir biçimde algılayabilmesinden kaynaklanmaktadır. Bu durum medyanın dünya üzerinde yarattığı enformasyonla, çocukların yetiştirilmesinde ve yeni yetişen kuşakların karakterinin biçimlenmesinde ebeveyn ve eğitimcilerden daha fazla etkili olduğunu göstermektedir (2005: 9,14). Dolayısıyla ebeveyn ve eğitimcilerin yeterli olmadıkları için bıraktığı boşluğu medya doldurmakta ve gençleri kendi etkisi altına almaktadır.

Walter J. Ong, 'Sözlü ve Yazılı Kültür, Sözüün Teknolojileşmesi' adlı çalışmasında, insanlığın elektronik kültür dönemine geçişiyle, elektronik araçlar aracılığıyla yapılmaya başlanan sözel anlatımın, insan bilincinin dönüşümünü sağlayarak, insanlığın ikincil sözlü kültür dönemine girmesine neden olduğunu belirtir. Ong'a göre, ikincil sözlü kültür dönemi, kısaca medya olarak tanımladığımız, telefon, radyo, televizyon, bilgisayar ve ses kayıt cihazları benzeri çeşitli elektronik teknoloji ürünleri toplumsal katılımı sağlayarak topluluk duygusunu geliştirmiştir (1995: 160-161).

Bu dönem, insanın yaşadığı ana odaklanması ve sözlü kalıpları kullanmasıyla birincil sözlü kültür dönemine benzeyen özellikler gösterir. İkincil sözlü kültür dönemini birincil sözlü kültür döneminden ayıran zaman ve uzam farkının yanında, birincil sözlü kültürün zamanın şartlarından kaynaklanan bir özellik taşıdığı ve yüz yüze yapıldığını belirtmek gerekir. İkincil sözlü kültür dönemi ise, el yazmalı ve basılı kültür döneminden sonra bu buluşların ortaya çıkardığı sosyal, siyasal, kültürel, ekonomik birçok değişim ve dönüşümün üzerine inşa edilen teknolojiyle aracılanmış bir dönemdir. Bu dönemde, yüz yüze iletişimde belirli bir zorunluluk yoksa yine teknoloji aracılığıyla yapılmaktadır. Örneğin, sınıf içinde yüz yüze iletişimin yapıldığı ortamda, öğrencilerin yanında oturan arkadaşıyla telefonla mesaj göndererek iletişim kurması sıklıkla rastlanan davranışlardan biridir.

Aydın Uğur'a göre, medya, halkın içinde yaşadığı dünyayı zihninde inşa etmesine aracılık eden bir araçtır (2002: 98). Diğer yandan medya, bu dünyada kötülüklerin görünür hale gelmesi, münferit kötülüklerin genellenmesi, olabilecek potan-

siyel kötülüklerin dramatize edilmesi yoluyla çözümsüzlüğü yaygınlaştırarak, karamsarlığın sıradan hale gelmesine yol açar. Böylece medya, toplumsal güvenin yok olmasına, yerini kaosa, kaygıya ve çözümsüzlüğe bırakmasına neden olur (Güneş, 2006: 167). Dolayısıyla medya, insanların etrafının kötülüklerle çevrili olduğu duygusu yaratarak onların gelecekle ilgili umutlarını ve hedeflerini yok ederek günü yaşamaları için teşvik eder. Yarınından emin olmayan insan bu dünyada eğreti olduğunu düşünerek, gelecekle ilgili planlar yapmaktan kaçınır. Bu durum, özellikle medya bağımlısı gençleri olumsuz etkilemektedir.

## KURAMSAL ÇERÇEVE

19. yüzyıldan itibaren teknolojilerin ortaya çıkmasıyla başlayan elektronik kültür dönemi, insanların ve toplumların yaşamında teknolojinin belirleyici olduğu görüşünün ortaya atılmasına neden olmuştur. Bu görüşe göre, 'araçları insanlar belirler, ancak onlar da insanları şekillendirir'. Teknolojik belirleyicilik denince akla ilk gelen isimler Harold Innis ve öğrencisi Marshall McLuhan'dır. Harold Innis, kültür ve toplumsal örgütlenme üzerinde durur. Kültürü ve örgütlenmedeki değişimi iletişim teknolojisindeki değişimle ilişkilendirir. Marshall McLuhan ise, iletişim teknolojisinin insanların duyularını dönüştürücü etkisi olduğunu söyler. Ona göre, 'teknoloji insanın uzantısıdır', teknoloji, dünyayı 'global bir köye' dönüştürür (Erdoğan ve Korkmaz, 2010: 143-144). Teknoloji, içeriği biçimlendirerek, ürüne yedirilmiş enformasyon olarak tüketiciye ulaştırır. McLuhan'ın ' mesaj, aracın kendisidir' sözü ile anlatmak istediği budur (Güneş, 2001: 142-143). Diğer yandan bu görüşe karşı Manuel Castells, 'enformasyonelizmin ruhu' olarak kavramsallaştırdığı ağ ilişkilerinin ahlaki temellerini, kültürün geleneksel olarak ifade ettiği değerler sisteminden farklı, zihinleri aşan, ağ içindeki katılımcıların stratejilerini dayandırdığı, ağın üyeleri değiştikçe değişen, ağdaki birimlerin kültürel ve örgütlenme düzeylerindeki dönüşümleri izleyen, birçok kültürden, birçok değerden ve birçok stratejiden oluşan çok yüzlü sanal kültür, yaratıcı yıkım kültürü olarak tanımlar (2008: 270). Bu kültür, yeni yetişen kuşakların kültürel olarak kendi köklerinden beslenmesini engelleyerek, onu kendine kolay av haline getirir. Böylece sömürü düzeninin yeni hedef kitlelerini kolaylıkla etki altına alabilir.

Medya tüketicilerini, pasif tüketiciler ve aktif tüketiciler olarak ikiye ayırabiliriz. Pasif tüketiciler, izleyen, dinleyen, okuyan olarak sadece içeriği tüketenlerdir. Aktif tüketiciler ise, telefon ve internet üzerinden oyun oynayarak veya sosyal medyada yer alarak iletişime katılımcı olarak iştirak ederler. Bize göre, medya tüketimini birey kendi bilinçli tercihi ile yapabiliyorsa ve istediği anda sonlandırabiliyorsa bağımlı olduğu söylenemez. Ancak işini, okulunu, uykusunu ihmal edecek oranda teknoloji tüketimine ihtiyaç hissediyorsa burada bağımlılıktan söz edebiliriz. Medya bağımlılığı konusunda DeFleur ve Ball-Rokeach'ın ortaya attığı görüşe göre, sanayileşmiş toplumlarda izleyiciler kitle iletişim araçlarına enfor-

masyon kaynağı olarak yüksek ölçüde bağlıdır. Bunun nedeni dünyada etkili ve anlamlı davranma isteği, günlük sorunlardan ve gerginliklerden kaçma isteği olabilir. Dolayısıyla medyaya duyulan ihtiyaç ve istek arttıkça bağımlılık artar. Bağımlılık arttıkça izleyicide, algısal, duygusal ve davranışsal olmak üzere bir takım etkiler ortaya çıkar (Erdoğan ve Korkmaz, 2010: 159-160). Dolayısıyla medya bağımlılığı gençlerde gerçeklik algısını, duygu durumunu ve davranışlarını, gerçek yaşamdaki ilişkilerini, sorumluluklarını, gelecekle ilgili beklentilerini, ihtiyaç ve isteklerini sağlıklı yürütmesini olumsuz etkiler.

## **MEDYA BAĞIMLILIĞI ve BAĞIMLILIĞIN NEDENLERİ**

Uygar bir yaşamın ilişki ve süreçleri asgari bir güven ortamında başlar ve gelişir. Ailede, okulda, çevrede, işyerinde sürdürülen ilişkiler asgari güven şartına bağlı olarak olgunlaşır. Güven duygusu ile işbirliği, işbölümü ve dayanışma gerçekleşir (Güneş, 2006: 162). Ancak 1980 sonrası yetişen kuşak, hem neo liberalizmin dayattığı tüketim kültürü ve buna bağlı değişen aile ilişkileri, hem de sosyal kısıtlanmışlık nedeniyle yalnızlaşmıştır. Bu ortamda, sanal dünya, gençlerin, eğlenme, alışveriş yapma, arkadaşlık kurma yoluyla yalnızlığını ve durağanlığını gidermeye çözüm olmuştur. Gençler, hedonizm, moda, eğlence ve imajlarla birlikte gerçek yaşamda bulamadığı heyecanlı ilişkileri, yeni kimlik tasarımlarını ve kültürel ortamı sanal dünyaya eklenen tüketim kültüründe bulmuştur. Medyanın kültürel alanda oynadığı rol, bir yandan yeni bireysel ve toplumsal ilişki biçimlerinin, yeni kimliklerin, yeni kültürel yönelimlerin oluşmasına olanak sağlarken, diğer yandan homojenleşmiş küresel ölçekte bir kültürün inşasına olanak tanımaktadır (Güzel, 2007: 177-178). Tüketim kültürünün etkisi ile benzer tüketim alışkanlıkları geliştiren gençlerin yaşam tarzları, giyim, beslenme, eğlence vb. alışkanlıkları ile giderek birbirine benzeme eğilimi içine girmelerinin yanında, kendilerine özgü bir konuşma, düşünme ve davranma kültürü geliştirmişlerdir.

İletişim sosyolojisine göre, medyanın belirleyici özelliği, teknik araçlarla zaman ve uzam içinde yüksek miktarda tekrarlanabilen mesajı çok geniş izleyici kitlesine iletmesidir (Geray, 2003: 17). Ancak katılımcıların kültürü bu araçların kullanımında etkilidir. Sınırlı kültürel donanımına sahip olan gençler, internette ve cep telefonu ile bağlandıkları sitelerde şöhret kültürü tüketimini gerçekleştirmektedir. Bunun nedeni kendi sınırlı sosyal çevreleriyle paylaşabilecekleri bir kültürel birikim aramalarıdır. Ayrıca bu gençler, cep telefonlarını vücutlarının bir parçasıymış gibi yanlarında taşımakta ve uyurken veya başka bir etkinlik yaparken telefonlarını kesinlikle kapatmamaktadır (Binark, 2007: 168, 171). Sürekli teknolojik araç gereçle uğraşan gençlerin yüz yüze iletişim kurma, konuştuğu insanla göz teması kurma gibi bir girişimi bulunmamaktadır. Bu gençler, aynı anda birçok şeyle ilgilenmeleri nedeniyle ne gerçek yaşamda olanla, ne de sanal ortamda ilgilendiği

konuyla tam bir etkileşim içine girememekte ve ne orada, ne burada, bir ruh hali içinde yaşamaktadır.

Zygmunt Bauman'a göre, günümüz insanı, içinde yaşadığı belirsizlik duygusu ve gelecek kaygısıyla, düş kırıklıklarından kaçınmak için bağımlılıklar geliştirmeye ve uzun süreli taahütlere girmekten kaçınarak arzu nesnelere anında yararlanmak ve daha sonra onları kaldırıp atmak eğilimindedir. Piyasalar bu durumu hem hazzı, hem de eskimeyi anlık hale getirecek biçimde değerlendirir. Ona göre, 'erkekler ve kadınlar dünyayı, tek kullanımlık nesnelere dolu bir çöp konteyneri gibi algılayacak biçimde eğitilerek', her şeyin kullanılıp atılabileceğini ve yerine yenisinin alınabileceğini düşünürler. Geleceğin tehlikelerle dolu olduğu bir dünyada 'şimdi' ve 'burada' olmayan kaçırılmış bir fırsattır. Anı yakalamak ve ondan azami ölçüde yararlanmak gerekir. Bauman' a göre, 'böylesine güvensiz ve her şeyin iğreti olduğu dünyada akıllı ve becerikli gezgin fazla yük taşımaz ve kendisini engelleyecek hiçbir şey için gözyaşı dökmez'. Ona göre, bu strateji, tüketim toplumunun 'şimdi hayat' stratejisinin parolasıdır (2011: 193-194). Ailenin bıraktığı boşluğu, medya üzerinden sosyalleşerek gidermeye çalışan gençler günlük yaşamlarını aksatacak ölçüde bu araçlara bağımlılık geliştirmişlerdir. Dolayısıyla gençlerin çözümsüzlükten bir kaçış yolu olarak gördükleri medya, onları daha büyük bir çözümsüzlüğün içine çekmekte ve gerçek yaşamla olan bağlarını olumsuz etkilemektedir.

### **Medya Bağımlısı Gençlerin Sorunları**

Henry A. Giroux'a göre, 18-25 yaş arası gençlerin tipik özelliği haline gelmiş değişken ve süreklilik göstermeyen davranış biçimleri içinden çıkamadıkları post-modern kültürel koşullardan beslenmektedir. Bunlar; çalışma ve serbest zaman karmaşası, geleceğin belirsizliği, güven duyulan bir aile ortamı kavramının zedelenmesinin yanında, sanal ortamda imajlar dünyasında edindikleri zaman ve uzam deneyiminden kaynaklanmaktadır (2007: 159).

Güzin Sübaşı' nın cinsiyet, akademik başarı, ailelerin sosyo - ekonomik düzeyi, anne-baba tutumu, yalnızlık, özsaygı ve iletişim becerileri değişkenlerinin üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı düzeylerini yordama gücünü belirlemek için yaptığı araştırmanın bulgularına göre, gençlerin özsaygı düzeyleri düştükçe, sosyal kaygıları artmakta, kendilerini daha yalnız hissetmekte, kendilerine daha az güven duymakta ve yeterli olamama duyguları yaşadıklarından kişilerarası iletişimde güçlük çekerek kendilerini daha fazla yalnız hissetmektedirler (2007: 11)<sup>1</sup>. Gençlerin yaşadıkları bu kısır döngü, bir kaçış yolu olarak gördükleri medyaya bağımlı hale gelmelerine neden olmaktadır.

---

<sup>1</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz. Sübaşı, G., "Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Kaygıyı Yordayıcı Bazı Değişkenler", Eğitim ve Bilim, Yıl 2007, Cilt 32, Sayı 144.

Aşağıda, medya bağımlılığı olan gençlerde gözlemlenen sorunlar üç alt başlık altında ele alınmıştır. Bunlar; 1. Bellek yitimi sorunu, 2. Dil yitimi sorunu, 3. Yüz yüze iletişim kurma sorunudur.

### **Medya Bağımlısı Gençlerde Bellek Yitimi Sorunu**

İnsanların belleği olmasaydı, belirli bir deneyimden öğrendiği davranış ve görüşleri saklayamazdı ve her defasında aynı davranışları yeniden öğrenmek zorunda kalırdı. Belleğin olmadığı yerde öğrenimden ve öğrenilen bilginin birikiminden söz edilemez. Bellek sayesinde insanlık dil ve kültürü geliştirmiş ve günümüz toplumlarını oluşturmuştur. Belleğin iki temel boyutta özelliği vardır. Birinci boyut, belleğin aşamalarıdır. Bunlar; kodlama, depolama, arabul -geriye getir aşamalarıdır. İkinci boyut belleğin türlerini belirtir. Bunlar; kısa süreli bellek ve uzun süreli bellek olarak ikiye ayrılır (Cüceloğlu, 1996: 169-170). Bellek, bireyin kültürel aidiyetini ve kimliğini tanımlayan bilgilerle onu yönlendirerek, kendini ve içinde yaşadığı toplumu anlamasını ve kendini bu ortamda konumlandırmasını sağlar.

Medya, insan zihninin fizik ve sosyal çevrenin dışında farklı kodlama yapmasını gerektirir. Bu kodlamada kelime, kavram, gerçek mekan, gerçek kişiler yerine sembolik düzen ve sembolik unsurlar yer alır. Bu nedenle medyatik belleğin hatırlama şekli sembollere dayalıdır. Hatırlama dil üzerine yapılan bir özellik olduğundan hatırlamayı gerçekleştiren çağrışımlar dilsel özellik gösterir. Dil sembollerden oluştuğundan bellek de sembolik özellikleri barındırır. Medyatik bellek ise, sembolikleştirilen enformasyonun bellek yanılısalarına neden olmaktadır. Bu nedenle medyatik bellek, medyatik temsillerden kaynaklanan bellek yitimine neden olur (Sözen, 1997: 13-14). Jean Baudrillard' a göre, insanlık gerçek dünyayı yok ettiği için göstergeler dünyası da yok olmuştur. Gerçekliğin ortaya çıktığı, dünyanın anında imgesel düzeyde kurulabildiği ve kendisine müdahale edilemediği zaman, önce gösteri, yabancılaşma, mesafe, aşkınlık, soyutlama benzeri şeylerin varlığı ve gösterge ile kurulan anlamsal ilişkilerin gerçekte kurulan anlamsal ilişkilerle birlikte sanal ve sayısalardan oluşan evrende yok olup gittiğini belirtir (2005: 67-68). Yüz yüze ilişkilerin yok olduğu, toplumsal kültürün ebeveyn üzerinden aktarılamadığı ortamda yetişen gençler, medyanın oluşturduğu ve kurallarını belirlediği sanal ortamlarda, medya üzerinden kültürlenmektedir. Dolayısıyla gençler, imgesel bellekleri medya üzerinden kodlamalar yaptığından, gerçek yaşamla ilgili bellek yitimine uğramaktadır.

### **Medya Bağımlısı Gençlerde Dil Yitimi Sorunu**

Dil, duygu ve düşüncelerin ses, yazı, resim, görüntü benzeri üzerinde toplumsal uyum sağlanmış araçlarla başkalarına iletilmesini veya saklanmasını sağlayan kendi içinde kuralları ve sürekliliği olan bir sistemdir. Dil ile düşünür, dil ile anla-

şır, dil ile duygularımızı ifade eder, dil ile kültürümüzü inşa eder ve dil ile yenisinden üretiriz.

Konuşma bireysel, dil ise toplumsal ve kültürel dir. Toplumdaki bireysel ve kültürel değerler, yaşantılar dil aracılığıyla toplumsallaşır, dil aracılığıyla yeni kuşaklara aktarılır. Bu nedenle dil bireyler üstüdür. Bireyler dünyaya geldiklerinde dili hazır bulup öğrenirler. Dil dünyaya bakış açısının belirlenmesinde önemli rol oynar (Zillioğlu, 2003: 122-123). Değişen toplumsal koşullar, gençlerin toplumsallaşma süreçlerinin sağlıklı gerçekleştirilememesi, dilin toplumsal kültürün aktarıcısı olarak kullanılmasını sorunlu hale getirmiştir.

Medya bağımlısı gençler, sosyal medyada ve kendi aralarında iletişim kurarken bir takım kısaltma ve sembollerden yararlanmaktadır (Çakır ve Topçu, 2005: 7).<sup>2</sup> Bunun yanında kendi aralarında kullandıkları ve Türkçe kurallarına uygun olmayan bir sohbet türü geliştirdikleri bilinmektedir. Örneğin, Cenk Akbıyık, Adnan Karadüz, S. Sadi Seferoğlu'nun yaptığı çalışmaya göre gençler, karşılıklı sohbet şeklinde gerçekleştirdikleri yazışmalarda, "ne bilim, he öle dio, bacaklarının kırlası gelmiş, bu çok feci" benzeri kısa konuşma cümleleri, basit cümle yapıları, seslenmeler, söyleşi üslubundan oluşan kalıp sözler ve söz öbekleri, eksilteli cümleler, durum bağlamına göre anlam kazanan sözcükler kullanılmaktadır (2013: 9)<sup>3</sup>. Gençlerin bilgisayar ve cep telefonu kullanımıyla edindikleri ikonografi ve farklı sözdağarcığından oluşan bu yeni dilini ebeveynler ve yaşlı kuşak anlamakta zorluk çekmektedir (Binark, 2007: 167). İletişimi engelleyen diğer bir faktör, gençlerin oluşturdukları bu dil engelinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle gençler, günlük yaşamda ve derste uygun sözcükleri bulmakta zorluk çekmekte, düzgün cümle kuramamakta, konuşmalara kalıp cümlelerle medyatik yanıtlar vermekte veya kendi arkadaş çevresinde kullandığı kısaltmaları günlük konuşma diline yanıtmakta ve yazı yazarken farkında olmadan bu dili kullanmaktadır. Dolayısıyla gençler, kendilerini yazılı ve sözlü ifade etmekte sorun yaşamaktadır. Günümüz gençliğinin yarattığı eğlenceli ve çekici dil, giderek, Debord'un belirttiği gibi gerçeği sahte olana dönüştürmektedir (1996: 156). Gençlerin yarattığı bu dil, sıkıntılarına çözüm olmak yerine yeni bir sorun olarak kendilerine geri dönmektedir.

## **Medya Bağımlısı Gençlerde Yüz Yüze İletişim Kurma Sorunu**

Castells'e göre, insan ruhu, beynin boyutlarını, makinelerin ve toplumsal bağlamların arasında yeni bir etkileşimde birleştiriyor. Metin, görüntü ve seslerin seçilebildiği bir zaman (gerçek ya da ertelenmiş) diliminde, açık ve mali bakımdan erişimin sorun olmadığı küresel bir ağda, çok farklı noktalarla etkileşim içinde ve

<sup>2</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz. Çakır, H. ve Topçu, H. "Bir İletişim Dili Olarak İnternet", Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı : 19 Yıl : 2005/2.

<sup>3</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz. Cenk Akbıyık, Adnan Karadüz, S. Sadi Seferoğlu, "Öğrencilerin İnternet Ortamında Kullandıkları Yazılı Sohbet Dili Üzerine Bir Araştırma", bilig Kış 2013, Sayı 64 .

aynı sistemde bütünleşme potansiyeli olan bir hipertext ve meta dil oluşuyor. Ona göre yakın gelecekte, gerçekliği medyamızın diliyle algılayacağımız bir medya gerçekliği, kültürümüzün ve dilimizin içeriğini oluşturacaktır (2008: 440-441). Dolayısıyla gençler, medya üzerinden kendi kültürel aidiyetlerinden farklı ve kurgusal kültürle kültürlenmeye devam edeceklerinden kendilerine, ailelerine, içinde yaşadıkları topluma ve kültüre giderek daha fazla yabancılaşacaklardır.

Richard Sennett'e göre, elektronik iletişim araçları kamusal yaşama son verilmesini sağlayarak sanal ortamda toplumsal grupların birbirine ait bilgi birikimlerini artırmakta ve aynı zamanda onların yüz yüze iletişim kurmasını gereksiz hale getirmektedir (1996: 353). Marmara Üniversitesi Tıp Fakültesi Psikiyatri Anabilim Dalı Öğretim Üyesi Kemal Sayar' a göre, ailelerinden yeterince ilgi ve sevgi görmeyen gençler, kendilerini yalnız ve güvensiz hissetmeleri nedeniyle bu eksikliği sosyal medyada iletişim kurarak gidermeye çalışmaktadır. Ancak bu sosyalleşme bir aldatmacadır. Gençler giderek medyaya bağımlı hale gelmekte ve yüz yüze iletişim kurmayı unutmaktadır. Bu durum yabancılaşmayı ve yalnızlaşmayı artırarak ruh sağlığını olumsuz etkilemektedir (<http://www.e-psikiyatri.com/antidepresan-yerine-bunu-yapin-45714>). Gençler, medya diliyle konuşmakta ve medya üzerinden sosyalleşerek kendi kültürüne yabancılaşmakta ve yüz yüze iletişim kurmaktan kaçınmaktadır. Dolayısıyla kendi kültürü içinde sosyalleşemeyen gençler, kendi kültürüne yabancılaşmakta ve yalnızlaşmaktadır.

## **MEDYA BAĞIMLISI GENÇLERDE KÜLTÜREL AİDİYET ve KİMLİK KARMAŞASI**

Gençler, medya üzerinden toplumda kendi yerlerini öğrenmek ve içinde yaşadıkları toplumu tanımak istemelerine rağmen, medya, gerçek dünya konusunda bilgi vermek için tasarlanmış bir iletişim sunmamaktadır (Çaplı, 2002: 187). Medya üzerinden sosyalleşen gençler için medya içeriği toplumsal durum ve olayların öğrenildiği bilgi kaynağı haline gelmiştir. Verilen bilgi doğru kabul edildiğinden çoğu zaman sorgulanmadan kabul edilmektedir. Bu da gençlerin medya üzerinden edindiği belirli davranış ve düşünüş kalıpları içinde hareket etmesine neden olmaktadır (Işık, 2007: 97-98). Dolayısıyla gençler kimliklerini ve kültürel aidiyetlerini inşa ederken medya üzerinden doğru toplumsal bilgileri alamamaktadır.

Castells, bireylerin ve toplumsal grupların, içinde buldukları toplumsal yapıya, uzam ve zaman çerçevesinden kaynaklanan koşullarla, kültürel projelere göre kimliklerini yeniden inşa ettiklerini belirterek, kimlik kavramını üç farklı biçim ve kökene ayırarak ele alır. Bunlar; 1. Meşrulaştırıcı kimlik, 2. Direniş kimliği, 3. Proje kimliği. Meşrulaştırıcı kimliğin bir sivil toplum yarattığını ve direniş olarak ortaya çıkan kimliklerin projeler başlatabileceğini ve özneler ürettiğini ileri sürer. Ancak bu özneler bireyler tarafından, bireyler için inşa edilmelerine rağmen, birey değildir (2008: 12-17). Castells'e göre, enformasyon teknolojisi devrimi, maddi temeli enformasyonelizmin doğuşu olan yeni bir toplumun doğuşuna neden olmuştur. Enformasyonelizmin çerçevesi içinde zengin-



liğin üretimi, iktidarın icrası ve kültürel kodların yaratılması, toplumlar ve bireylerin teknolojik kapasitesine bağımlı hale gelmiştir. Bu kapasitenin çekirdeğini enformasyon teknolojisi oluşturur (2007: 486-487). Dolayısıyla medya bağımlısı gençler, kendi toplumsal kimliğinden farklı enformasyon teknolojisi üzerinden edindikleri kültürle kimliklerini yeniden inşa etmektedir. Ancak inşa edilen bu yeni kimlik içinde sorunlar barındırmaktadır.

## **ÖĞRENCİLERİN MEDYA TÜKETİM ALIŞKANLIKLARIYLA İLGİLİ BULGULAR**

Çalışmada, derinlemesine mülakat tekniği ile 18-21 yaş arası üniversite öğrencileri arasından tesadüfi örneklem yöntemi ile seçilen öğrencilerle yapılan yüz yüze görüşmeler sonucunda medya tüketim alışkanlıklarına göre öğrencilerde;

1. Gerçeklik algısında değişiklik,
2. Aile fertleri ile iletişimde azalma,
3. Gerçek ortamda ilişki kurmakta zorluk çekme, sorunları ortaya çıkmakta ve medya tüketim süresi ile bağlantılı oranda artış göstermektedir.

## **SONUÇ ve DEĞERLENDİRME**

İnsanlığın gelişiminden bu yana her yeni buluş insanların ve toplumların yaşamında birçok değişime neden olmuştur. İnsanlık, her yeni buluşla zihinsel değişim ve dönüşüme uğramıştır. Elektronik kültür dönemi ile birlikte özellikle gençler arasında yüz yüze iletişimin yerini teknoloji ile aracılanmış ve kısaca medya olarak tanımlayabileceğimiz yeni iletişim ortamları ve yeni iletişim araçları almıştır.

1980'lerden sonra neo-liberalizmin dayattığı tüketim kültürü ve buna bağlı olarak değişen aile yapısı ve sosyal ilişkiler nedeniyle gençler yalnızlaşmıştır. Bu ortamda yetişen gençler için medya, hem eğlenme, alışveriş yapma, arkadaşlık kurma yoluyla yalnızlığını ve hem de gençlik heyecanını gidermeye çözüm olarak görülmüştür. Ancak bu çözüm yolu onlara yeni sorunlar getirmiştir. Medyaya bağımlılık geliştiren gençler, Manuel Castells'in, 'enformasyonelizmin ruhu' olarak kavramsallaştırdığı, kendi kültürel değerler sisteminden farklı, çok yüzlü ve sanal, 'yaratıcı yıkım kültürü'nün ağına yakalanmıştır.

Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, medya bağımlılığının gençleri, kendi toplumsal kültürüne yabancılaştırdığı, dil, bellek ve yüz yüze iletişimle ilgili günlük yaşamı aksatacak, algısal, duygusal ve davranışsal sorunlara neden olduğu söylenebilir.

### **Son Not:**

*Prof. Dr. Necla MORA, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü.*

## **KAYNAKÇA**

- BALDINI, M. (2000). İletişim Tarihi, Gül Batuş (Çev.). İstanbul: Avcıol Basım ve Yayımları.
- BAUDRILLARD, J. (2005). Şeytana Satılan Ruh, Oğuz Adanır (Çev.). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- BAUMAN, Z. (2011). Bireyselleşmiş Toplum, 2. Baskı, Yavuz Alogan (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BİNARK, M. (2007). " TeknoGünlüklerdeki Çoklu Sessiz Yaşamlar", Mutlu Binark (Ed.),Yeni Medya çalışmaları. Ankara: Dipnot Yayınları.
- CASTELLS, M. (2008). Ağ Toplumunun Yükselişi, 1. Cilt, 2. Baskı, Ebru Kılıç (Çev. ). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- CASTELLS, M. (2008). Kimliğin Gücü, 2. Cilt, 2. Baskı, Ebru Kılıç (Çev. ). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- CASTELLS, M. (2007). Binyılın Sonu, 3. Cilt, Ebru Kılıç (Çev. ). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- CÜCELOĞLU, D. (1996). İnsan ve Davranışı, 6. baskı, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- ÇAPLI, B. (2002). Medya ve Etik, Ankara: İmge Yayınları.
- DEBORD, G. (1996). Gösteri Toplumu, Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ERDOĞAN, İ., KORKMAZ, A. (2010). Öteki Kuram. Ankara: Erk Yayınları.
- GERAY, H. (2003), İletişim ve Teknoloji. Ankara: Ütopya Yayınları.
- GIROUX, H. A. (2007). Eleştirel Pedagoji ve Neoliberalizm, Barış Baysal (Çev.). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- GÜNEŞ, S. (2001). Medya ve Kültür, 2. Baskı, Ankara: Vadi Yayınları.
- GÜNEŞ, S. (2006). Enformasyon Toplumu'nun Putları. Ankara: Hece Yayınları.
- GÜZEL, M. (2007). "Küreselleşme Tüketim Kültürü ve internetteki Gençlik Siteleri", Mutlu Binark (Ed. ). Yeni Medya çalışmaları, Ankara: Dipnot Yayınları.
- IŞIK, M. (Ed.), ( 2007). Televizyon ve Çocuk. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- MCLUHAN, M., FIORE, Q. (2005). Yaradığımız Medya, Ünsal Oskay (Çev.). İstanbul: Merkez Kitapçılık Yayıncılık.
- ONG, W. J. (1995). Sözlü ve Yazılı Kültür, Sema Postacıoğlu Banon (Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- SENNETT, R. (1996). Kamusal İnsanın Çöküşü, Serpil Durak ve Abdullah Yılmaz (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- SÖZEN, E. (1997). Medyatik Hafıza. İstanbul: Timaş Yayınları.
- UĞUR, A. (2002). Kültür Kıtası Atlası. İstanbul: Yapı ve Kredi Yayınları.
- ZILLIOĞLU, M. (2003). İletişim Nedir? 2. Baskı. İstanbul: Cem Yayınevi.

## MAKALELER

AKBIYIK, C., KARADÜZ, A., SEFEROĞLU, S., "Öğrencilerin İnternet Ortamında Kullandıkları Yazılı Sohbet Dili Üzerine Bir Araştırma", *bilig* Kış 2013 / Sayı 64.

ÇAKIR H., TOPÇU, H., "Bir İletişim Dili Olarak İnternet", *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* Sayı : 19, Yıl : 2005/2 , ss. 71-96.

SAYAR, K. "Antidepresan yerine bunu yapın", <http://www.e-psikiyatri.com> (29.10.2013).

SÜBAŞI, G. "Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Kaygıyı Yordayıcı Bazı Değişkenler", *Eğitim ve Bilim*, Yıl. 2007, Cilt 32, Sayı 144.