

Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü

Mehmet Güzel¹

Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Özet

Bu çalışmada internet, küreselleşme süreciyle birlikte başat kültürel formların ve kimliklerin oluşturulduğu kültürel bir ortam ve bunların hızlı bir şekilde dolaşıma sokulduğu teknolojik bir sistem olarak ele alınacaktır. Çalışmanın temel amacı, küreselleşme süreciyle ortaya çıkan başat kültürel formların, kimliklerin internet ortamında nasıl kurgulandığı ve yayıldığına dair çeşitli analizler ortaya koymaktır. Bu amaçla öncelikle, 1970'lerde hız kazanan teknolojik gelişmelerin ekonomik yapıda ortaya çıkardığı değişiklikler ele alınacak ve bu değişikliklerin kültürel alanla, iletişim ve bilgisayar teknolojileriyle olan ilişkisi vurgulanacaktır. Özellikle, internet ve iletişim teknolojilerinin oluşturduğu küresel ağlar ve küresel kültürün başat kültürel formlar olarak nasıl şekillendiği üzerinde durulacaktır.

İnternetin kültürel ve teknolojik özellikleri, yapısı, sanal mekan, sanal gerçeklik gibi kavramlarının açılımı yapıldıktan sonra, başat kültürel formlar, internet kültürü, gençlik kültürü ve kimliği arasında bir bağ kurularak www.bizlergenciz.com adlı internet sitesi analiz edilmeye çalışılacaktır. Burada amaç, yeni, sınırsız ve özgürleştirici bir alan olarak lanse edilen internette, başat kültürel öğelerle gençlik kültürü arasındaki ilişkinin nasıl kurulduğunu bulgulamaktır. Bu ise yöntem kısmında www.bizlergenciz.com adlı gençlik sitesinin yapısı, dili, gençliği nasıl kurguladığıyla ilgili sunduğu formların ve kimliklerin analiziyle mümkün olacaktır.

Anahtar sözcükler: Sanal Mekan, Hayali Cemaatler, Küresel Ağlar, Chat (Sohbet), Nick-name (Takma ad)

Giriş

Geçtiğimiz yüzyılın son çeyreğine damgasını vuran ve tarihsel açıdan – tarım ve sanayi devrimlerinden sonra - üçüncü bir devrim olarak nitelenen internet ya da daha geniş bir tanımlamayla iletişim ve bilgisayar teknolojilerinde ortaya çıkan hızlı gelişmelere tanık olmaktayız. Bu gelişmelerle birlikte internetin hızlı ve kapsamlı bir şekilde etkisini artırması onu bir teknolojik yenilik olmanın ötesine taşıdı. İnternet bir siyaset, ekonomi, kültür ve kimlik alanı olarak tartışılmaya başlandı (Cogito, 2002, s. 3). İnternetin teknolojik özellikleri sayesinde küreselleştirici bir etkiye sahip olması, 1970'li yıllarda hızlanan "küreselleşme", "enformasyon çağı", "sanayi sonrası toplum" tartışmalarının da merkezinde yer almasına neden oldu. Bu nedenle, bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin gelişim süreci

1970'li yıllarla birlikte ortaya çıkan makro gelişmelerin dışında düşünülemez. Küreselleşmenin hız kazanması ve kapitalizmin yeniden yapılanması sürecinde iletişim ve bilgisayar teknolojileri ekonomik, siyasal ve kültürel alanların dönüşmesinde önemli işlevler üstlendi. Özellikle internetin yeni bir kültürel mekan, gerçeklik, özgürlük alanı ve ekonomik bir pazar olarak ortaya çıkması, küresel değerlerin, kültürel formların, kimliklerin, alışkanlıkların hızlı bir şekilde dolaşıma sokulmasını sağladı. Bir bakıma internet küresel sistemin kültürel mecrası halini aldı.

Sınırları aşma konusunda emsalsiz olan internet, kültürel alanı hızlı bir şekilde küreselleştirmeyi başardı. İnternetin kültürel alandaki bu başatlığı, yeni toplumsal ve bireysel ilişki biçimlerinin, yeni kimliklerin, yeni kültürel formların oluşmasını olanaklı hale getirerek, bir anlamda küresel ölçekte başatlaşmış ve aynı zamanda homojenleşmiş küresel bir kültürün inşasını sağladı. Dolayısıyla, bir devrim olarak nitelenen internet, birçok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen bir iletişim ağı (Polat, 2002, s. 2) olmanın ötesinde, makro düzeyde yeni bir kültürel, siyasal ve ekonomik alan olarak analiz edilmelidir.

Küreselleşme, Teknolojik Devrim, Fordizmden-Postfordizme, Enformasyon Toplumu

McLuhan'ın "evrensel köy" benzetmesiyle işaret ettiği, birbirinden giderek daha fazla haberdar olan bir dünya düzenine denk düşen küreselleşme, "küresel ölçekte işleyen ve sınırları aşarak toplumları ve kurumları yeni zaman-mekan bileşimlerinde entegre edip bağlayarak, gerçekte ve deneyimde dünyayı birbirine daha bağlı duruma getiren süreçler" şeklinde tanımlanabilir (Larrain, 1995, s. 207). Dünyanın giderek küresel bir hal alması, sanayi toplumunun üretim ilişkilerinin sanayi sonrası ve enformasyon toplumlarının üretim ilişkilerine geçişiyle yakından ilişkilidir. Küreselleşmenin ekonomik tabanı postfordist ya da esnek üretim biçimine, kültürel tabanı bilgi ve enformasyonun küreselleşmesine dayalıdır. Bu geçiş, iletişim teknolojilerindeki gelişmenin ekonomik, kültürel, siyasal alanın yeniden yapılanmasındaki aracılık rolüyle yakından ilişkilidir (Timisi, 2003, s. 110).

Küreselleşmenin ekonomik yapılanmasını açıklamak bir anlamda kapitalizmin geçirmiş olduğu yeni yapılanma sürecini de – fordizmden postfordizme geçiş -- anlamamızı gerekli kılıyor. Çünkü kapitalizmin ekonomik anlamda hızlı bir yapılanmaya girmesi ve diğer gelişmelerle birlikte kapitalist ekonomik ilişkilerin farklılaşması doğal olarak toplumsal ve kültürel alanda da farklılaşmaları beraberinde getirmiştir. Bu farklılaşma toplumsal ve kültürel alanda teknoloji ve bilginin başatlığını temsil ederken, Hall'un ifade ettiği şekilde "yeni zamanlar" a gönderme yapar.

Yeni zamanlar tezi dünyanın yalnızca nicelikte değil, nitelik olarak da değişmekte olduğu, ileri kapitalist toplumların giderek bölünmüşlük, farklılaşma ve parçalanmasıyla nitelenir hale geldiği, dahası modern kitle toplumlarını niteleyen şeyin homojenleşme, standartlaşma ve ölçek ekonomileriyle, örgütleri olduğu yolundadır (Hall ve Jacques, 1995, s. 15). Fordizmin yalnızca bir ekonomik örgütlenmeyi değil, bütün bir kültürü nitelemesi gibi postfordizm de çok daha geniş ve derin toplumsal ve kültürel gelişmelerin adıdır. Postfordizm, standartlaşmış ürünleri, sermaye yoğunlaşmasını, "taylorist" iş

örgütlenmesi ve disiplini ile birlikte seri üretim döneminden farklı, bütünüyle yeni bir devri anlatan bir terimdir (Hall, 1995, s. 107). Postfordizm, kapitalizmin yeniden yapılanmasındaki ekonomik boyutu daha geniş bir toplumsal, kültürel ve ideolojik bir boyuta taşımaktadır. Postfordist yaklaşıma göre yeni zamanların merkezi sanayileri, enformasyon teknolojileri ve mikro elektroniğe dayalı üretimdir...işgücü geleneksel imalat sektöründen hizmet sektörüne doğru kaymakta, beyaz ve mavi yakalı, vasıflı ve vasıfsız arasındaki geleneksel ayırım çizgileri ortadan kalkmaktadır...yeni iletişim teknolojileriyle birlikte üretimin mekansal örgütlenmesi değişmektedir (Timisi, 2003, s. 104).

Kapitalist üretim yapısının örgütlenme sürecinde bu değişimin toplumsal ve kültürel sonuçlarından en önemlisi, toplumsal örgütlenmenin sınıf temelli yapısındaki değişimdir. Postfordist yapılanma içinde mevcut gelir, servet ve güç eşitsizliklerini birlikte deneyimleyen ve ortak bir çıkar ve dünya görüşüne sahip homojen bir sınıf çıkarı önemini kaybetmektedir (Timisi, 2003,s. 105). Hall bu süreci özne ve kolektif kimliklerdeki değişim açısından ele almaktadır. Ona göre kolektif toplumsal özneler – sınıf, ulus ya da etnik özneler - parçalanmaya uğramış ve çoğullaşmış hale gelirken birey özne daha çok önem kazanmaktadır (Hall, 1995, s. 109).

Diğer taraftan, yaşanan bu değişim sürecini olumlu ve iyimser karşılayan kuramcılar enformasyon toplumu tezini savunmaktadırlar. Enformasyon toplumu, bilgi çağı, iletişim devrimi gibi yaklaşımların ortaya atılmasının nedeni hiç kuşkusuz, yeni iletişim teknolojilerinin bütün diğer buluşlara ivme kazandırma potansiyelini içermeleri ve yeni bir üretim ve toplumsal bir düzen paradigmasını taşıyabilecek potansiyele sahip olmalarıyla açıklanabilir (Uğur ve Bilici, 1998, s. 488). Enformasyon toplumu kavramı toplumsal ilişkiler içinde bilginin belirleyici bir konuma ulaştığını vurgulamak açısından tarihsel bir süreci tanımlamak üzere kullanılan bir kavramdır.

Enformasyon toplumu olarak adlandırılan döneme özgü olan şey, üretimin temel kaynağını bilginin kendisinin ve etkinliğinin oluşturmasının yanı sıra toplumsal ve kültürel süreçlerin de vazgeçilmez bir biçimde yeni teknolojiler ve enformasyona bağımlı oluşudur...enformasyon toplumu yaklaşımı temel olarak ekonomik, siyasal ve kültürel alandaki değişimleri konu edinmektedir (Timisi, 2003, s. 89).

Bell'e göre endüstri toplumu mal üreten makineler ve bunların etrafında çalışan işçilerin örgütlenmesiyle ilişkiliyken, sanayi sonrası toplumu, toplumsal kontrol ve değişimi sağlamak üzere bilgi etrafında örgütlenen bir toplumdur (Bell, 1973: Aktaran, Timisi, 2003, s. 91). Masuda'ya göre ise "enformasyon uygarlığı" bilgisayar ve iletişim teknolojilerine yatırım yapan ve pek çok özelliğiyle endüstriyel toplumdaki ayırım gösteren toplumdur. Masuda, enformasyon uygarlığının üç belirgin toplumsal etkisi olduğunu varsaymaktadır: 1) Teknolojinin, eskiden insanın yaptıklarını üstlenmesi, 2) Teknolojinin, insanın yapma olanağı olmayan şeyleri yapması, 3) Böylece varolan sosyal ve ekonomik yapıların dönüşmesi (Masuda, 1980: Aktaran, Timisi, 2003, s. 95). Yine Masuda'ya göre, enformasyon teknolojilerinin önemi yalnızca iletişim ve enformasyonda yeni bir aşama olması değil aynı zamanda yeni bir dünya açmasıyla ilişkilidir. Bilgisayar destekli teknolojinin sonucu olan enformasyon çağı, endüstri devriminden daha büyük bir toplumsal dönüşüme neden olacaktır. Çünkü enformasyon

toplumunun ruhu küreselleşmedir (Timisi, 2003, s. 96). İletişim teknolojilerinin küreselleştirici etkisi, enformasyon toplumunun temel eksenlerinden birini oluşturmaktadır. Bunlar, kültürel küreselleşmede enformasyonun serbest akışı, bilgi özgürlüğü ve tüketici beğeni ve arzularının yöneteceği bir iletişim ortamı, dünyanın en uzak köşelerinin iletişim teknolojileri aracılığıyla bütünleştirileceği varsayımdır. İletişim alanındaki bu gelişmeler “yeni iletişim düzeni” olarak tanımlanan bir durumun esasını oluşturmaktadır (Timisi, 2003, s. 115). Bu nedenle, artık iletişim belirli sınırlar içinde gerçekleşen bir etkinlik olma niteliğini aşmıştır. Yeni medya düzeni küresel bir düzen haline gelmiştir (Morley ve Robins, 1997, s. 111).

Bilişim teknolojilerindeki baş döndürücü gelişmeler birbirini izleyerek bir köy kadar küçülen dünyamızı iletişim imkanlarıyla daha da genişletmiştir. Küreselleşmeye koşut bir dijitalleşme süreci, bizi sonunda her şeyin eriyerek sayısal kodlarla ifade edildiği bir dünyayla yüz yüze getirdi. Böyle bir dünyanın merkezine de yepyeni bir iletişim ortamı olan internet oturdu (Uğur, 1998, s. 489).

Teknolojik ve Kültürel Bir Alan Olarak İnternet

Ağların ağı olarak tanımlanan internet, fiziksel ya da elle tutulur bir araç olmaktan ziyade birbirine bağlı sayısız küçük bilgisayar ağlarından oluşan büyük bir bilgisayar ağıdır (Timisi, 2003, s. 121). İnternetin en önemli özelliği, birebir iletişim kurmasından önce “etkileşimci” iletişim sağlamasıdır. İnternet ile tek taraflı bilgi vermek yerine kullanıcının taleplerine göre yönlenen bir bilgi akışı gündeme gelmiştir. Birden fazla bilgisayarda bulunan bilginin tek bir kullanıcının kullanımına olanak sağlayan internet, ayrıca görüntü, ses, bilgi alışverişi de sağlar.

İnternet, küresel bir düzenin iletişim ortamı olarak değerlendirilebilir. Healy, internetin, uygarlığın demir yollarıyla başlayan ilişki kurma ve yayılma anlayışının son halkası olduğunu söylemektedir. Kellner ise internetin devlet ve ekonomik çıkarların dışında yapılmasına dikkat çekerek, bu özelliğin geleneksel egemenlik ilişkilerini tehdit ettiğini belirtmektedir...Poster'e göre ise internet bir iletişim aracı olmanın ötesinde bir toplumsal mekandır. Bu mekan yeni toplumsal ilişki biçimlerinin yaratılmasında aracıdır (Timisi, 2003, s. 24-25). Bu anlamda bilgisayar şebekelerinin insanın diğer iletişim biçimlerinin yerini almadığını ancak insanın iletişimde bulunabilme mekanlarına bir yenisini eklediğini söyleyebiliriz.

İnternet teknolojisi ve kapılarının açtığı sanal dünya, fiziksel dünyanın bedensel, mekansal ve zamansal sınırlarından bağımsız bir alan kurgusu üzerine inşa edilmiştir (Alemdaroğlu ve Demirtaş, 2004, s. 206). İnternet, merkezi olmayan yapısıyla “modern” merkezîyetçi yaklaşıma ters düşmesiyle moderniteden çok postmoderniteye yakın durmaktadır. Özetle, internet, radikal bir adem-i merkezîyetçilik, masrafsız ve kolay çoğaltmanın yanı sıra ani üretim gibi imkanlarıyla her şeyin sayısal dille ifade edildiği yeni bir dünyanın mimarisini ifade etmektedir (Uğur, 1998, s. 490).

İnternet, teknik özellikleri aracılığıyla diğer iletişim teknolojilerinden ayrılarak, zaman ve mekan sınırlarını aşarak birey-birey ve birey-grup iletişimine izin vermektedir. Etkileşim özelliği sayesinde ise

grupların aynı anda karşılıklı iletişimini, tıpkı bir yüz yüze iletişimde olduğu gibi kolaylaştırmaktadır (Timisi, 2003, s. 26). İnternetin bu özelliği onu daha çok yeni toplumsal ilişkiler alanı olarak öne çıkarmaktadır. Dolayısıyla, günlük hayatta yaşamış olduğumuz birçok ilişki biçimi internet sayesinde farklı bir boyuta taşınmaktadır ve sanal mekan, sanal gerçeklik, sanal cemaatler ve kimlikler gibi yeni kavramlar hayatımıza girmektedir.

İnternetin site, enformasyon otoyolu, uluslar arası otoyolları gibi terimlerle karşılanması bir benzetme olmanın ötesinde bu alanın mekansallığını konumlandıran bir söyleme işaret etmektedir. İnternet üzerinde oluşan alan yaygın olarak sanal mekan² şeklinde tanımlanmaktadır. Tomas'a göre sanal mekan..."yeni iletişim teknolojileri üzerinde endüstri sonrası iş/çalışma mantığının bir uzantısı olarak bireylere potansiyel çalışma mekanlarının paralel dünyaları arasında doğrudan ve bütünlüklü bir erişim sağlayan bir alandır." Bu alan organik insanın saf dijital enformasyonun oluşturduğu sanal dünya ile olan etkileşimini yansıtmaktadır. Sanal mekan, insan hafızasının ve kimliğinin küresel olarak dolaşıma girdiği, insanlar arası ilişkinin veri-enformasyon temelli kolektivitesi aracılığıyla tekno-ekonomik terimler içinde insan olmanın anlamını yeniden tanımlayan ve yeniden inşa eden bir alandır (Tomas, 1991, s. 36: Aktaran, Timisi, 2003, s. 148).

Benedikt de sanal mekanı endüstri sonrası dünya yaklaşımı içinde açıklamaktadır. Sanal mekan küresel olarak birbirine bağlanmış bilgisayar temelli ve erişimli, çok boyutlu, yapay ya da sanal gerçekliktir (Timisi, 2003, s. 148). Benedikt, sanal mekanda enformasyona dayalı kurumların ve çalışmanın tıpkı sıradan fiziksel mekanda olduğu gibi bir tarza, kimliğe, mimariye ve çalışma gerçekliğine sahip olduğunu söylemektedir. Sanal mekan, bir coğrafyaya, bir fiziksel mekana, bir doğa ve yasaya sahiptir. Sanal mekanda sıradan insan ve bilgi işçisi enformasyonu doğrudan arayabilir, yönlendirebilir, yaratabilir veya kontrol edebilir. Eğlenebilir ya da kendini eğitebilir, arkadaşlık ya da dayanışma arayabilir, egemenlik kazanıp kaybedebilir. Gerçekte olacağı gibi yaşayıp ölebilir (Timisi, 2003, s. 149). İnternet fiziksel mekan ve toplumsal ilişkilerle olan paralelliği sayesinde, sanal topluluklar ve kimlikler oluşturabilmektedir.

İnternet daha önce tarihte hiç tanık olunmamış tarzda "yeni tür ilişkileri" ve bu ilişkiler sonucu ortaya çıkan sanal cemaatleri (virtual communities) gündeme getirdi (Gürhani, 2004, s. 2). Anderson, ulusu hayal edilmiş bir siyasal topluluk olarak tanımlamaktadır. Ulus, kendine aynı zamanda hem egemenlik hem de sınırlılık içkin olacak şekilde hayal edilmiş bir cemaattir. Hayal edilmiştir çünkü en küçük ulusun üyeleri bile diğer üyeleri tanımayacak, onlarla tanışmayacak, çoğu hakkında hiçbir şey işitmeyecektir. Ama yine de her birinin zihninde toplamlarının hayali yaşamaya devam edecektir. Anderson'a göre aslında yüz yüze temasın geçerli olduğu ilkel köyler dışındaki bütün cemaatler hayal edilmiştir. (Anderson, 2004, s. 20).

Anderson, topluluk duygusunu besleyen kaynakların kapitalizmin başlangıç ve gelişim süreciyle yakından ilişkili olduğunu söylemektedir. Üretim araçlarındaki değişimin toplumsal ilişkilere yansımaları olarak nitelenebilecek bu yorumlama tarzı, bugün kapitalizmin yeni bir yapılanma içine girdiği

küreselleşme dönemi için de geçerlidir. Kapitalist üretimin başlangıcından günümüze kadar varolan üretim biçiminin yarattığı toplumsal ilişkiler, fiziksel mekanda sınırları siyasal olarak tanımlanmış toplulukları ortaya çıkarmıştır. Enformasyon ekonomisinin örgütlenme biçimi ise enformasyon teknolojileri çerçevesinde gelişen bir esnek üretim biçimidir. Bu anlamda yeni toplumsal oluşumun yeni kolektiviteler yaratacağı da diyalektiğe içkin olarak kabul edilmelidir. Endüstriyel kapitalizmin cemaat duygusunu yaratmadaki inşa süreçleri, bu kez farklı bir biçimde enformasyonel kapitalizmin gereksinim duyduğu topluluğu yaratmadaki inşa süreçleriyle yer değiştirecektir (Anderson, 1993: Aktaran, Timisi, 2003, s. 159).

İnternet, bütün konuşmaların yazıldığı sessiz bir dünyadır. Bu dünyada varlık, beden ve mekandan arınmış ve yalnızca kelimelere dönüşmüş bir biçimde vücut bulmaktadır. Bu anlamda internet hayal edilmiş ve hayali bir mekan olarak tanımlanabilir. İnternetteki sanal cemaat kavramı insan ve teknolojinin şaşırtıcı bir biçimde bir araya gelmesinden doğmuştur. Aynı anda her yerde bulunan bilgisayar ağlarının, fiziksel mekandan bağımsız, milyonlarca insanın siber uzayda bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Sanal cemaatler, kişisel ilişkiler ağının yaratılması için yeterli sayıda insan bir araya geldiğinde internet vasıtası ile yaratılan sosyal gruplardır (Gürhani, 2004, s. 2). Sanal cemaatlerde geleneksel cemaatlerde olduğu gibi coğrafi / fiziki bir mekandan söz etmek mümkündür. Sanal cemaatlerin mekanı siber uzaydır. Rheingold, sanal cemaatleri, insanların hissettiklerini, düşündüklerini ve ilişkilerini, web ortamında tartışmalarının, paylaşımlarının sonucunda ortaya çıkan bir bütün olara görmektedir. İnternet ortamındaki etkileşim bir sosyal anlam taşır ve sonuç itibarı ile bir sosyal durum oluşturur. Bilgisayar toplumlarında oluşturulan sosyal anlam, haber grupları, IRC, mesaj listeleri araştırmaların odağını oluşturmaktadır. Bu araştırmalar göstermiştir ki grup üyeleri ifadeci iletişimin yeni formlarıyla oynamak için yaratıcı bir şekilde sistem özelliklerinden faydalanmışlardır. Gelişmekte olan bu özellikler gruba ait anlam yetisini geliştirir ise o zaman bu grup bir toplum olarak görülme potansiyeline sahiptir (Gürhani, 2004, s. 2).

Bir toplumu oluşturmanın aşamaları olan ifade formları, kimlik, ilişki gibi öğeler internete de uyarlanabilir. Bilgisayar toplumları genellikle anonimdir. Fakat bir süre sonra insanlar on-line kimlikler yaratırlar. Kullanıcıların cinsiyetleri, görünüşleri, cinsel kimlikleri ve umum ile ilgili diğer özellikleri nasıl değiştirdikleri, dönüştürdükleri aynı zamanda niye birçok kimlik aldıklarına yönelik birçok araştırma yapılmıştır... Sanal toplumları en çekici kılan unsurlardan birisi, uygarlıkla gelen tüm maskeleri bir tarafa bırakmayı kolaylaştırmasıdır. İnsanlar bir nick-name (takma ad) arkasına saklanabilirler. Sosyal kontrolün olmadığı bir ortamda "üstben"den gelen toplumsal baskıları atarak, olabildiğince "ben"lerini özgür bırakmanın keyfini çıkartabilirler (Gürhani, 2004, s. 3). İnternet teknolojisi ve kapılarının açtığı sanal dünya, fiziksel dünyanın bedensel, mekansal ve zamansal sınırlarından bağımsız bir alan kurgusu üzerine inşa edilmiştir. Özellikle internetteki sohbet ortamlarındaki anonimlik, cinsiyet değiştirmeye olanak sağlamakta ve bedenden bağımsızlaşmanın insanları daha özgür ve eşit kıldığı yönündeki düşünceleri güçlendirmektedir (Alemdaroğlu ve Demirtaş, 2004, s. 206).

Sanal cemaatler insanlara yeni aidiyet alanları yaratmaktadır. Geleneksel cemaatlerden büyük ölçüde farklı olan sanal cemaatler içinde insanlar, yalnızlıklarını paylaşacakları, içlerini dökebilecekleri ya da işleri ile ilgili sorunun çözülmesi konusunda yardım alabilecekleri yeni dostlar bulmaktadırlar. Böylelikle sanal cemaatler insanlardaki yalnızlık duygusunu hafifletmektedir. Sanal toplum sanal gerçeklik dünyasında üretilmektedir. Bazen ütopyacı bir proje olarak da sunulan sanal toplum kavramı çoğunlukla da günümüz toplumsal gerçekliğinin zor ve tehlikeli şartlarına alternatif bir “hiçbir yer-herhangi bir yer” olarak düşünülmektedir. Böylelikle kendimizi teknolojik hayal dünyasına gömdüğümüz sürece bu dünyada hakkımız olduğu halde yoksun bırakıldığımız bütün ödüllere sahip çıkabiliriz. Nihayet yeni bir fantazyaya ve tahayyül dünyasına katıldığımız takdirde artık kendimizi nasıl istiyorsak o şekilde sunmayı başarmak elimizdedir (Robins, 1999, s. 148). Bu özelliğiyle sanal alem çekiciliğini arttırmakta ve kendisini topluma alternatif bir alan olarak göstermektedir. Çünkü onda cisimleşmiş varlık ve karşılaşmalar yoktur. Burası sanki “öteki”lerle bedenleri yokmuş gibi ilişki kurmaya imkan veren yeni bir sosyal hareket alanıdır... Sanal alanın uzak, dokunulmaz ve kurgusal bir yer olması onu bütün ilgilerin odağına yerleştirmektedir. O, arzu ve düşüncelerimizin içinde daha rahat gezip, sörf yapabileceği farklı bir dünya olarak görülmektedir. Sınırlılıkları ve kusurlarıyla şu anda ve burada olan gerçekliğin yerini alma potansiyelinden söz edilebilmektedir (Robins, 1999, s. 63).

Birey, kimliğini arzu ettiği şekilde konumlandırmak için giyinme tarzlarından, dil kullanım biçimlerine, boş zaman etkinliklerine, müzik tüketimine ve medya kullanma örüntülerine değin farklı materyal ve kültürel öğelere başvurur (Binark, 2005, s. 3). Bu açıdan internet de yeni bir ifade ve sosyal ilişkiler mekanı olmasından dolayı yeni kimliklerin inşa edildiği bir mecra yaratmaktadır. Cameron Bailey, online dünyada kimliklerin seçilip, oynandığını, değiştirildiğini veya verili olarak ele alındığını belirtirken, bu dünyanın katılımcı bireyinin kendisini ancak dil aracılığıyla ifade etmesinden ötürü kimlik kurgulamasının çok yönlü eylemesinden yararlanabileceğini öne sürer. Birey seçici bir kurgu yapabilir ya da yalan söyleyebilir. Bailey’e göre bedene “sanal bir deri” giydirilebilir (Bailey, 2001, s. 335-336; Aktaran, Binark, 2005, s. 8). Kullanıcılar sürekli olarak kendilerine uygun bir kimlik biçme ya da biçilmiş kimlikleri kendilerine mal etme durumundadırlar. Diğer taraftan, ortamın anomik yapısı çok sayıda farklı kimliğin bir anda üretilmesine, hızlı bir şekilde tüketilmesine ve yerine yenilerinin inşa edilmesine olanak vermektedir. Ayrıca siber ortamdaki genel ahlaki değerlerden uzaklık, insanların yüzlerine takabilecekleri sayısız maskeler ve “yeni kimlikler” kullanıcılara cazip gelmektedir (Gürhani, 2004, s. 5).

Kimliği bir sembolik etkileşim süreci ve zaman içinde değişen ve yeniden biçimlenen bir anlatı olarak ele aldığımızda, elektronik iletişim araçlarının -özellikle internetin- gelişiminin kimlik oluşum sürecinde etkili olduğu görülmektedir. Bu araçlar öncesinde sembolik materyaller, yüz yüze ilişkiler sonucunda kazanılıyordu. İnsanların çoğu için kimlik formasyonu, yaşadıkları mekanla ve yerelle sınırlıydı. Bilgileri yerel bilgilerdi ve bunların aktarım biçimi sözlü iletişime dayalı ve hayatın gerçeklerine göre adapte olmuş biçimdeydi. Yine de yerel içinde kamuoyu önderleri, gezginler ve otoriter kişiler kimliğin biçimlenmesinde etkili modellerdi (Timisi, 2003, s. 170). Ancak günümüzde bu koşullar iletişim araçlarının gelişmesiyle aşılmıştır. Kimlik biçimlenme süreci artan bir biçimde kitle iletişim mesajlarına

bağımlı hale gelmiştir. Gündelik yaşamın mekansallığı içindeki birey, internet aracılığıyla uzak deneyimlerin tanıdığı haline gelmiştir. Bu süreç birey ve grup kimliğinin oluşumunu tamamlamada oldukça etkili hale gelmiştir.

İletişim teknolojileri tarihinde ilk kez internet aracılığıyla bireyler, iletişimde bulunduğu ötekinin biyolojik ve toplumsal varlığını, sesini, görüntüsünü, cinsiyetini, kısaca bireysel tarihini dikkate almaksızın iletişimde bulunabilmektedirler... bireyler kimlikle oynamanın yeni olanaklarına erişebilir, cinsiyete ilişkin bilgiler görünür olmadığı için kullanıcı, cinsiyetini başkasına tanımlamada özgür olabilmektedir. Hiç tanımadığı birine karşı kendi kimliğini gizleyerek, ismini, cinsiyetini, toplumsal rolünü ve statüsünü değiştirerek iletişimde bulunmak mümkündür. Anonimlik bütünüyle geçerlidir. İletişim kurgulanmış kimlikler aracılığıyla yapılr hale gelmiştir (Timisi, 2003, s. 172).

Küresel Ağlar ve Hegemonyanın Kurulması

Küreselleşmenin hızlanması ve kapitalizmin yeniden yapılanma sürecinde iletişim ve bilgisayar teknolojilerinin önem kazanması, interneti küresel sistemin kültürel mecrası haline getirmiştir. Geleneksel kitle iletişim araçlarının önüne geçen internet, gündelik hayatı ve kültürel alanı hızlı bir şekilde dönüştürmektedir. Artık gündelik hayatın örgütlenmesinde internet dolayımıyla gerçekleşen toplumsal etkileşim daha ağırlık kazanmaktadır. İnternet yeni zamanların en etkili iletişim aygıtı olarak nitelenebilir. Çünkü internet teknik özellikleri sayesinde, küresel ölçekte çok kolay, hızlı ve kapsamlı bir yayılma gücüne sahiptir. Dolayısıyla internet diğer kitle iletişim teknolojileriyle birlikte, küreselleşmeyle gelen başat kültürel değerlerin temel taşıyıcısı ve dağıtıcısı konumundadır. Bu noktada, interneti teknik ve ekonomik olarak örgütlenmiş bir araç olmanın ötesinde düşünmek gerekir. Kısaca, internet küresel sistemin hegemonyasını kurduğu ve yaydığı en temel mecradır.

İnternet bir enformasyon otoyolu olarak başlangıçta devlet sübvansiyonuyla üniversite ve araştırma kurumları tarafından yaygın olarak kullanılırken, bugün artık ticarileşmiş bir pazar olarak özel bireylere kültürel hizmet satan bir özel pazar halini almaktadır. Schiller, küresel enformasyon otoyollarının Amerikan emperyalizminin genişlemesinin yeni bir boyutu olduğunu söylemektedir. Enformasyonun özgür akışı ilkesi Amerikan kültür endüstrisinin dünya çapındaki yayılmasını gizleyen bir ideolojidir. Özgür iletişim ilkesi altında Amerika, ulaşım ve enformasyon teknolojileri aracılığıyla kültürel egemenliğini kurmaktadır (Schiller, 1995; Aktaran, Timisi, 2003, s. 221).

İnternet teknolojisinin özü İngilizceye dayanmakta, hatta internet üzerindeki küresel iletişime katılmak bir ölçüde bu dilin deyimlerini de bilmeyi gerektirmektedir. Şu andaki gelişme biçimi internetin ABD'nin kültürel alışveriş penceresi olduğunu göstermektedir. Aynı biçimde internet sitelerinin %96'sından fazlası en zengin 27 ülkeye aittir (Subaşı, 2001, s. 2). Dolayısıyla bu yapılanma, başat hegemonik ilişkilerle birlikte dünya çapında enformasyon zengini küçük bir ülkeler ve bireyler grubuyla, bu özel iktidar biçiminden dışlanmış olan mülksüz çoğunluk arasındaki mücadele şeklinde betimlenebilir.

Hall, yeni zamanların en etkili iletişim aracı olarak nitelenebilecek olan internet ve diğer kitle iletişim araçlarına önemli işlevler affetmektedir. Ona göre medya, 20. yüzyılın ileri kapitalizminde nicel ve nitel olarak kültürel alanda tayin edici ve temel bir önderlik tesis etmiştir. Kitle iletişim araçları ekonomik, teknik, toplumsal ve kültürel kaynakları bazında, ayakta kalabilmiş daha eski, daha geleneksel kültürel kanallardan nitel olarak daha büyük bir dilimi yönetimi altına almıştır (Hall, 1999, s. 232). Bu noktada, günümüz kapitalist toplumlarında hızlı bir gelişim gösteren kitle iletişim teknolojilerinin küresel ölçekte bir hegemonyanın kurulmasında nasıl işlev gördüğünü anlamamız gerekmektedir. Çünkü başat ideolojinin ve kültürel değerlerin oluşturulması toplumsal alanda bir hegemonyanın kurulmasına bağlıdır.

Gramsci, burjuva devletinin baskıcı yönünün yanı sıra "ikna edici" yönünün olduğunu öne sürmekte, bu iknayı hegemonya kavramı ile açıklamaktadır...kapitalist toplumda çoğunluğun rızasını sağlamaya yardımcı olan üstyapı kurumlarının başında medya gelir. Diğerleri eğitim, aile, hukuk, sendika gibi sivil toplum kurumlarıdır. Bu kurumlar hegemonyanın kurulmasını sağlayan kurumlardır (Dağtaş, 1999, s. 34). Hegemonya kavramı, bir yönetici gücün kendi hakimiyeti için hükmettiği insanların rızasını alma biçimi anlamında kullanılır. Hegemonya güç ve rızanın bileşimine dayanır. Gramsci'ye göre liberal kapitalist devlette zorun arkasında işleyen rıza, sistemin devamı için önemli bir unsurdur (Hall, 1999, s. 222). En temel hegemonik strateji, "ortak duyu"nun inşasıdır. Eğer yönetici bloğun fikirleri sınıf temelli değil de, ortak duyu olarak kabul edilirse, bu sınıfın ideolojik hedefleri gerçekleşir ve ideolojik işleyiş gizlenir (Fiske, 2003, s. 225). Toplumsal sistemdeki tüm değer ve düşünceler varolan yönetici sınıfı destekler...hegemonya değerler üzerinde bir uzlaşmadır ve genellikle "ortak duyu"nun içine yerleşir, ancak yönetici sınıfın çıkarınıdır (Dağtaş, 1999, s. 346).

Hall'a (1999, s. 119) göre hegemonya, hakimiyetin ideolojik zorla değil kültürel önderlikle sağlandığını ima eder. Hall bu durumu şöyle açıklar:

"Hegemonya, toplumdaki temel ekonomik süreçler üzerinde etkin bir üstünlük sağlamış olan hakim sınıf ittifakının ya da yönetici bloğunun toplumun hayat tarzı, anlayışı, biçimi, kültür ve medeniyet düzeyini bir sınıfın dar çıkarlarına uygun olarak dönüştürmese bile, bir bütün olarak hakim toplumsal ve üretim sisteminin gelişimini ve genişlemesini destekleyen bir yönde dönüştürebilecek ve yeniden biçimlendirecek süreçlerdeki üstünlüğü kuşatır. Bu önderlik anlayışında önemli olan nokta, hegemonyanın hukuksal ve meşru ölçütlerden ziyade, tabi durumdaki sınıfların ve toplumsal grupların aktif rızalarının kazanılması yoluyla sağlanmasıdır."

Hegemonya kavramı Gramsci tarafından sınıfa eklenen güç ilişkilerini açıklamak için kullanılırken, kültürel çalışmalarla beraber cinsiyet, ırk, din, etnik köken ve anlama eklenen güç ilişkilerini açıklamak için kullanılmaktadır. Kısaca, medyada bir ortak duyu oluşturulurken üzerinde uzlaşılan değerler devlet de olabilir, erkek egemen ideoloji de, beyaz ırkın üstünlüğü de (Dağtaş, 1999, s. 347). Görüldüğü gibi, medya kültürel alanda değerlerin üretilmesi, dağıtılması ve anlamlandırılması sürecinde

önemli bir işlev görmeye başlamıştır. Medya, kültürel alandaki önderliği çoğunlukla başat kültürel değerlere paralellik gösterecek şekilde yerine getirmektedir. Bunu yerine getirirken Hall'un (1999, s. 221) deyişiyse medya ideolojik bir iş üstlenmektedir. Medya toplum ve dünyayı basit ama anlamlı terimlerle sınıflandırmamıza yardımcı olur. Bu ise toplumu bir ortak duyu etrafında toplamakla mümkündür. Ortak duyu, temelde toplumda var olan sınıfsal çelişkileri gizleme yetisine sahip olmakla birlikte, diğer taraftan başat toplumsal sistemin/kültürün lehine işleyen bir süreci temsil eder. Dolayısıyla, başat değerler sistemiyle paralellik gösteren ortak duyunun inşası medyanın anlam üretme işleviyle yakından ilişkilidir. İşte bu anlam üretimi ve ortak duyunun inşası medyanın ideolojik iş boyutunu anlamamızı gerekli kılar.

Meydanının ideolojik işi yerine getirmesinin önemi anlamlandırmayı başat ideolojilerin repertuarı içinde bir yerlere yerleştirmesinde yatar (Hall, 1999, s. 237). Medya, toplumsal/kültürel alandaki bu ideolojik inşayı yerine getirirken sürekli olarak toplumdaki sınıfsal çelişkileri perdeleyerek gündelik hayat, yaşam biçimi, eğlence, tüketim, moda gibi kategoriler oluşturarak bu minvalde bir anlamlandırma çerçevesi oluşturmayı tercih eder. Medya, toplumu bir bütün ve sınıfsal bir yapılanma olarak açıklamaktan kaçınarak erkeklik, gençlik, kadınlık, tüketim, eğlence gibi alanlar oluşturma yoluna gitmektedir. Bugün internet üzerinde kadın, erkek, gençlik, moda, eğlence gibi kategorilerde yayın yapan çok sayıda sitenin olması, bu alanlarda başat değerlerle uyumlu kültürel formların, alışkanlıkların, kimliklerin oluşturulmaya çalışılmasıyla açıklanabilir.

İnternet, bu alanlar ekseninde belirli değerlerin oluşturulmasına ve bu değerlerin satılmasına olanak tanımaktadır. Bu noktada, internetteki kültürel ortam, erkeklik, kadınlık ya da gençlik durumlarına dair belirli biçimler önermektedir. Dolayısıyla, bu alanda belirli bir kadın ve erkek kimliğiyle birlikte başat değerlerle uyumlu manipüle edilmiş bir kültürel form inşa edilmektedir. İşte böyle bir kültürün inşa edilmesi yukarıda da bahsettiğimiz anlam üretiminin hangi çerçevede oluşturulduğıyla ilgilidir. Medyanın bu noktadaki kritik işlevi kadınları, erkekleri ya da gençliği oluşturduğu alanlarda temsil etmekten ziyade, onlara bazı değerler sunmasında ve belirli bir kimliğe davet etmesinde yatar. Özellikle internet, yapısı, içeriği ve oluşturduğu dil sayesinde kültürel bir form ve kimliğe davet etmek konusunda büyük bir potansiyele sahiptir.

Althusser, davet etmeyi, medyanın en yaygın ve en görünmez ideolojik pratiklerinden biri olarak "çağırma" ya da "seslenme" diye nitelemektedir...her iletişim birisine seslenir ve seslendiği kişiyi toplumsal bir ilişki içine yerleştirir. Kendimizi seslenen olarak gördüğümüzde ve iletişime yanıt verdiğimizde kendi toplumsal dolayısıyla ideolojik inşamıza katılırız. Tüm iletişimlere bize bir biçimde çağrı yapar ya da seslenir: örneğin bir çift yüksek topuklu ayakkabı, kadını (ya da erkeği) çağırır ve bu çağrıya ayakkabıları severek ya da giyerek yanıt verenler kendilerini ataerkil bir özne olarak konumlandırırlar (Fiske, 2003, s. 224). Aynı şekilde, internet üzerindeki alanlarda insanlara kadın/erkek kimliği, gençlik, tüketim moda, eğlence gibi kategorilerle seslenilmektedir. Bu çağrılara bir şekilde cevap verenler ya da ona göre davrananlar, seçilmiş ve kurgulanmış kimlikle ve kültürel formlar dolayımında inşa edilirler.

Gençlik ve [www. bizlergenciz.com](http://www.bizlergenciz.com) sitesi

Bu çalışmada, sitenin çözümlenmesi iki kategori altında yapılacaktır: İlk olarak, sitedeki başlıklar, materyaller, sunulan içerikler Althusserci anlamda çağırma, bir kimliğe ve kültürel forma davet etme bağlamında çözümlenecektir. İkinci olarak ise, siteyi aktif olarak kullanan, içerikleri takip eden ve özellikle toplumsal bir ilişki alanı olarak nitelenebilecek olan arkadaş arama bölümünü kullanan gençlerin kendilerini nasıl bir kimlikle sunduklarını saptamak amaçlanmaktadır.

[www. bizlergenciz.com](http://www.bizlergenciz.com) adlı site, gençler için sanal ortamda yeni bir toplumsal alan olarak nitelenebilir. Site gençlere farklı aktiviteler ve farklı kimlikler sunmaktadır. Sitede, arkadaş aramadan eğlenceye, tartışma platformlarından mizaha, kadınlar için güzellik ve diyet önerilerine kadar geniş bir yelpazede hizmetler sunulmaktadır. Site üç ana başlık altında toplanabilir:

1.Gençler Burada

Arkadaş arama
Tartışmalar
Anı Defteri
Anketler

2. Eğlence

Komik Resim
Oyunlar
Mizah Yazıları

3. Bayanlara Özel

Sağlık
Güzellik
Diyet

Sitenin amacı, kurucuları tarafından şu şekilde özetlenmektedir: “Gençleri bir noktada toplayacak, birbirleriyle iletişimini sağlayacak, ihtiyaçlarına cevap verecek, iyi vakit geçirmelerini sağlayacak bir site yaratmak ve bu hizmeti herkese açık ve ücretsiz olarak sunmak.... Bu misyonla başladık yolumuza. Gençlere yönelik bir site yaratabileceğimizi düşündük, çünkü bizler de genciz! Uzun süren çalışmalar sonucu, bu misyonu gerçekleştirebileceğini düşündüğümüz bir site yarattık ve işte şimdi karşınızdayız! Amacımız, gençlere, bilgi alışverişinde bulunabilecekleri, birbirleriyle tanışabilecekleri, çeşitli konuları birbirleriyle tartışabilecekleri, hatta gizlice içlerini dökebileceği ve hoşça vakit geçirebileceği bir site sağlamak. Burası bizim değil, sizin siteniz. Tamamen ücretsiz olan bu site, sadece sizin desteğinizle ayakta durabilir. Sizin katılımınız arttıkça, bizim de bu siteyi devam ettirme isteğimiz artacaktır.”

Sitenin ana sayfasındaki “gençler için genç site..” başlıklı açılış yazısı sitenin genel yapısı, amaçları ve içeriği hakkında daha detaylı bilgiler sunmaktadır. Yazı şu şekilde özetlenebilir: “Zordur gençliği anlamak ve anlatmak. Hayatımızın en hareketli, duygularımızın en yoğun olduğu dönemdir, hayatımızın baharıdır... Gençler tarafından hazırlan bu sitenin amacı, gençler olarak birlik olmak, düşüncelerimizi, anılarımızı hikayelerimizi paylaşmak, birbirimizin sorunlarına çözümler aramak ve tabii ki eğlenmek ve güzel vakit geçirmektir. Aşklarımız, itiraflarımız, dostlarımız, sorunlarımız, sevinçlerimiz, kariyerimiz...eğlenceli fıkralar, yarışmalar, ilginç testler (ne kadar aşık olduğunuzu öğrenin) hepsi burada ve hepsi sadece biz gençler için.” Bu yazıda sitenin nasıl bir gençliğe seslendiği ve nasıl bir genç kimliği öngördüğü ortaya konmuştur. Gençlik, toplumun aktif ve toplumsal sorumluluğu fazla olan bireyleri olmanın ötesinde; kendi arasında anılarını, itiraflarını, aşklarını

paylaşan, kariyer kaygıları taşıyan ve daha da önemlisi eğlence ve oyunlarla hoş vakit geçirmeye çalışan bireyler olarak sunulmuştur.

Site, ana sayfasında yaptığı çağrıyla gençleri birbirleriyle iletişime, dertleşmeye, hoşça vakit geçirmeye, eğlenceye davet etmektedir. Sitedeki içeriklerle gençlerin gündelik yaşantılarında bulamadıkları desteği, ilişkileri, dertleşmeleri, eğlenceyi sanal aleme taşıyarak burada gidermelerine yardımcı olunacağı mesajı verilmektedir. İnternetin özgür, sınırsız ve korunaklı bir alan hissi vermesi siteye olan ilgiyi arttırdığı söylenebilir. Toplumsal bir alan niteliğindeki “Gençler Burada” başlıklı bölümde katılımcılar, gündelik yaşama alternatifler oluşturarak, gerçek hayatta bulamadıkları arkadaşlıkları bulabilirler, yeni ilişkilere adım atabilirler ve özgürlüklerini sınırsız bir şekilde yaşayabilirler. Yine aynı bölümde gençler çeşitli başlıklar altında toplanmış olan tartışma gruplarına katılabilirler, görüş bildirebilirler, ancak görüşlerine paralel olarak davranışta bulunmak sorumluluğu taşımamaktadırlar. Herkes istediği konuda istediğini söyleyebilir, dolayısıyla bu alanda genç olmanın verdiği “eleştirel” ve “muhalif” tavırlarını sonuna kadar sergileyebilir, kendilerini sorumluluk sahibi “bireyler” olarak inşa edebilirler. Site, açmış olduğu bu platformla gençleri tartışmaya, düşünmeye şu ifadelerle davet etmektedir: *“Olanları, bitenleri sessizce izlemekten bıktınız mı? Sesinizi yüzlerce kişiye duyurmaya ne dersiniz?...Tartışmalara siz de katılın...Ülkemizin konuşan gençliğe ihtiyacı var, ve işte size konuşma fırsatı!”*. Bu bölümün son başlığı ise “Anı Defteri”dir. Katılımcılar burada yüz yüze iletişimde bulamadıkları rahatlığa erişebilir ve itiraflarını herkesle paylaşarak içlerini dökebilirler. Sitenin ikinci toplumsal alanı olarak niteleyebileceğimiz “Eğlencelik” başlıklı bölümünde, gençler için oldukça fazla etkinlik sunulmuştur. Gençler burada, komik resimler, mizah yazıları ve oyunlar sayesinde eğlencenin tadına varabilirler. Ayrıca birçok anketle de kendilerini tanıma fırsatı bulabilirler.

İnternet her konuda olduğu gibi kadınlar konusunda da belirli tanımlar yapmaktadır. Bizlergenciz.com adlı sitede de kadınlar için “farklı” bir pencere açıldığından söz edebiliriz. Sitede, “Bayanlara Özel” başlıklı bir bölüm yer almaktadır ve bu bölümde bayanların ihtiyacı olan konular vurgulanmaktadır. Kadınlar için en önemli konular, güzellik ve diyet olarak oluşturulmuş ve bu başlıklar altında kadınlara çeşitli öneriler sunulmaktadır. Örneğin, güzellik başlığı altında: “bakımlı cilt için 10 öneri”, “makyajın püf noktaları”, “saç bakımı”, “güzellik hileleri” gibi konularla kadınlar yönlendirilmektedir. Yine “Diyet” başlığı altında, “acil kilo vermek isteyenler!”, “manken diyeti”, “burcunuza göre zayıflayın” gibi konular sunulmaktadır. Bu örneklerden yola çıkarak, kadınların nasıl bir kimliğe davet edildiğiyle ilgili ip uçlarına ulaşabiliriz. Kadın, erkekler için fiziksel görünümüne önem vermesi gereken, bunun için tüketmeyi alışkanlık edinmiş, modayı yakından takip eden, sürekli olarak güzellik ve diyet gibi konularla meşgul olan, başat değerlerle uyumlu bir profil çizmektedir. Bu durum, kadına dair başat kültürel değerleri yeniden üretmekle kalmaz, aynı zamanda kadına dair alternatif anlam ve kimlik inşalarını da engeller. İnternette kadın ve erkek üzerine yapılan birçok araştırma, internet teknolojisinin gündelik hayattaki cinsiyetçilik ve kadın erkek arasındaki güç ilişkilerini koruduğunu ve sürdürdüğünü öne sürmektedir. Kadınlar hem teknolojik yoksunluk hem de erkek egemen kültürün internetteki baskın tezahürleri, örneğin seksî, çıplak kadın imajlarının sanal alandaki yoğun dolaşımı nedeniyle internette özgürleşme potansiyelinden yararlanamamaktadır (Alemdaroğlu, Demirtaş, 2004, s. 216).

Genç Kullanıcılar ve Kimlik Profilleri

İnternet, bir taraftan kullanıcıları belirli bir kimliğe ve kültüre davet ederken bir taraftan da etkileşime olanak tanıyan yapısıyla, katılımcıların kendilerini yeniden tanımladıkları ve sosyal ilişkilere katıldıkları bir kimlik mekanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle sitelerdeki chat (sohbet) odalarında ve arkadaş arama linklerinde kullanıcılar kendilerine yeni kimlikler oluşturarak sanal mekana dahil olmaktadır.

Bizlergenciz.com sitesi de arkadaş arama bölümüyle bu tür aktivitelere olanak tanımaktadır. Sitedeki bu bölümün amacı gençlerin yeni arkadaşlar edinmelerine imkan sağlamaktır. Bu bölümü kullanan gençler öncelikle kendilerine bir kimlik profili oluşturmak zorundadırlar. Herkesin ulaşmasının mümkün olduğu bu profiller, gençlerin kendilerini nasıl bir kimlikle sunduklarını anlamak açısından önemlidir. Site moderatöründen edinilen bilgilere göre sitede toplam kullanıcı sayısı, 35007 olarak saptanmıştır.³ Kullanıcıların cinsiyete göre dağılımında erkeklerin baskın bir orana sahip olduğu görülmektedir (Bkz. Grafik 1). Moderatörün verdiği bilgilere göre kullanıcıların çoğunu üniversite öğrencisi ve mezunu kişiler oluştururken, küçük bir dilimi lise öğrencisi ve mezunları oluşturmaktadır. Ayrıca, sitedeki ilgili bölümde yapılan bir aramayla ulaşılan 50 kişilik bir kullanıcı grubunun profilleri incelenmiştir. Araştırmada sınırlı sayıda bir kullanıcıya ulaşılmış olsa bile bu bilgilerin genel açısından bazı fikirler verebileceği düşünülmektedir. Bu inceleme sonucunda elde edilen bilgilerden de anlaşılacağı gibi kullanıcılar eğitim açısından çoğunlukla üniversite öğrencisi ve mezunu kişilerdir (Bkz. Grafik 2). Bu da göstermektedir ki internet teknolojisine ulaşmak ve kullanmak belirli bir eğitim seviyesiyle yakından ilişkilidir. Bu konuyla ilgili yapılan birçok araştırma bunu destekler niteliktedir (Bkz. Polat, 2002; Alemdaroğlu ve Demirtaş, 2004). Kullanıcıların mesleklerine baktığımızda ise eğitim durumlarıyla paralel bir tablo görmekteyiz. Kullanıcıların öğretmen, halkla ilişkiler uzmanına; mimardan, muhasebeciye çeşitli meslek dallarından geldiklerini söyleyebiliriz. Bu durum, eğitim düzeyinde olduğu gibi meslek ve ekonomik düzeyle internete ulaşım ve kullanım arasındaki bağı göstermektedir. Ekonomik düzey ve eğitim arttıkça internete ulaşım da kolaylaşmaktadır. Konuya kullanıcıların cinsiyetleri açısından baktığımızda ise erkeklerin daha yoğunlukta olduğunu söyleyebiliriz (Bkz. Grafik 3). Erkeklerin internet erişiminde ve kullanımındaki üstünlüğü Türkiye özelinde açıkça gözlemlenmektedir (Bkz. Polat, 2002; Alemdaroğlu ve Demirtaş, 2004). Genelde, erkek rumuzlarına sahip katılımcılar kadın rumuzlarına sahip katılımcılardan çok daha fazladır. Erkeklerin sanal alandaki egemenliği, erkeklerin hem çalışma hayatında daha çok yer alması ve teknolojik imkanlara daha yakın olmaları hem de internet kafelerde zaman geçirme özgürlüğüne kadınlara kıyasla daha çok sahip olmalarıyla ilintilidir (Alemdaroğlu ve Demirtaş, 2004, s. 208). İlişki arayışı konusunda da cinsiyete göre bir farklılaşmadan söz edilebilir. Erkekler daha çok arayan konumunda ve her türlü ilişkiye açık bir profil çizerken, kadınların daha seçici davrandıklarını söyleyebiliriz. Erkeklerin çoğu ilişki kuracağı kişinin karşı cinsten olmasını özellikle belirtirken, kadınlar cinsiyet belirtmemiştir. Kadınlar e-posta arkadaşlığı ve arkadaşlık konusunda istekli görünürken, erkeklerin daha çok kısa süreli ilişki arayışında olduklarını söyleyebiliriz. Gençler internette yeni ilişkiler kurmayı amaçlamaktadırlar. Örneğin, İlayda28 rumuzlu kullanıcı: "...dostluklar önemlidir, madem medeniyet şimdi sanal dostluklar

kurmaktan geçiyor biz de katılalım dedik. Yeni kişiler tanımak güzel olur, sohbete hazırım". demektedir. Melisa64 rumuzlu kullanıcı: "... güzel dostluklar, arkadaşlıklar için buradayım." Entrika rumuzlu kullanıcı: "Yeni insanlar tanımak bana haz veriyor." Ciddi03 rumuzlu kullanıcı ise "ciddi, dürüst, seviyeli, yalansız, ileriye dönük bir ilişki arıyorum" demektedir. Siteyi kullanan gençler çoğunluk olarak interneti yeni ilişkilerin kurulabileceği alternatif mekanlar olarak görmektedir. Bu nedenle de kimlik profillerinde sanal alandaki amaçlarını belirtirken bu noktayı özellikle vurgulamaktadırlar.

Sonuç

Küreselleşmenin hız kazanması sürecinde iletişim ve bilgisayar teknolojileri ekonomik, siyasal ve kültürel alanların dönüşmesinde önemli işlevler üstlendi. İnternetin yeni bir kültürel mekan, gerçeklik, özgürlük alanı ve ekonomik bir pazar olarak ortaya çıkması, küresel değerlerin, kültürel formların, kimliklerin, alışkanlıkların hızlı bir şekilde dolaşıma sokulmasını sağladı. Bir bakıma internet küresel sistemin kültürel mecrası halini aldı. İnternet sınırsız, korunaklı, özgürlükler alanı, hiyerarşinin olmadığı ve yenilikçi olarak nitelenen yapısıyla gençler için bir çekim merkezi oldu. Gençler, yenilik arayışları, özgürlük istekleri, gizleyebildikleri kimlikleriyle kendilerini ifade ettikleri ve toplumsal baskılardan uzak herhangi bir sorumluluk taşımak zorunda olmadıkları kimlikleriyle yeni aidiyet alanlarını internet üzerinde gerçekleştirme imkanı buldular. Ancak, internetin sunmuş olduğu kültürel formlar ve kimliklerin gençleri özgürleştirme potansiyelini taşımaktan ziyade başatlaşmış ve gittikçe homojenleşen bir kültüre eklemlediğini söyleyebiliriz.

Notlar

(1) Bildiri, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi'nde düzenlenen **II. Ulusal İletişim Öğrencileri Sempozyumu**'nda birinci seçilmiştir.

(2) Sanal mekan tanımı, terimi ilk kullanan William Gibson'a aittir. Gibson "Neuromancer" (1984) isimli romanında endüstri sonrası toplumsal yaşamın izlerini sürerek sanal mekanı "mekanı olmayan yer" olarak tanımlamaktadır. Sanal mekan kodlara, veri tabanlarına, elektrik sinyallerine indirgenemez. Gibson'a göre, sanal mekan bilgisayar kullanıcılarının uzlaşım ortak halüsinasyonudur. Gerçek bir yer gerçek bir dünya değil hayali bir yerdir. William Gibson, Amerikalı bir bilim kurgu roman yazarıdır. Gibson, gelecekteki çürümüş şehir yaşamı ve postpunk kuşağın yaşam tarzı içinde çağdaş teknolojinin durumunu öngören romanlar yazmıştır. Neuromancer kitabında Gibson sanal mekanı şöyle tanımlamaktadır..."her ulustan milyarlarca yasal kullanıcının matematiksel kavramları öğrenen çocukların yaşadığı anlaşılabilir halüsinasyon...insan sistemindeki her bilgisayarın kayıtlarından yansıtılan verilerin grafiksel sunumu. Kavranamayacak bir karmaşıklık. Zihnin uzaysızlığında ışık çizgileri; öbekler ve takım yıldızları şeklinde düzenlenen veriler..." (Gibson,1984: Aktaran, Timisi, 2003, s. 147).

(3) Sitedeki üye sayısı ile ilgili bilgiler Temmuz 2005' e aittir. Sitenin sürekli güncellenmesi ve yeni üyelerin katılımıyla bu sayı her geçen gün artmaktadır.

Kaynakça

Alemdaroğlu, Ayça ve Neslihan Demirtaş (2004). "Mynet'te Erkeklik Halleri," **Toplum ve Bilim**, sayı 101, s. 206-225.

Anderson, Benedict (2004). **Hayali Cemaatler –Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması**. Çev. İskender Savaşır. İstanbul: Metis Yayınları.

Binark, Mutlu (2005). "İnternetteki Etnik Sohbet Odaları ve Kimlik Oyunları," **(KİLAD) Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi**'nin son sayısında yayımlanacak çalışma.

Dağtaş, Banu (1999). "İngiliz Kültürel Çalışmalarında İdeoloji," **Kurgu**, sayı 16, s. 335-357.

Fiske, John. (2003). **İletişim Çalışmalarına Giriş**. Çev: S. İrvan. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Gürhani, Nihal (2004). "On-Line (Çevrimiçi)Toplumun Doğuşu," <http://sinemafanatik.com>

Hall, S ve M. Jaques (1995). **Yeni Zamanlar: 1990'larda Politikanın Değişen Çehresi**. Çev. A. Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Hall, Stuart (1999). "Kültür, Medya ve İdeolojik Etki," **Medya, İktidar, İdeoloji** içinde. Der., M. Küçük. Ankara: Ark Yayınevi, s. 199-245.

Hall, Stuart (1999). "İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü," **Medya, İktidar, İdeoloji** içinde. Der., M. Küçük. Ankara: Ark Yayınevi, s. 77-127.

Larrain, George (1995). **İdeoloji ve Kültürel Kimlik**. Çev. N. Domaniç. İstanbul: Sarmal Yayınevi.

Morley, David. ve Kevin Robins (1995). **Kimlik Mekanları**. İstanbul: Ayrıntı Yayınları .

Polat, Necla (2002). "Sanal Dünyada Duygusal Doyum," **İletişim**, sayı 16, s. 93-117.

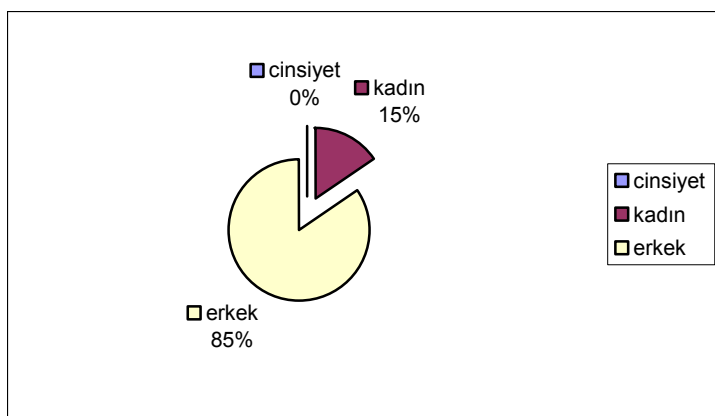
Robins, Kevin (1999). **İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası**. Çev. Nurçay Türkoğlu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Subaşı, Necdet (2001). "Sanal Cemaat Örüntüleri," <http://medyakronik.com>

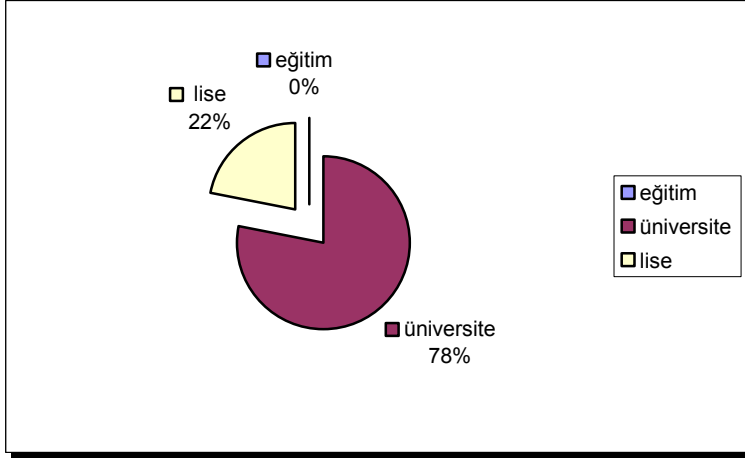
Timisi, Nilüfer (2003). **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**. Ankara: Dost Yayınevi.

Uğur, Aydın ve Mücahit Bilici (1998). "Bilgi Toplumu, İnternet ve Demokrasi –Dijital Alemin Genleşen Kamusal Alanı," **Yeni Türkiye**, sayı 19, s. 488-496.

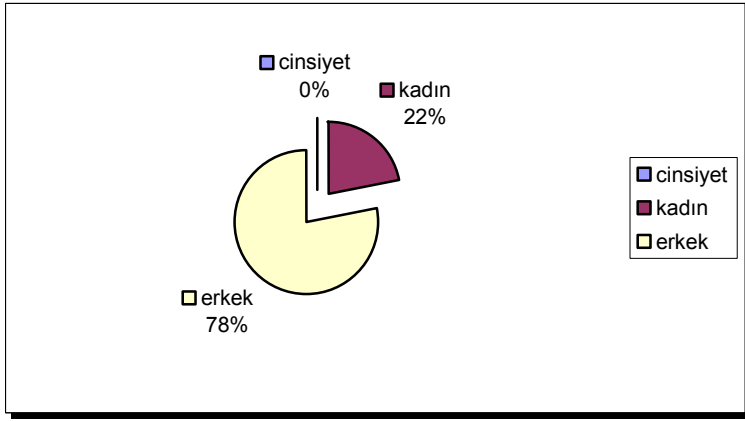
Ek – 1



Grafik 1. Tüm Kullanıcıların Cinsiyete Göre Dağılımı



Grafik 2. Kullanıcıların Eğitim Durumları



Grafik 3. Kullanıcıların Cinsiyete Göre Dağılımı

Yazar hakkında

Mehmet Güzel, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı İletişim Bölümü Yüksek Lisans öğrencisidir. e-posta adresi: meguzelm@yahoo.com