

Siber Alan ve Gerçekliğin Gençler Üzerinde Gündelik Sosyal Regülasyonu: Facebook

VOLKAN YÜCEL

Öz

Modernizmin sürekli yarattığı 'bugünde olmak' deneyimi; yirmi birinci yüzyılda bir siber alan olan internette pekişir. Sibernetiğin kendi doğasından kaynaklanan dinamiklerini atlamamakla beraber, bu incelemenin konusu; 2007'de bir topluluk girişimi olarak ortaya çıkan ve özellikle gençlerin; içinde, açık kimlikleriyle yer alarak orada varoluşlarına inandıkları sanal ortam Facebook'tur. Siber mekânsallığın altında neler yatmaktadır? Bir topluluk ve özgünlük alanı olarak süren sosyalleşme siteleri içinden 'Facebook' nasıl sıyrılmıştır ve gençler, ruh-beden tartışmasını hararetlendirecek biçimde bu mecrada nasıl bir yeni 'kendilik' kurar? Sanal kolektifler nasıl temsillerdir ve bizleri nasıl etkiler? Bu çerçevede çalışmanın hipotezi; bir yandan bir hafıza tekniği olarak çocukluk ve geçmiş hatıralarını çağırarak, tazeleyen ve yeniden örgütleyen sosyal medya sitelerinin; bir yandan da insanların kamusal ihtiyaçlarını giderip onların sosyal tepkilerini, amaç ve paylaşımlarını postmekânsallaştırdıklarıdır. Bu doğrultuda, bu çalışmada argümantasyon yöntemi kullanılarak sosyal medya sitelerinin gündelik medya oluşturma ve gençlerin yaşamlarını etkileme potansiyelleri değerlendirilmeye çalışılacaktır. Sosyal medya sitelerinin kullandığı 'bugün fikri', bir gazete konvansiyonu gibi çalışan 'o-günde'lik deneyimi; Facebook'u, günümüzde yetişen kuşakların, içinde olduğu ve dönüştüğü bir uzam kılmaktadır. Sanal ortamlar; '2. Alan' sayılan interneti, bir gerçek yaşam alternatifine dönüştürmektedir. Sanal ve gerçeğin birleştiği bir ortamda, neyin hayati olduğunu tespit giderek zorlaşmakta ve bunun sonucunda kimlik sorunları ortaya çıkmaktadır. Sanal yaşam, kendisini tercih edilir kılmaktadır. Bu açıdan siber alanın teorik açıdan incelenmesi ve yeni bir mekânsallık türünü bağımlı kılan unsurlarının saptanması ilgiye muhtaçtır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Siber Alan, İnternet Bağımlılığı, Facebook, Gündelik Hayat

The Daily Social Regulation of Cyberspace and Its Reality on Youth: Facebook

VOLKAN YÜCEL

Abstract

The experience of 'todayness' interminably made by modernism has been consolidated by the cyberspace (the internet) in the 21st century. While recollecting the inborn flow of the cybernetics, the subject of this investigation is Facebook developed as a community action basically in 2007 and involves many adolescents with an open identification in a virtual domain. What lies underneath the cyber spatiality? How Facebook has become well known among the other social networking sites serving as a space of the group and creativity. How the adolescents set up another self in this medium aggravating the mind-body dilemma? What kind of representations are the virtual collectives? In this context, hypothesis of this study is that the social media sites, which call, revive or redesign the memory of youth as a recollecting procedure, constitute a public space and postspatialize people's social reactions, objectives and shares. In the analysis of this hypothesis within the framework of source management, the potentiality of social media sites was defined. The 'today thought' working as a daily paper tradition utilized by Facebook creates a space where generations grown and change. Virtual situations make the second space (internet) a genuine option. In an environment where reality-virtuality continuum exists, it is hard to recognize what is vital. Starting here of perspective, cyberspace needs a hypothetical consideration for its advanced spatiality of addictive practices.

Keywords: Social Media, Cyberspace, Internet Addiction, Facebook, Daily Life

“Sosyal uzam bir süreçtir.”

Henri Lefebvre

1. Giriş

Bir sosyal uzamı incelerken, hangi yöntemin doğru olacağını tespit, hep tartışma konusudur. İnsanları birer konuma dönüştüren mekanik kuramlar ya da bireyi yücelten çözümler akademik alanda çarpışır. Örneğin, sosyolojiye ‘bir dövüş sporu’ diyen P. Bourdieu; incelenen konuyu bir süreç ve satha yaymak için adına ‘alan’ dediği (inceleme metotlarını da kendisine nesne edinen) çok boyutlu bir kavramsallaştırma kullanmıştır. Farklı konumlardaki eyleyiciler (*agentlar/amüleler*); kimlik ve hiyerarşi kökeni temelli bir sorgulanma sahası olan ‘kamp/alan’ içinde, birbirlerine ve süreçlere kendi yatkinliklerinin gözüyle bakarlar.

J.P.Sartre’in idealist varoluşçuluğunun, M.Merleau-Ponty’nin E.Husserl okumalarının, N.Elias’ın oyun metaforu, J.Nash’in Nash dengesi ve L.Althusser’in yapısal Marksizminin bir bireşimi olan sosyal alan kuramı, inşacı yapısalcılık denen bir metotla, içinde bir grup eyleyici bulunan ve belli kategorilerin sonucu oluşmuş sosyal uzamları; kozlar, verili sermaye türleri ve mevcut alanı dönüştürmeye yönelik dinamik süreçlerin analizlerini içerir.

Bir başka metot olan gündelik hayat çalışmalarıysa, pratik duygulardan yola çıkıp dünya bilgisine hâkim bireyin, bu bilgiyi özgül yaşamından sosyal yapısalılıklara taşıyarak kurduğu anlam dünyası ve bu dünyanın felsefi ve toplumsal okumalara açıklığına bakar. Bu durum düşünülülük (*reflexivite*) kavramıyla dile getirilir ve çalışma sahasının ve bir fiil çalışmayı yapan kimsenin, incelenmeye açıklığını da (*sens commun*) içerir. İnşacı ve eyleyici arasındaki gerilim, bireylerin konumları ve sahip oldukları yatkinliklerle (*disposition, doxa, habitus* gibi) ilişkilidir: Yasakları, ulaştıkları, sağ kalma ve iktidar kaynakları, ürettikleri ve inançları; onları sosyal alanlarında ivmeler.

Birey konumları ve yatkinlik hatlarına yönelik mütekalibiyetler, söz konusu olan hangi sosyal uzamsa o uzamın yapısı ayakta kaldığı sürece oyuncuların çekişme ve rekabeti sürdürüp oyuna devam edeceklerini belirtir. Eyleyiciler sosyal alan içinde gelişen ortak *habitus*lara tâbidir. *Habitus*; tecrübeleri birleştirerek her an bir algı, takdir ve eylem ağı olarak işleyen ve sorunlara yönelik çözümlerin kıyaslanabilirliğiyle birçok görevin başarılmasını mümkün kılar; dayanıklı, yer değiştirebilir yatkinliklerdir. Eyleyicilerin ya da internet cemaatleri söz konusuysa kullanıcıların gidişatları sadece bireysel hamlelerle sağlanamaz. Eylem odakları; karşılıklı bağımlılıklar, dengeler ve içerimler yoluyla ve zaman içinde yeni seyirler alır. *Habitus* kişisel oyuncuların, cemaatin ya da kullanıcıların ve alanda mevcut oyunun seyri içindeki kişisel kayıtlardır.

Bu çalışmada alana ve mekâna yönelik kuramsal çerçevelerden yola çıkılarak sosyalleşme sitelerinin vaat ettiği fiziksel olmayan ortamların ne tür yeni mekânsallıklara evrildiği ve gençlerin bu ortamlar üzerinden geliştirdikleri sanal mekânsallıklara dayalı sosyalliklerinin veçheleri incelenecektir. İfşaya, kendini göstermeye, *stalker* ve ötekini dikize dayalı olarak gelişen gençlere ait yeni sosyallikler, tüketim, çabuk sıkılma, değersizlik hissi ve kayıtsızlık gibi kimi sorunlara yol açmaktadır.

2. Sanal-Mekânsallaşmanın Kuramsal Değerlendirmeleri

P.Bourdieu: “Kolektif ritimlere tâbi olmak, kendini bu temsile göre düzenleyen grubu yapılandırır,” (Bourdieu, 2007: 163) demektedir. Modern dünyanın doğurduğu “mode/mod”da olma hâli, işte bu ritim kalıbının bir örneğidir. Günümüzde en çok, sanal/sibernetik bir platform olan internette kendi yatkınlık setini geliştiren oyuncularda çalışır. Yaklaşık on beş yıldır birer topluluk girişimi olarak ortaya çıkan sosyalleşme siteleri kullanıcıları çapraz şartlar içinde böyle bir oyuna zorlar. Snapchat anlık görüntüler talep ederken, Instagram kendini sergilediğin cinsiyetçi bir fotoğraf alanı, Twitter politik görüşlerini ya da anlık hissiyatlarını yarıştırdığın bir platform, Tinder insanlarla eşleştirdiğin, LinkedIn iş yaşamını ve iş ortaklarını paylaştığın ve Facebook’da tüm kişisel geçmişini, hatıralarını, gruplarını ve katılımlarını kaydettiğin bir tür ortak hafıza mekânıdır.

İnternet yaygınlaştıkça sanal kimlik, sanal beden, tekno beden, siber temsil, fiziksel-mekânsız iletişim, sanal-politik, dijital kümesel varlık bilim, ruh ve beden ve siber temsil, sanal yabancılaşma, soyut topluluklar, kutsalın teknolojikleştirilmesi, siber demokrasi, siber görenek, siber öfke ve siber erotizm gibi sayısız tartışma konusu açılmıştır (Jones, 1997). Sanal kimlik sadece bir persona ya da mask/e biçiminde anlam bulan bir ‘avatar’ kavramsallaştırması değildir, aynı zamanda kendi kimlik örgütlenmesini sanal alana taşıyacak kadar, zaman-mekân algısını siber toplum üzerinden deneyimleyenler için de bir çerçeve oluşturmuştur.

Her sosyal uzam, bir sosyal ürün (Lefebvre, 2006) olduğuna göre, siber alan da bundan bağımsız değildir. Siber ya da sanal (*virtüel*) kavramları açısından internet gerçekliği; günümüzde sanal gerçeklik olarak algılsa da, artan uygulamalarla neredeyse biyolojik-yapının bir devamı hâline gelmiştir. Birçok kişi cep telefonunu kendi bedeninin bir uzantısı olarak görmekte, herhangi bir çağrı ya da mesaj gelmesi bile hayalet sesler duyarak telefonuna yönlenebilmektedir. Sanal ve sanal olmayanın belirsizliği; yeni neslin bu belirsizliğe doğması; siber alanın yeni kavrayışlara muhtaçlığı (örneğin ATM makineleri, insanları *siborg*laştırır mı?); hem siber-kimlik hem de *siborg*-özne tartışmalarının alevlenmesi, bu alanı giderek siber-*punka* (yüksek teknoloji ve düşük yaşama) çevirmektedir.

Siborg sözcüğü ilk olarak 1960'larda kullanılsa da, akademik incelemelere konu oluşu 1980'lerdedir. Bu alandaki bir kavramsallaştırma olan "sanal gerçeklik"se ilk kez J.Lanier tarafından 1986'da kullanılmıştır (Heim, 1995: 64). Siber alan literatürünün yükselişi ve popüler hâle gelişi 1990'lardan sonra olmuştur (Featherstone, 1995: VI). Siber alan sözcüğü, bir tür olarak pek çok değişik teknolojiye hitap eder. Bu teknolojilerin, içinde; insanın eyleme geçebileceği ortamlar oluşturabilmesinin adıdır da. Gibson bunu '*matris*' adıyla tanımlar (Gibson, 1993).

Bir siber netik tutkunluğu tanımı olarak *cyberpunk* kavramıysa, 1983 yılında B.Bethke'in kısa bir hikâyesinin adı olmuştur (Bethke, 1983). Yeni kavranan siber alanın, en altüst edici yanı; kamusal ve özel alan tartışmalarıdır. Eskiden günlüklere kaydolunan o özel hayat ve alan, şimdi fütursuzca kamusal alanda ifşa edilmektedir. Görsel medyanın sınırlarının devleşmesiyle gelişen sinoptik (herkesin herkesi gözlediği) iktidar türü, özel alanı geri dönüşsüzce parçalamıştır. Neyin kamusal çıkar, neyin kişisel yaşam alanı olduğuna karar vermek, her şeyden önce bir hukuk felsefesi anlayışı gerektirir. Görünmeyen ve nerede olduğu belirsiz bir iktidar, bireyleri ıslah ederken onlara anlamlı bir gelecek vaadi sunmaz. Sanal yaşam; gündelik yaşam kültürünü baskıcı pratiklerle biçimlendirerek özel alanı dönüştürmekte ve kişisel, kültürel ve politik kırımlar yaratmaktadır.

R.Sennett'in mahremiyet ideolojisi anlayışına göre, başkalarıyla yakınlaşma ve samimi deneyimlerle bireysel kişiliği geliştirmenin önündeki en büyük engel, kişidişilik ve yabancılaşmadır. Bu durumda toplumsal ilişkiler ancak kişinin içsel kaygılarına tekabül ettiği ölçüde gerçeklik ve inandırıcılık kazanır (Sennett, 2009). Sanal kimliklerin insanın gerçek ilişkisel karakterini sarsmasının bu açıdan bir tür kişisel kayıtsızlık ve ancak ilgilere göre şekillenen bir tür toplumsal katılımcılık ürettiği savunulabilir.

Mahremiyetin aşınması sosyal teorinin kurgusunda radikal bir kaymaya neden olmuştur. Pek çok araştırmacı simülakr (gerçeklik algısı veren görünüm) ve gerçeklik tartışmaları açmıştır. Bilginin temsili giderek görselleştiği için post-sembolik iletişim analizleri yapılmıştır. Günlük hayatın modellenmesinde spekülasyonlar olmuştur (Featherstone, 1995: 17). Sadece sanal alanda değil, teknolojinin, işin içine girdiği her alanda bir benzetim şüphesi doğmuştur. J. Baudrillard bu minvalde postmodern savaşların bir simülakr olduğunu ve sistemin kendi kendisinin gerçeklik ilkesi kaymışsa, kendi terim ve ilkelerini kullanarak herhangi bir çözüm sunma şansının da kalmadığını öne sürmüştür (Baudrillard, 2000, 2003).

Sosyal disiplinler ve teknolojinin tanım sınırları; günümüzde mekân, avatar-beden ve siber-*punk* biçiminde bir uzamsallaşmayla kültüre dönüşmektedir. Siber-*punk*, Lefebvre'in temsili mekânlar dediği, mekânın; sembol ve temsillerle dayandığı bir kavramsallaştırmaya benzer. Mekân, aslında işgalci ve kullananın mekânıdır (Lefebvre, 2004: 39). Yazar, sanatçı ya da yaratıcılar, mekânı; ona bir şeyler atfederek yaratır. Mekâna baktığımızda bir sistemler ya da işaretler kümesi görürüz. Alanlar ve anlam arasındaki temsil; kendini çifte illüzyonla; iki tarafın birbirini referans göstermesiyle; birbirine yaslanması ve birbiri arkasına saklanmasıyla serer (Lefebvre, 2004: 27).

Herkesin bir kimlik (özdeşlik) peşinde koşmak adına birbirini gözlediği (Google'ladığı) sanal mekân; insanlara bir tür "evrensel" iletişim kimliği vermiştir. Sanal da olsa, zaten "gerçek" kimliklerin sanal olmadığını, kim iddia edebilir? Siber alan ruh ve beden ayrımının kesiştiği ve ayrıldığı bir yere doğru evrilmektedir. Kişi internette fiilen yoksa gezinen kimdir? Bellek için de, aynı kodlama sürer: Asıl dolaşan nedir? Dolaşıyor mudur? Zihin ya da başka bir şey mi? Başka bir örgütlenme mi? İnsanın kimliğini veren hatıralarının, ne kadarı sanaldır ya da internet ortamı zihinsel mekânın bir devamı olabilir mi? Teorik tartışmalar daha çok bu konular etrafında yoğunlaşmaktadır.

M.Poster'in iletişim otoyolu (1995: 80) ya da Greenhill'in enformasyon otoyolu (1998: 153) diye adlandırdığı bu dev şebeke ve oluşan yeni imaj kültürü içine doğan sosyalleşme siteleri, aynı zamanda bir denetim mekanizmasıdır. Sanal düzenin kaynağı ya da amacı ne olursa olsun, internet dünyasının bizler için sunduğu fırsatlar, yeni doğmakta olan kuşaklar için fırsatın da ötesinde bir vaattir. Sanal cemaatlerin yaygınlaşması ve kendi göreneklerini oluşturması, mevcut nesil için birer uyumken, gelecek nesiller için pek de başka bir alternatifi olmayan birer kazanım olarak kalabilir. Gelecekte oluşacak sanal matrisler için hem birer kimlik denemesi olan hem de birer hafıza protokolü oluşturan sosyalleşme siteleri, toplumsal cinsiyetten, beden temsiline; hukuk kuramından, sembolik takasa; siber erotizmden, dil tartışmalarına kadar pek çok konuda aklın sınırlarını zorlamaktadır.

Tüm bu kaçınılmaz sanal ağ ortamı çerçevesinde şekillenen yeni ilişki ve organizasyonlar; M.Castells'e göre yeni bir mekân, zaman ve kimlik kavramı geliştirmiştir (Castells, 2005: 146). Yeni sanal toplum; daha açık yapılı ve eklenebilir bir kurgu-bilgi ve enformasyon çağına özgün bir sosyokültürel ve ekonomik yapıdır. Bireyselliğe yol verebilmesi ve tekil donatıcılığıyla, bu çağın sanal-matrisleri olan sosyalleşme siteleri; akıllı telefonlara sızan yapısı, mobil-gelecek çözümleri, bağış seçenekleri, blog-yapıları, tasarımı, kişisel alanı kusursuz

şekilde yansıma vaadiyle milyonlarca insanı bir araya getirerek (uygulamalar ve gruplar üzerinden) modernizmin yarattığı uçucu gündelik deneyimi yeniden kurmaktadır.

3. Sanal-Mekânsallaşma ve Aşkın Postmodern Temsil

Temsil ağında oluşmuş mekânlar, canlıdır. Konuşurlar. Duygu uyandıran merkezleriyle bir temsil mazisi ve şimdisedirler. Mekânın temsilleşmesinin pratikteki anlamı şudur: “Temsiller girdikleri yerde pratik bir çarpmaya sahiptir ve etkili bir bilgi ve ideolojiyle bindirilmiş olan mekâna ait dokuyu modifiye ederler (düzenler/uygunlarlar)” (Lefebvre, 2004: 47). Mekânın üretiminde bu safha aşırı önemlidir. Sanal kimliklerin geliştiği yeni iletişim ağları, toplumsal düzenin temsil ve taklit üzerinden yeni bir mecrada anlam bulmasıyla, yeni bir ritim duygusu, kaçınılmaz olarak yeni bir toplum ve aynı ilgiyi taşıyan gruplar ortaya çıkarırlar. Yeni ritmik duygular; her zaman için yeni toplumsal düzen reçeteleridir.

Batı; coğrafi yönden ziyade, bir eleştiri devamlılığı sağlayabilmiş Avro-Amerikan ve Greko-Yahudi geleneği olarak ele alındığında; “... bu sosyal teori içinde mekân kavramsallaştırması, belli bir noktaya kadar durağan biçimde kimliklenmiştir” (Soja, 1989: 11). Oysa sibernetik, bir mekân olarak topluma ilişkin pek çok dinamiği keskinleştiren çok yenilikçi ve dinamik bir kavşaktır. Eğer kültürü; kuralcı, anlatsal, yönlendirici ve nakledici yönleriyle bireylere “biz” dedirten, onları birleştiren ve aidiyet temellerini atan (Assmann, 1997: 21) bir yapı olarak tanımlarsak; tekrar, tanınma, ayın ve zamansallık oluşturmumu ve bellek konvansiyonu, bunun önemli bir kısmıdır. Bu açıdan sibernetin sunduğu kültür ve bellek; aranan, o öz-imge için geçerli bir yoldur. Bu mecra lineer zaman araçlarıyla paylaşılan ortak bir bilinç alanıdır. Bir hafıza yeri olarak çalışan siber alan, kimlik donanımı için de aynı fikri işletir. Bazı kimlikler normal yaşamda sergilenemedikleri için ağlarda canlanırlar. Bu açıdan siber dünya, insana; üstünde yapay bir hafıza oluşturulacak nüve-bir organizma gibi hitap eder. Birey kullandığı araçlarla, hem kişisel hem genelle paylaştığı kolektif kimliğini bir ya da birçok avatarla sürdürebilir. Yansıtabileceği birden çok kimliğe ve temsil edilebileceği birden çok mekâna kavuşur.

Siber alan, onu yaratan hafızaları ve kimlikleri yeniden örgütler. Mekân ve zamanın sembolik düzenlenmesi, deneyim için bir çerçeve sağlar: Toplumda kim ve ne olduğumuz, bu çerçeve dolayısıyla anlamlı hâle gelir. Siber alan, bunu başarabilmektedir. Modernlik ve postmodernlik deneyiminin pek çoğu dijital dünyayla birleşmiş ve gündelik hayata taşınmıştır. Geç yirminci yüzyılın *siborg* insanı ya da sibernetik organizması, yeni ve radikal bir vizyondur (Tomas, 1995: 28). Bir tekerlekle başlayıp, W. Benjamin’in alıntılıdığı satranç makinesine (*the*

Türk) ve oradan da teknopolün dinamosuna dönüşecek kadar etkili olan bir araç tutkunluğudur (Postman, 1993: 120). Bu tür teknopoller uzmanlar tarafından gözetilen, teknik hesabı insan yargısına üstün kılan ve verimliliği emeğin tek hedefi hâline getiren toplumsal tasarımlardır.

Sanal gerçeklik tek başına bir internet kültürü olarak gelişmekten ziyade, akıllı telefonların yayılması, kameraların küçülmesi, *web cam*'lerin ortaya çıkması, görüntü kaydetme cihazlarının yaygınlaşması ve iletişim teknolojisinin hızlanmasıyla gelişmiştir. Yeni tür toplulukların ortaya çıkması ve çevrim içi kimlik arayışları 2000'lerde yoğunlaşmıştır. Bu dönemde servis sağlayıcılar ve arama motorları yeterince gelişmiş ve yeni bir tür kullanıcı ara yüzü ve görsel imaj kültürü oluşturabilmişlerdir. Gerçek zaman ve mekândan kopuk topluluk fikri ve buna bağlı politik konular (temsil ve demokrasi arayışları) popüler hâle gelmiştir. İnternetteki iletişim yazılımları (Myspace, Hi5, Instagram, Twitter, blog siteleri ve video-oyunlar gibi sanal uzamlar) bu ortamın destekleyicileridir. 2010'lu yıllara varıldığında bu tutum, çeşitli ülkelerdeki sosyal hareketleri etkileyen kimi isyan ya da çalkalanmaları özellikle de Twitter dolayısıyla örgütlemiştir.

İlk zamanlarda yerel ağlar, üniversiteler, belli konular ya da temalar etrafında oluşan siteler (seyahat, sözlük ve ansiklopediler, film ve dizi gibi) sonraları sosyalleşme ağları hâlinde tek bir form arayışına girmiştir. Sayısız kullanıcı denemesi, çevrim içi mesajlaşma platformları, akla gelecek tüm tartışmaların yapıldığı forumlar ve hemen her konuda sayısız haberleşme grupları dijital kültürün kaçınılmazları olmuştur.

M.Adria; P.Virilio'nun sözlerini kullanarak, teknolojinin bu gelişme hızını simültane kabul eder. Ona göre kentteki gündelik deneyimde teknolojik uygulamalar baskındır (Adria, 2008) ve kitleleri sürükler. İnsanların giderek yeni fetişlerini kutsallaştırdıkları siber ortamlar küresel arayışlara yöneldikçe (Google Earth, WhatsApp, Snapchat gibi), vaat edilen 'gündelik' deneyimi de tamamen kapsayıcı hâle gelmiştir.

Sayırsız uygulama ve o güne uyarlanmış sistemler; isteyen herkesin, istediği herkesi haberdar etmesine fırsat vermekte ve bu ulaşılabilirlik, insanlara gerçek ya da sahte kimlikleriyle bir mekânda olma imkânı vermektedir. Bir ulus-aşırı toplumsal kimlik yaratma çabasındaki Facebook bir milyarı aşan kullanıcıyla, dev bir veri havuzudur ve durmadan konum, tüketim ve harcamalara ilişkin anlık veri toplamaktadır. İnsanların hıza alıştığı, herkesin kitap, film, gezi, yemek ya da moda arşivi oluşturmak için peşinden koştuğu bir çağda; kendine ait bir tarz yaratma peşinde koşanlara kişisel olanaklar sağlamıştır. Facebook internetteki

diğer servislerle (haber siteleri, kütüphaneler, çevrim içi kitap, DVD ve ürün satış siteleriyle) olan birleşimleriyle, kolay yoldan medya oluşturma fırsatı verir.

Ağ Toplulukları Kullanıcı Sayıları ¹	
Facebook	1.280.000.000 kullanıcı
Twitter	645.750.000 kullanıcı
Qzone	480.000.000 kullanıcı
Weibo	300.000.000 kullanıcı
LinkedIn	200.000.000 kullanıcı
Tagged	100.000.000 kullanıcı

Şekil 1. Kullanıcılar

Postmodern mekânlarda olduğu gibi bir kimlik manipülasyonuna açık olan Facebook, öteki kullanıcıların tepkileri üzerinden kişisel geri dönüşlere açıktır. Kullanıcılar aldıkları tepkilerle kendi davranış ve sanal *habitus*larını kalibrelemektedir. Örneğin; Facebook milliyetçiliği ya da alt-grupçuluğu gibi kavramsallaştırmalar ya da bölgesel ilgi paylaşımları, bir kimlik güçlendiricisidir. İnsanların, ‘sanal davranış görenekleri’ oluşturmasına yol verirler. Basında geniş yer tutan bu tarz milliyetçilik, gelişen akımların bir yansımasıysa da bu tepki siber ortamda daha organize, reaksiyoner ve toplu bir hâle gelebilmektedir. Ancak, sanallaşan tepkilerin uçuculuğu ve anlıksallığı da gözden kaçmamalıdır. Facebook’un kamusal yüzü ve bir kendilik teknolojisi olarak sunduğu sanal mekânsal olanak, genç nesiller üzerinde toplumsal dönüşüm yaratmaktadır. Kendi kültürel aidiyetleriyle özdeşleşmek yerine, bu yeni platformların geliştirdiği hazza ve bireyselliğe dayalı kültürün uygulayıcısı konumundadırlar.

4. Siber Rekabet ve Facebook

Facebook 04.02.2004 tarihinde, henüz 19 yaşındayken Harvard Üniversitesinden atılmış bir öğrenci olan ABD’li M.Zuckerberg tarafından öğrencilerin kampustaki hayatlarını kolaylaştırmak ve aralarındaki ilişkileri zenginleştirmek amacıyla kurulmuştur. Şu an 30 yaşında olan Zuckerberg, siteyi 13 yıl önce sıfır sermayeyle kurup, bugünkü değerine çıkarmıştır (250 milyar dolar¹). Kaliforniya Silikon Vadisi’nin en zenginlerinden olan Zuckerberg’in 2005 yılında, siteyi 1 milyar dolara Yahoo’ya satmak için teklif aldığı ve 2007 yılı içinse Facebook’un %5’inin 300 milyon dolar karşılığında Microsoft’a satılmasının gündeme geldiği biliniyor.

¹ “Facebook Now Worth More than Walmart”: <http://money.cnn.com/2015/06/23/investing/facebook-walmart-market-value> Erişim Tarihi: 18.05.2016. Bu değerle spekülasyon parametrelerinin payı olsa da, paranın kendisinin de spekülasyonlu bir tartışmalıdır. Dünya üzerindeki paranın sadece küçük bir miktarının basılı olduğunu tahmin edilmektedir.

Google'ın, Microsoft'u atlatarak video paylaşım sitesi YouTube'u satın alması da internet rekabetinin ne denli ciddi olduğunu göstermektedir. Google, zamanında Double Click'i (internet reklam sitesi) 3 milyar dolara satın aldıktan sonra gözünü popüler sosyalleşme sitesi Facebook'a dikmiştir. Ancak, çabalar boşadır. Microsoft Google'a kapırdığı YouTube'un acısını çıkarmak istemiş, aksi takdirde belli bir vade sonunda durumun, kendi aleyhine döneceğini fark etmiştir. Microsoft aracılığıyla Facebook'a geçmişte biçilen rayiç, YouTube'un on katıdır. Microsoft Facebook'un %1,6'sını alabilmiştir ve Accel Partners de %10'unu. Zuckerberg, Microsoft'un bu alımı yapmaya mecbur olduğunu bildiği için, şirketinin değerini arttırmak için alım-satım süreçlerini uzatarak durumu zamanında speküle etmiş ve şirket sonradan halka açılmış ve borsada işlem görmüştür.

Facebook cazibesinin merkezinde sadece kâr değil, aynı zamanda milyonlarca kullanıcıya ait erişim, kişisel bilgi ve tercih istatistiği ve hâlihazırda oluşan bir marka değeri vardır. Evrensel veri hazinesine sahip olmak isteyen pek çok iletişim firması, diğer sanal araçları da gözeterek, anlık veri toplayan iletişim tekelleri olmak istemektedirler. Örneğin Microsoft, Facebook yatırımıyla; Messenger, Aim ve Gtalk gibi mesajlaşma sistemlerine bir alternatif sunmak istemiştir. Bu sayede de, dünya üzerinde hızla artan nüfus ve bu nüfusun birbiriyle iletişime gereğini, tek merkez kanalıyla idare etmeye çalışmaktadır.

Facebook, daha hızlı çalışan php koduyla yazılmış, basit görünen renk tasarımı, rahat kullanılan ara yüzlü, kolayca resim ekleme ve resim içlerindeki imajları adlandırma özelliklerine sahip ve Web 2.0 görüntü değişkenliği ilkelerine sahip yapıdadır. 2004 yılında itibaren Web 2.0 teknolojisi 2000'li yılların son çeyreğinde bir tür veri ve iletişim manifestosu gibi ortaya çıkmış, site tasarım protokol ve ilkeleri olarak 2. internet mecrası içinde devrim yaratmış ve yeni bir dönem başlatmıştır. Kes-yapıştır ve sürükle-bırak usulüyle çalışan kullanıcı merkezli yapısıyla kısa zamanda tutunmuştur. Bu teknolojik gelişme sosyal paylaşım ağlarının gelişmesinde temel roldedir ve sosyal medya kavramının orta çıkmasını sağlamıştır (Kuyucu, 2015: 146).

Facebook büyük rakipleri olan MySpace, LinkedIn, Friendster, Plaxo, Hi5 ve Orkut gibi siteleri kısa süre içinde elemiştir. MySpace'le olan çatışması özellikle ilginçtir. Çünkü araştırmalara göre MySpace ve Facebook kullanıcı profilleri çatallanmıştır. Microsoft Araştırma'da çalışan D. Boyd; sosyal ağlar üzerinde yaptığı 6 ay süren bir çalışma² sonucunda; MySpace kullanıcıların gelir seviyesi düşük ailelerden geldiğini ve Facebook kullanıcılarına oranla daha genç profillere sahip olduğunu;

² "Medya, İnternet ve Bir Fahişe": <http://www.milliyet.com.tr/Yazar.aspx?aType=YazarDetayPrint&ArticleID=509087> Erişim Tarihi: 18.04.2016.

Facebook üyelerininse kolej ve kolej sonrası kuşağa ait, eğitilmiş bir kitleye hitap ettiğini bulgulamıştır. Bu sonuç, farklı sosyalleşme sitelerinin farklı eğitimlerdeki insanları biriktirdiğini göstermek açısından önemlidir.

TechCrunch'a göre, Amerika'daki üniversite öğrencilerinin neredeyse tamamının Facebook hesabı vardır. Bunların %60'ı her gün siteye erişir ve ortalama 20 dk vakit geçirir. Siteyi bir sanal topluluk olarak en başarılı kılan ve kullanıcılarına da bir tekil deneyim sunan unsurlardan biri de, sayısız uygulama ve özelliği kullanıcıların yaratabilmeleridir (The Wall, Photos, Gifts, Marketplace, Status, Events, Video, Applications ve Groups gibi). VentureBeat şirketine göre Facebook; Explorer Startup'larında ilk sıradadır. Bunun nedeni, Facebook gruplarının hem Yahoo hem de Google gruplarını geçmesidir.

Facebook'un getirdiği üye kaydı gibi grup sayfası kayıtlama seçeneği, öylesine tutmuştur ki, kısa sürede pek çok Facebook klonu doğmuştur. Bu klon sosyalleşme siteleri şöyle sıralanabilir: Studivz, Schuelerregister, Feierabend ve Schueler (Almanya); Xiaonei (Çin); Vkontakte (Rusya); DesiMartini (Hindistan); Studentface (Avustralya); Qiraz, 80630 (Türkiye) ve Studentsn (İngiltere) gibi... Görüldüğü gibi Almanlar Facebook klonlama konusunda rekor kırmıştır. Bu konuda ilk zamanlarda ortaya çıkan Almanca tasarım gereklerinin de rolü vardır.

Sosyalleşme sitelerinin bu kadar çok kullanıcısının olması ve bu kadar farklı grup içermesi, hem reklâm verenlerin hem de sponsorların kolayca ilgisini çekmiş ve şirketler bazı site içi gruplara sponsor olmuştur. Toyota, Geffen gibi dünya çapında şirketler, Facebook gruplarının bazılarını finanse etmektedir. Faaliyetlerini duyurmak isteyen kurumlara Flyer adında (binlerce kez gösterilen) sanal afişler satılmaktadır. Bu kadar uygulama, grup ve katılım seçeneğinin içinden çıkmak kolay olmadığı için kamuya açık Adonomics adında bir istatistik sitesi de kurulmuştur.

5. Gençlerin Arkadaşlık Bağı Yerine 'Ağ'laşma İlişisine Girmesi

Facebook kullanıcıların, kendi uygulamalarını yaratması olanağına kavuşmuş olması, daha önceki sosyal ağ sitelerinde denenememiştir. Örneğin Duvar uygulaması (kullanıcı sayfalarına arkadaşlar tarafından mesaj atılır ve kişinin duvarı, profilini görenlere ve bilgi akışına açıktır) ve Olay uygulaması (kullanıcılar arkadaşlarını belli buluşma, parti, etkinlik ve toplantılara çağırır) ciddi bir 'ağ'laşma sağlamaktadır. Facebook'taki en büyük tekillik-besleyici yanlardan birisi, kendi-uygulamanı yapıp yayma özgürlüğüdür. Site bu sayede kendini kullanıcılara mal edebilmektedir (örneğin bir 'tür' filminden belli bir temayı alarak, basit bir "mood" gösterme uygulaması kurabilirsiniz). Ayrıca hemen bütün diller için mev-

cut dil seçenekleri, hem uygulamaların hem de grupların kullanımını her geçen gün yaygınlaştırmaktadır. Haber verici gereçler de, kullanıcı çevrim içi olmasa bile kişiye iletilmek üzere notlar sıralayabilmektedir.

Teknoloji ve yeni gençlik kültürü birleşince arkadaşlık dinamiklerinin de değiştiğini söyleyebiliriz. Oxford Üniversitesinden R.Dunbar'a göre insan ancak 150 arkadaşlık ilişkisiyle başa çıkabilir.³ Geriye kalanlar zayıf bağlardır (ekstra arkadaşlar). Ağda kurulan zayıf bağlar lise arkadaşları, iş arkadaşları, eski eşler, gezilerden tanışlar, arkadaşların arkadaşları ve yabancılarıdır. Ağ sitelerinin yararı, çekirdek kitle dışındaki çevresel ilişkileri sürdürmeyi kolaylaştırmasıdır. Yakın ilişkide bulunulan kişilerle böylece duygusal bağlar internet üzerinden güçlenir. Ancak, zayıf bağlantılar da yeni bakış açıları ve topluma bağlanma konusunda yardımcıdır.

Sosyal ağlar, ağsal duyguların da geçirilmesi ve sahnelenmesi için öncüdür. Kaliforniya Üniversitesinden J.Fowler, Facebook'taki iletileri analiz ederek, insanların yazılı yorumlarıyla olumlu ve olumsuz duygularını geniş bir çevreye bilinçsizce bulaştırdıklarını ortaya koymuştur.⁴ Fowler'a göre duygular küreselleşmektedir. Ayrıca diyet, içki ve yemek alışkanlıkları hatta oy verme yatkınlıkları bile ağlar üzerinden yayılabilmektedir. Dijital ilişkilerin ağ topluları üzerinden sürmesi nüans kayıplarına ve yanlış anlaşılmalara da neden olabilmektedir. Kullanıcılar kişisel hayatlarında basitçe düzeltebilecekleri hatalarını, ağ ifadelerinde düzeltmemekte ve yorumlar kalıcılışmaktadır. İnternette görüşmek kolay ve güvenilirse de⁵ gerçek iletişim ve dostluk ancak akıllı telefonların bir süreliğine erişime kapatılmasıyla olabilir (Gudrais, 2010). Gençlerin duygusal durumlarının teknolojik aygıtlardaki uygulamalardan etkilenmesi, günlük yeme-içme alışkanlıklarının değişmesi, tüketim ve tarz modellerinin tek tipleşmesi gibi unsurlar büyük bir gelişimsel açıdan büyük bir tehditir.

6. Sanal Ayartıcı Olarak Kendini "Anons"

Kişisel hayatın en büyük dönüşümlerinden biri olan sanal kamusal ilanlar da Facebook güncellemeleriyle başlamıştır. Bir anons anı, bir ilan edicidir. Bir hâkim, düğün memuru ya da bir otorite bir hüküm verir ve bir şeyi ilan ederken aslında anons eder (mahkeme kararı, karı-koca ilanı, ölüm ilanı, unvan ya da ödül tak-

³ "Sanal Arkadaşlık Gerçek Arkadaşlığın Yerini Tutabilir mi?": http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/bilim-tekNIK/83565/Sanal_arkadaslik_gercek_arkadasligin_yerini_tutabilir_mi_.html Erişim Tarihi: 20.05.2016.

⁴ "Facebook Experiment Boosts US Voter Turnout": <http://www.nature.com/news/facebook-experiment-boosts-us-voter-turnout-1.11401> adresinden edinilmiştir Erişim Tarihi: 20.05.2016.

⁵ Siber yalnızlaşma teması kimi filmlere de konu olmuştur. *Sala samobójców/Intihar Odası* (J. Komasa, 2011) adlı film; okul arkadaşları tarafından eşcinsellikle suçlanan Dominik karakterinin kendisini topluma kapatıp internette kaybolmasını işler: <https://www.youtube.com/watch?v=nSCxTaKypaQ> Erişim Tarihi: 21.05.2016.

dimi gibi). Anonsu sırf bir cümledir; ancak bu cümle söylendiği anda kastı(nı) da gerçekleştirir (sunucunun, yarışmayı kazanan filmi açıklaması gibi). Söylenme ve gerçekleşme ânı aynıdır. Postmodern mekânsallaşma içinde insanların kazandığı öznellik pozisyonları bir tür kişisel anons ritüeli üretir.

Bir düğün sırasında memur, rahip ya da bir cami hocası gelin ve damadı karı-koca ‘ilan’ edebilir. Bu ifşa, şahitler önünde gerçekleşir. Modern öznenin seçimleriyle var olmasına, ben ‘seçimim’im demesine şahit olmak; herkesin orada olduğu bir ândır. Seçimler ve ilanlar birer modern mantradır. Fazlasıyla popüler olan Twitter’ın ardında bu ilan anlarının sıralanışını buluruz. Güncellemeler resmî sayfaların kamusal ilanlarını içerebilir. Ancak, temelde fikir basittir: “Aklında ne var?” Özellikle akıllı telefon teknolojisinin ortaya çıkması, sitelerdeki anlık ilanları bir hayat felsefesine çevirmiştir. Ünlü yazarlar, meslek sahipleri ve siyasetçiler kendilerinin bu şekilde takip edilmesini sağlar. Kişisel fragmanlar koleksiyonu, kişinin hafıza ve yaşam modüllerini lineer ve arka arkaya sıralamasını sağlar.

YouTube’da yayımlanan bir video,⁶ mahrem bir ifşaya zemin hazırlamış ve evlilik hayatının başlangıcını dijital bir anonsa çevirmiştir (“ilan etmek” anlamında *tweet*lemek): “Sizi karı-koca olarak *tweet*liyorum!” (I Now “Tweet” You Man and Wife). Bir düğün töreninde damat, görevli tam “Sizi karı-koca ilan ediyorum,” anonsu yapacakken akıllı telefonunu çıkarıp Facebook durumunu güncellemiştir. Bütün konukları güldüren ve rahibi şaşırtan bu olay, anlamlıdır. Görevli, damadı bekleyip şöyle der: “Sizi şu an karı-koca ilan ediyorum. Artık hem Face‘book’ta hem de benim ‘book’umda (kitabımda) resmisiniz!”

Damat, siber mekânda yapılan anonsu, gerçek hayattakinden gerçek saymıştır. Eylemin hem gerçek hem sanal bir kimliği vardır. Bu durum simültane biçimde siber mekâna akseder. Törenin kısa videosu bir şekilde siber mekân ve sosyal mekân arasında kurulan *nekusus* (kesişim) ânını belgeler.

Düğün törenlerinin sanal ve gerçek bir mekânda ilanı gibi, ‘Facebook boşanması’ da popüler hâle gelmiştir. O da bir ilandır (Boşandı!): “Facebook boşanması gerçeğinden daha kamusaldir” (Fortini, 2009). A. Fortini bir sayfalık bir ilan, yüzlerce insanın şahitliğinden önemli olabileceğini belirterek, siber anonsun aslında PC ya da akıllı telefon üzerinden yapılan kişisel bir yayın olduğuna dikkat çeker.

B. Stelter’a göre Facebook ve benzeri siteler, öylesine popülerdir ki öğrencilerin yaşadıkları ve hatta bazen öldükleri bir yerdir (Stelter, 2007). Fakat ölüm anından sonrasında bile kişi siber alandan kurtulamaz: Facebook yetkilileri, Virginia Tech’de

⁶ “At My Wedding Twittering and Facebooking at the Altar”: <http://www.youtube.com/watch?v=VSkT5XyKz0> Erişim Tarihi: 20.05.2016.

öldürülen öğrencilerin sayfalarını silme politikalarından vazgeçtiklerini ve görsel bir yâd olarak sayfaları koruyacaklarını belirtmişlerdir (Hortobagyi, 2007). Sekiz yıl önce Virginia Tech’de yaşanan öğrenci katliamında hayatını kaybeden Reema Samaha’nın (1988-2007) Facebook sayfası, hâlâ korunmaktadır. Centrevilleli Reema; Virginia Tech’de, Fransızca ve Uluslararası İlişkiler Bölümlerinde okumak istiyordu. Geçen zaman içinde ailesi sayfadaki etkileşimlerden hareketle, Reema adına tiyatro ve dans öğrencilerine burs vermiştir.

Evlilikler, boşanma ve ölüm gibi temel hayati olaylar düşünüldüğünde sosyal alan, siber alan içinde epey karmaşıklaşır. İnsanların her türlü sosyal faaliyetlerini anons etmek için siber alanı kullanmaları, öznel deneyim ya da özdeşleşme incelemeleri için yeni bir kategori oluşturmaktadır. Kendini ilan etmek, aynı zamanda bir otorite problemidir. Kamusal ve özel yaşam ayrımında tarih boyunca değişim gösteren mahrem yaşam algısı; gençleri, dijital ortamda birbirini bir magazin medyası gibi takip kısılcasına aldığı ve pek çok hak gaspıyla sonuçlanan bir aşamaya götürmüştür. Mahrem anonsları ve görünüşleri (örneğin Instagram’daki vücut parçaları) yeni iletişim teknolojileriyle uyumlanırken, kullanıcıların kendilik imajlarını parçalamaktadır.

7. Türkiye’ye Yansıyan Facebook ve Denetlenme

2009’dan itibaren Google ve Facebook Türkiye’de en çok erişim sağlanan iki sitedir (Toprak ve Yıldırım, 2009). Facebook’un mekanizması, birbirlerini bilmeyen ya da kimliğini gizleyen kişileri keyifsizlendirmektir. Böylece gerçekteki ağın simülasyonunu kurmak kolaylaşmaktadır. Çöpçatanlık sitelerinden farklı olarak eşit erkek-kadın dengesi ve eğlenmek ve listeler oluşturmak ve arkadaşlarla paylaşmak için kullanıcıları gerçek olmaya zorlamak Facebook’un en önemli gücüdür. Bu gerçeklik taklidi sosyal siteler açısından bakıldığında öncüdür.

Sürekli yenilenen uygulamalar ve artan grup ağları çerçevesinde Facebook, durağan bir yapı olmaktan çıkıp yaşayan ve değişen bir organizma gibi davranmaktadır. Uygulamalar, ortak ilgi alanları çerçevesinde arkadaşlarla mesajlaşmak kadar, renkli bir iletişim kurmaya neden olur ve bu sayede sahte bir kimlik performansı olmanın ötesine geçer. Sitedeki binlerce uygulamanın büyük kısmı; müzik, eğlence, sinema, kitap ve medya sektörünü beslemektedir. E-ticaret mensupları gün geçtikçe site içinde var olmaya ve uygulamalar geliştirerek kullanıcıların profil bilgilerini kazanmaya çalışmaktadır.

Facebook, Türkiye’de profesyonellerin, kendi meslek gruplarından kişilerle geceler düzenlemelerinden (çiğ köfte partisinden, tekne gezisine), aynı okula ya da üniversiteye ait alt-grupları bir araya getirmek kadar pek çok işlevi yerine getirmektedir. Bu yoğunluk ve vakit alıcılık yüzünden bazı firmalar (örneğin,

Sabancı) Facebook kullanımını şirketlerinde yasaklamıştır. Birçok üniversitede kurum içi internette; Instagram ve Facebook gibi sosyal ağ sitelerine erişim engellenmiştir. MSN sohbet programı içinse kimi yerlerde kurumsal versiyonlar denenmiştir. Pek çok kurum ve yönetici ekibi için Facebook'tan daha verimli bir denetim aracı yoktur. Dünyada ve Türkiye'de Facebook eylemleri yüzünden işinden olmuş çok sayıda insan vardır. Birçok işyeri, okul ve kuruluş; öğrenciler ve çalışanlarının Facebook'a girmesini bu yüzden yasaklamaktadır. Ancak kurumları, 'privacy' (gizlilik) kanalıyla engellemek bir ölçüde mümkündür (kullanıcı ayarları seçeneği, hem kişisel bilgilerin hem de Facebook faaliyetlerin görünmesini engelleyebilir ve erişim seviyeleri: Arkadaş, ağ, blok, sınırlı ya da yabancı gibi biçimlerde tanımlanabilir).

İfşa olmanın getirdiği paranoyak hâl gösterir, ki toplumsal anlamda aidiyet ve gizlilik olguları yeniden saptanmaktadır. İnternette yaşanan hızlı gelişmeler, toplumsal değişim ve dönüşümün gelecekte nasıl yaşanacağına dair ipuçları vermektedir. Facebook sosyal bilimciler için devasa bir laboratuvarıdır. Milyonlarca kullanıcı, her ülke araştırmacısı için ciddi bir inceleme potansiyeli taşır.

Türkiye Bilişim Derneği (TBD) Eski Yönetim Kurulu Üyesi M.A.Köksal, Facebook'ta arkadaş ekleme ve belirtme seçenekleri içinde yer alan, geriye doğru tanımlamalar için: "İnsan ilişkilerinde kimin kimle nereden tanıştığı, istihbarat birimlerinin en merak ettiği şeydir. Kullanıcılar, Facebook sayesinde bu ilişkileri herkese açık ediyor. Yıllardır görüşemediğimiz arkadaşlarımızı bu sistemle bulmak güzel. Ancak, o kişinin hatası yüzünden sorgulanmak, ilginiz olmayan olaylara resmî makamlar ya da basın karşısında adınızın karışması iyi olmayabilir," demiştir.⁷ Kullanıcı bilgilerinin kimi büyük şirketlere pazarlanması da bu bağlamda gerçekleşebilir. Çevrim içi satış şirketleri, kullanıcıların oluşturduğu tercihlerden ticaret ve denetim amaçlı yararlanmaktadır.

Bir diğer denetim örneği de, Harward Üniversitesi yönetiminin okulda içki içen öğrencileri Facebook'tan cezalandırmıştır. Benzer biçimde Ivy Ligi okulları; öğrenci başvuru bilgilerini Facebook'tan sorgulatabilmektedir. Facebook, hem denetim açısından otoriteye hem paylaşım açısından kullanıcıya özgürlük tanır. M.Foucault'un tanımladığı biçimiyle, panoptik düzleminin de ötesindeki sinoptik yapı; herkesin birbirini dikizlemesine ve asli sistemin de idaresine neden olmaktadır. Bu sayede özgürlüğün tanımı belirsizleşirken, gündelik ilişkileri baştan sona tanzim eden bir uygunlaştırma sağlanır. Bu açıdan Facebook, Türkiye'de devlet ya da şirket denetimi için bir platform sunarken, daha küresel ağlar için de bir kâr, gözetleme ve teşhis olanağı da sunmaktadır.

⁷ "Facebook Tam Ajanlık": <http://www.haberturk.com/ekonomi/teknoloji/haber/45183-facebook-tam-ajanlik> Erişim Tarihi: 26.05.2016.

8. Sonuç Yerine (*Bağsızlaştırmak/Disconnecting People*)

Siber alan eski mekân tanımlarımızı ve mekânsal örgütlenmemizi ve buna dayalı ilişkilerimizi kökten değiştirmiştir. Mekân konusundaki kuramsal bakışlar, sanal alanın her gün değişen dinamiklerine göre yenilenmeye muhtaçtır. Artık sabit mekânlar ve bunların içinde konumlu sabit özneler yoktur. Kişiler ait oldukları mekânlarla anılmamaktadır. Mekân kişiye ait hâle gelmiştir.

Sanal bir mekân olan sosyalleşme siteleri, modernizmin iletişim problemine çare; (birbirine karışmayan ve birbirini tanımayan) gençleri, sanal da olsa kolektif bir mekânda birleşme fantezisine çağırır. Bu durum gençlerin dünya algısını toptan değiştirmiştir. Bu fantezide teknolojinin payı yoğunsa da, insanları fiili karşılaşmalara yöneltebilmesi, hiç bulunmayacak ruh-eşi metaforlarını çökertmesi, farklı kültürleri yatay kesmesi, mekân ve gündelik ilişkilerdeki 'gündeliklik deneyimimizi' dönüştürmesi, sosyal sembol üretim ve paylaşımımızı "tek bir forma" taşıması ve dijital bir *siborg* olarak gelecekteki, insan-bedenleri öngörmesi açısından fazlasıyla dikkate değer bir fenomendir. Ancak, sanal iletişim araçları, sosyal disiplinler için yine de yeni bir nesnedir.

Postmodern ve bitimsiz bir mekân olarak siber alan, gençler için büyük tehditler ve beraberinde de büyük fırsatlar getirmiştir. Özellikle de çevrim içi oyunlar üzerinden Türkiye'de artan sanal ortamda geçirilen aşırı vakit, sosyal ilişkileri, sosyal hisleri, sosyal tatmini ve sosyal onayı kötü etkilemektedir. Gençler sahip oldukları statüler, değerler ya da nitelikler konusunda abartıya ve yalana başvurabilmektedir. Hızla başka kişilere erişim kolaylığı, ilişkilere ve performansa dayalı gerçek özgüvene zarar verebilmektedir.

Siber alan Bourdieu'nun taklitle kurulan mekâna (dolayısıyla da imkâna) verdiği anlamla aynılık taşır: Kolektif ritimlere tâbi olmanın bu kadar güçlü bir biçimde talep edilmesinin nedeni, zamansal biçim ya da mekânsal yapıların yalnızca grubun dünyayı temsil biçimini değil, kendisini bu temsile göre düzenleyen grubun da kendisini yapılandırmasıdır. Her şeyin bir zamanı ve mekânı olduğu yolundaki sağduyuya dayalı anlayış, mekânlara ve zamanlara toplumsal anlamlar vererek toplumsal düzeni taklit eden bir dizi reçeteye dönüşür (Bourdieu, 2007: 163).

Kamusal alan ve ihtiyaçlarımızın taşındığı bir post-mekân olan sosyalleşme siteleri, kullanıcılar için bir gündelik çerçevedir. Ancak, bu sanal çerçeve organik bir iletişim kurmak konusunda acizdir. İnternet teknolojilerinin kullanımı üzerine ilk felsefi yaklaşımlarından birini yapan C.Stoll'a göre, eğitimde dahi makineler öğretmenlerin yerini asla alamayacak ve gerçek bir sosyal regülasyon kuramayacaklardır. Bir mknatıs görmek yerine, mknatıslar hakkında bilgisayar

programı çalıştıran kullanıcı, miknatısın kendisinden ve etkileşiminden habersizdir (Stoll, 2000: 27).

Her yaşayan ya da deneyimleyeni için ayrı anlama gelecek, birçok farklı deneyim yerine, (*the*) 'o-gündelik' denetimi; günümüz kuşaklarının 'ağ'laştığı, büyüdüğü, dönüştüğü bir aynî-mekânı var etmekte ve bir dijital yatkınlık seti (görsel *habitus*) kurmaktadır. Karşı konulması güç, postmodern ve neoliberal platformlardan aldıkları iletişimsel emirlerle hareket eden öznel/oyuncular, kendi poliritim kümelenmeleriyle oluşturdukları sosyalleşme ağlarıyla bunun önemli bir parçasıdır (Lefebvre'e göre 2. Alan Dinamikleri).

Sosyalin ve ilişkilerin yerini, 'ağ'laşma almaktadır. Varoluş bir ağda (nokta varlık biçiminde) olmaktadır. Kişiler, siber alanda temsilleri olmadığında, kendilerini gerçek zannedememektedir. Siber alan, temsil ve bedeni ayırmaktadır. Gençler, bu açıdan varlık ve anlam arayışlarını sadece tüketim ve sahip olma ilişkisine indirgemektedir. Şiddet, kötü alışkanlıklara özenç, toplumsal yabancılaşma, birey kültürünün en üst düzeye taşınması ve söylem üzerinden otorite kurma arayışı toplumsal olarak yapıcı bir denge kurmaya zarar vermektedir. Gençlerin internet ve bağımlılık konusunda erkenden bilinçlendirilmeleri ve gerçek yaşama ait ilişki ve arayışlarının daha çok özendirilmesi, onların sosyal hayat ve cevap bekleyen sorumluluklarla daha kolay baş edebilmeleri için gerekli kişisel ve etik değerler kazanmalarına yardımcı olabilir. Sanal kimliğin, sonuçta mekânsal ve varoluşsal bir gündelik kaçış kültürü olduğunu kavramaları yerinde olabilir.

Kaynakça

- Adria, M. (2008). Time, Space, and the Wireless Community Network. *The Journal of Community Informatics* 4(1) (Özel Elektronik Yayın).
- Assmann, J. (1997). *Kültürel Bellek*. Ayşe Tekin (çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Baudrillard, J. (1988). The Year 2000 has Already Happened. *Body Invaders: Sexuality and the Postmodern Condition*, London: Macmillan.
- (2003). *Simülakrlar ve Simülasyon*. Oğuz Adanır (çev.). İstanbul: DoğuBati.
- Bethke, B. (1983). *Cyberpunk*, <http://www.infinityplus.co.uk/stories/cpunk.htm> Erişim Tarihi: 05.04.2016.
- Bourdieu, P. (2007). *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*. Nazlı Ökten (çev.). İstanbul: İletişim.
- Castells, M. (2005). *Enformasyon Çağı: Ağ Toplumunun Yükselişi*. Ebru Kılıç (çev.). İstanbul: Bilgi.
- Featherstone, M. (1995). Cultures of Technological Embodiment. *Cyberspace, Cyberbodies Cyberpunk*, London: Sage.
- Fortini, A. (2009). The Facebook Divorce. Mart 2016, http://www.salon.com/2009/09/29/facebook_divorce_2/

- Gibson, W. (1993). *Virtual Light*. London: Viking.
- Greenhill, A. G. (1998). Commodifying Virtual Classrooms, Universities and Virtual Organisational Existence. *Virtual University Journal* 1, s. 150-159.
- Gudrais, E. (2010). Networked. *Harvard Magazine May-June*, <http://harvardmagazine.com/2010/05/networked> Erişim Tarihi: 26.05.2016.
- Heim, M. (1995). Why Call It Virtual Reality?. *Cyberspace, Cyberbodies, Cyberpunk*, London: Sage.
- Hortobagyi, M. (Eylül 2007). Slain Students' Pages to Stay on Facebook. Erişim Tarihi: 09 Eylül 2016, http://www.usatoday.com/news/nation/2007-05-08-facebook-vatech_N.htm
- Jones, S. G. (1997). *Virtual Culture*. London: Sage.
- Kuyucu, M. (2015). Web 2.0 Haçlı Seferleri. *İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar: Twitter*, Ankara: Heretik.
- Lefebvre, H. (2004). *The Production of Space*. London: Blackwell.
- (2006). *Rhythmanalysis*. New York: Continuum.
- Poster, M. (1995). Postmodern Virtualities. *Cyberspace, Cyberbodies, Cyberpunk*, London: Sage.
- Postman, N. (1993). *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*. New York: Vintage.
- Sennett, R. (1996). *Kamusal İnsanın Çöküşü*. Abdullah Yılmaz, Serpil Durak (çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- (2009). *Yeni Kapitalizm Kültürü*. Aylin Onacak (çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Soja, W. E. (1989). *Postmodern Geographies*. New York: Verso.
- Stelter, B. (Haziran 2007). On Facebook, Life After Death. Erişim Tarihi: 09 Şubat 2016, <http://www.thetowerlight.com/2,11165/on-facebook-life-after-death-1,1559170>
- Stoll, C. (2000). *High-Tech Heretic*. New York: Anchor.
- Tomas, D. (1995). Feedback and Cybernetics: Reimagining the Body in the Age of the Cyborg. *Cyberspace, Cyberbodies, Cyberpunk*, London: Sage.
- Toprak, A. & Yıldırım, A. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı: Facebook*. İstanbul: Kalkedon.