T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM TASARIMI VE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ
ANABİLİM DALI
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI VE REKLAMCILIK
BİLİM DALI

SOSYAL MEDYANIN YETİŞKİNLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

SANAL VE UZUN MESAFE İLİŞKİLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Meltem GÜLHAN

KOCAELİ 2019

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM TASARIMI VE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ
ANABİLİM DALI
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI VE REKLAMCILIK
BİLİM DALI

SOSYAL MEDYANIN YETİŞKİNLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

SANAL VE UZUN MESAFE İLİŞKİLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Meltem GÜLHAN

Dr. Öğr. Üyesi Kerim KARAGÖZ

KOCAELİ 2019

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM TASARIMI VE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ
ANABİLİM DALI
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI VE REKLAMCILIK
BİLİM DALI

SOSYAL MEDYANIN YETİŞKİNLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ
SANAL VE UZUN MESAFE İLİŞKİLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan: Meltem GÜLHAN

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 17.04.2019/12

Jüri Başkanı: Dr. Öğr. Üyesi Kerim KARAGÖZ

Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Varlı GÜRER

Jüri Üyesi: Doç Dr. Orhan BAYTAR

KOCAELİ 2019

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....I
ÖNSÖZ III
ÖZET IV
ABSTRACT..... V
SİMGELER VE KISALTMALAR..... VI
ŞEKİL, GRAFİK, RESİM, GÖRÜNTÜ VB. LİSTESİ VII
GİRİŞ 1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. İNTERNET ve TOPLUMUN DÖNÜŞÜMÜ..... 4
1.1 Kültür Endüstrisi ve Kurgu Hayatlar.....12
1.2 Siber Kültür ve Sanal Gerçeklik.....19

İKİNCİ BÖLÜM

2. SANAL İLİŞKİLER VE SOSYAL MEDYA ORTAMLARI.....33
2.1 Dijiseksüelizm.....39
2.2 Catfishing.....40
2.3 Instagram.....42
2.4 Twitter.....46
2.5 Facebook.....47
2.6 Tinder.....50
2.7 Badoo...……..…...53

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. YETİŞKİNLERİN İLİŞKİ KURMA AMAÇLI KULLANDIKLARI SOSYAL MEDYA ORTAMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME…….…55
3.1 Araştırmanın Konusu ve Amacı.....55
3.2 Araştırmanın Önemi..... 56
3.3 Araştırmanın Hipotezi.....56
3.4 Araştırmanın Yöntemi.....……...……..57
3.5 Araştırmanın Bulguları ve Sonuçları.....57

SONUÇ.....67
KAYNAKÇA.....72
ÖZGEÇMİŞ.....79

ÖNSÖZ

Bu çalışmada Baudrillard'ın Simülasyon kuramı bağlamında sanal gerçeklik, şeyleşen birey, günümüz sosyal medyası, bunları kullanma alışkanlıkları ve robotlaşma ile gerçeklik algısının ne derece değişime uğradığını ele alınmaktadır. Gelişen teknoloji sonucu değişen gerçeklik algısı sonucunda sosyal medyada kurulan sanal ilişkilerin gerçekliği ve yapay zeka ve sanal ortamın ilişkilere etkisi bu çalışmanın konusudur.

Tez çalışmamı tamamlama sürecinde ilgi ve desteğini esirgemeyen, bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım, yönlendirme ve bilgilendirmeleriyle çalışmamı son haline getirmemde yardımcı olan sayın hocam Dr. Öğr. Üyesi Kerim Karagöz ve Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Varlı Gürer'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

ÖZET

SOSYAL MEDYANIN YETİŞKİNLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ SANAL VE UZUN MESAFE İLİŞKİLERİ

Bu çalışmada, sosyal ve dijital medyanın, çağdaş yetişkinlerin toplumdaki sanal ilişkileri üzerindeki etkisini Baudrillard'ın simülasyonu bağlamında analiz edilmiştir. Aşağıdaki çalışmada şu özel soruya cevap vermek amaçlanmıştır: "Yetişkinlerin insanlarla tanışma ve sosyal medya kullanımıyla yeni ilişkiler geliştirme motivasyonları nelerdir?" . Bu bağlamda, İnstagram, Facebook, Tinder, Twitter ve Badoo mecralarının günümüz ilişki tercihlerinde ne denli rol oynadığı yapılan anket çalışması ile incelenmektedir. Dijital teknolojilerin gelişmesi, insanların hayatlarının internetle birleştirilmesiyle, her şey değişti, temelde hem kişisel hem de profesyonel olarak birbirimizle iletişim kurma ve ilişki kurma biçimimiz değişti. Gelişen teknoloji sonucu değişen gerçeklik algısı sonucunda sosyal medyada kurulan sanal ilişkilerin gerçekliği ve sanal ortamın ilişkilere etkisi bu çalışmanın konusudur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, sanal ilişki, sosyal ağlar, değişen teknoloji.

ABSTRACT

SOCIAL MEDIA'S IMPACT ON ADULTS VIRTUAL AND LONG DISTANCE RELATIONSHIPS

In this study, the impact of social and digital media on the virtual relationships of contemporary adults in society is analyzed in the context of Baudrillard's simulation. The following study aimed to answer this specific question: "What are the motivations of adults to meet people and develop new relationships through the use of social media?" . In this context, the role of Instagram, Facebook, Tinder, Twitter and Badoo in today's relationship preferences is examined through a survey. With the development of digital technologies and the integration of people's lives with the Internet, everything has changed, basically the way we communicate and relate to each other, both personally and professionally. The reality of virtual relations established on social media as a result of changing reality perception as a result of developing technology and the effect of virtual environment on relations is the subject of this study.

Keywords: Social media, virtual relationship, social networks, changing communication.

SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ

ARPA: Advanced Research Project Agency

BIT: Bilgi ve İletişim Teknolojileri

VR: Sanal Gerçeklik (Virtual Reality)

MIT: Massachusettes Institute of Technology

NSFNET: National Sicience Foundation Network

NCSA: National Center For Supercomputing Applications

USC: Güney Kaliforniya Üniversitesi

Statista: İstatistik Portalı

SNS: Sosyal Ağ Sitesi

TÜVEKA: Türkiye Üniversiteliler ve araştırma Kurumları Ağı

WWW: World Wide Web

ŞEKİL, GRAFİK, GÖRÜNTÜ LİSTESİ

Grafik 1 (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)…….....57
Grafik 2 (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)…….....58
Grafik 3 (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019).....59
Grafik 4 (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)..…….....60
Grafik 5 (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019).....61
Grafik 6 (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019).....61
Grafik 7 (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)..…….....62
Grafik 8 (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019) …….....63
Grafik 9 (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019).....63
Grafik 10 (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019).....64
Grafik 11 (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)..…….....65
Grafik 12 (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)…….....66

GİRİŞ

Günümüzde teknoloji uzmanları tarafından sanal gerçekliğin oyun oynamaktan sosyal etkileşime kadar her şey için bir başka harika podyum olacağına inanılıyor. Sanal gerçeklik teknolojisinin geldiği nokta ile bir kişinin yüzüne bağlanan cihaz ile bilgisayardan çıkan görüntüler tarafından bireyler bilgisayar videolarına, filmlere ve hatta bir mercan kayalığında tüplü dalışlara giriyormuş gibi deneyimler edinme fırsatı sunuyor. Bu durumların hepsi bir filmin sahneleri gibi değil, sanal gerçeklikte yaşanan deneyimlerdir. VR ile ilgili büyük sorunlardan biri tamamen sürükleyici olmasıdır. Bu, kulaklık takarken bir kişinin bile caddede yürüyemeyeceği anlamına gelirken, artırılmış gerçeklik kısmen sürükleyicidir, bir kişi aynı anda kolayca başka bir iş yapabilir.

Bireylerin hayatı yaşayış biçimleri, tüketme, sevme, nefret etme ve bunları dışavurma halleri gelişen teknolojinin etkileri ve kanaat önderlerinin, medyanın yönlendirmesiyle büyük değişiklik göstermektedir. Tüketimin bir parçası haline getirilen birey oluşturulan gerçeklikte yapay gerçekliğini yaşamaktadır. Geçici mutluluklar ile mutsuzluğa itilen birey kendini yeniden var edebilmek için sanal ortamlarda çok daha kolay olabileceğini düşündüğü sevilebilme hedefine ulaşmak istemektedir. Sanal gerçeklik teknolojisinin geldiği boyutlar ile robotlarla ilişki içinde olmak onlarında hayatın çoğu alanında bir birey gibi var olması fikri cazip gelmektedir.

Bu çalışmada Baudrillard'ın Simülasyon kuramı bağlamında sanal gerçeklik, şeyleşen birey, günümüz sosyal medyası, bunları kullanma alışkanlıkları ve robotlaşma ile gerçeklik algısının ne derece değişime uğradığını ele alınmaktadır. Gelişen teknoloji sonucu değişen gerçeklik algısı sonucunda sosyal medyada kurulan sanal ilişkilerin gerçekliği ve yapay zeka ve sanal ortamın ilişkilere etkisi bu çalışmanın konusudur.

Baudrillard yaşantısının çok kısa bir döneminde, internete ve kısmen de olsa sosyal medyaya tanık olmuşsa da sosyal medya hakkında analizlerde bulunmamıştır. Baudrillard'ın sosyal medya analizleri onun medya analizlerinden, simülasyon ve tüketim toplumu kuramı ile kitle kuramı üzerinden yapılabilir. Baudrillard'a göre gerçeklik yerini simülasyonlara bırakmıştır. Ona göre sosyal medya gerçeklik ilkesini gerçekliğini yitiren bir toplumsal yaşamın sanal teknolojiler yardımıyla bir tür sanal yaşama dönüşmesidir (Adanır, 2016, s.93).

Baudrillard'a göre sosyal medyada bireylerin profiller oluşturması ve bu profilleri oluştururken de kurgularla, göstergelerle; teknik olarak da kodlarla oluşturması bir anlamda kişilerin sosyal medyadaki simülasyonlarının hammaddesinin kodlar ve göstergeler olduğunu gösterir. Sosyal medyada bireyler kodlarla temsil edilmektedir ve bireyler sosyal medyada kendilerini idealize ederek sunarlar. Sosyal medya bireyleri kusurlardan yoksundur. Bu kusursuzluk hali Baudrillard'ın düşüncelerinde hiper-gerçekliklerin, gerçekliğin kusurluluğundan yoksun olması şeklinde ifade edilir. Baudrillard'a göre saf gerçeklik kusurludur ama hiper-gerçeklikler kusursuzdur. Sosyal medya bireyleri de her yönden kusurlardan yoksundur çünkü onlar da birer hiper-gerçekliktir (Metin ve Karakaya, 2017, s.117).

Sosyal medyada kurulan ilişkiler de gerçeklikten uzaktır. Birebir iletişimde birey gerçek kimliğini, kişiliğini belli bir ölçüde saklayabilir. Fakat sosyal medya ortamında birey kim olmak istiyorsa kendini yeni bir sanal karakter yaratır ve bu sanal karakter üzerinden yine gerçek dışı sanal kişilerle ilişki kurar. Bu kurulan ilişki sanal gerçeklikte olup samimiyet ve gerçeklikten uzaktır.

Çalışmanın birinci bölümünde Baudrillard'ın Simülasyon kuramı bağlamında kültür endüstrisi ve sanal gerçeklik kavramları ele alınmaktadır. Gelişen teknolojinin kültürleri ve bireyleri hangi boyutta etkilediği, sanal gerçekliğin yeni gerçeklik olarak kabul edilmesi sonucu ilişkilerdeki gerçeklik ve sahtelik irdelenmektedir. Bu bağlamda siber kültür ve sanal gerçeklik kavramları ve topluma etkisi ele alınmıştır.

İkinci bölümde sanal ilişkiler ve sosyal medya ortamları başlığı altında, dijiseksüelizm, catfishing, sanal ilişki gibi kavramları incelenmektedir. Ayrıca bu

kavramların günümüzde popülerliğini artırmaya sebep olmuş ilişki kurma amaçlı en çok kullanılan sosyal medya ortamları olan Facebook, Twitter, Tinder Instagram ve Badoo uygulamaları hakkında bilgi verilmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde bireylerin ilişki kurmak için bu siteleri tercih etme sebepleri, kullanma sıklıkları ve sanal ortamda kurulan ilişkilerin ne denli gerçek olup olmadıkları anket yöntemi ile analiz edilmiştir. Sosyal medya alışkanlıklarının gösterdiği değişim son yıllarda ikili ilişkilerin de boyutunu tamamen değiştirmektedir. Sahte ve gerçek algısı sanal ortamda kurulan ilişkilerde karmaşık bir haldedir. Bu bölümde araştırmanın konusu, amacı, önemi, hipotezleri, yöntemi, bulgular ve sonuçlar yer almaktadır.

Sonuç kısmında yapılan anket çalışması sonucu ulaşılan veriler ile sosyal medyada 21-45 yaş arası yetişkin bireylerin sosyal medya alışkanlıkları ve ilişki anlayışlarında ne gibi değişikliklerin meydana geldiği, sanal gerçekliğin günümüzde ulaştığı boyut ve neyin gerçek olup olmadığını bilememe çelişkisi üzerinde durarak, bu çelişkinin kitleleri nasıl etkileyip yönlendirdiği ve bu süreçlerin hangi düşünsel süreçlerden geçerek meydana geldiğini incelemektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. İNTERNET TEKNOLOJİSİ VE TOPLUMUN DÖNÜŞÜMÜ

Bilgi teknolojileri ortaya çıkması ile toplumda köklü bir değişim geçirmiştir. Toplumu endüstriyel çağdan ağa dayandırılan çağa taşımıştır internetin yaygınlaşması. Dünyamızda, küresel bilgi ağları hayati bir altyapıdır ve bu birçok şekilde insan ilişkilerini de değiştirmektedir. İnternet iş, eğitim, hükümet, sağlık ve hatta sevdiklerimizle etkileşime girme şeklimizi değiştirmektedir. Sosyal evrimin kilit itici güçlerinden biri internet olmaktadır. Bu teknolojik değişim ile toplumun evrimini her geçen gün devam etmekte, devamlı olarak yeni dinamikler oluşmaktadır.

Çok kısa bir zaman dilimi içerisinde milyonlarca insan tarafından kullanılmaya başlanan internet, yeni kurulan ağlar ile hayatın birçok alanında yer alması, mobil iletişimin internet ile yakınsaması sonucu gerçekleşmektedir (Castells, 2008, s.246). Yeni başlayan dönemde, internet ağlarının tercih edilme oranın devamlı yükselmesi ve bütün iletişimin bu ağlar aracılığıyla gerçekleşmeye başlaması toplumun sosyalleşmesi açısından yepyeni bir süreç olarak algılanmaktadır. Bu süreç kişilerin bütün iletişim süreçlerini, nasıl sosyalleşip, iletişim kurduklarını, yaşayışlarını ve çevreleriyle olan etkileşimlerini tamamen etkilemektedir.

İnternet kelimesi "International Network" kelimelerinin birleşimi olan "Uluslararası Ağ" anlamına gelmektedir (Sayımer, 2012, s.25). İnternet hakkında yapılan başka bir tanım daha bulunmaktadır; İnternet, toplumsal ve dijital gelişme alanlarında gerçekleşen bütün değişikliklerden etkilenmekte ve bu dönüşüme kendisini çok kısa bir zamanda adapte olabilen ve önemli imkanlar oluşturabilen bir iletişim aracıdır (Karaçor, 2007, s.47). Hakkında birçok tanımlama bulunan

internetin çağımızın en büyük ve etkili buluşlarından biri olduğu gerçeği göz ardı edilememektedir.

İnternet, bilgisayar sistemlerini TCP/IP yani veri iletişimini meydana getiren protokol ile birbirine bağlayan bir ağdır. 1960'lı yıllarda askeri ve bilimsel alandaki araştırmalar odağında ortaya çıkan internetin kökenleri J.C.R. Licklider'ın MIT (Massachusettes Institute of Technology)'de ortaya attığı düşüncelerine dayanmaktadır. 1965 yılında ise MIT'den Lawrence Roberts ve Thomas Merill çevirmeli telefon hatları üzerinden iki farklı eyaletteki bilgisayarlar arasında bağlantı kurmayı başarmıştır (Kutup, 2010, s.12). ARPA, (Advanced Research Project Agency) ABD başkanı Eisenhower'ın başkanlığında kurulmuştur. Soğuk Savaş zamanında DARPA adıyla yeniden yapılandırılan ARPA, başlangıçta sadece askeri amaçlar doğrultusunda hizmet vermekteydi. 1969 yılında ise kurumlar ve üniversiteler ARPA'ya bağlandı ve internet günümüzdeki anlamıyla aktif olarak kullanılmaya başlandı.

1986'da ABD Ulusal Bilim Vakfı (National Sicience Foundation Network) NSFNET'i ortaya çıkarmıştır. Amerikan Uzay ve Havacılık İdaresi NASA ile Enerji Bakanlığı ise NSINET ve ESNNET'i kurmuşlardır. Avrupada'da NORDUNET önemli iletişim araçları olarak bilinmeye başlamıştır (Işıklı, 2001, s.8). 1990 yılında internetin gelişim sürecinde en önemli adımlardan biri atıldı ve Tim Berners-Lee ile ekibi CERN'de yeni bir protokol önerisinde bulundular. Böylece 1991 yılında yaygınlaşacak ve internet üzerindeki gezinmeyi kolaylaştıracak olan WWW (World Wide Web) hayata geçirildi. 1993 yılında ise NCSA (National Center For Supercomputing Applications) "World Wide Web" protokolü üzerinde çalışarak "Mosaic" yazılımını geliştirdi ve böylece çeşitli tarayıcılardan yazılımların hayata geçirilmesi için ilk adım atılmış oldu (http://internetarsivi.metu.edu.tr, Erişim Tarihi: 06.02.2019).

Türkiye'de ise internet 1987 yılında akademik tabanlı bir ağ olan ve Ege Üniversitesi'nin öncülüğünde kurulan TÜVEKA (Türkiye Üniversiteliler ve araştırma Kurumları Ağı) ile var olmaya başlamıştır. Bu ağın tam olarak ihtiyaçları karşılayamaması sonucu 1991'de ODTÜ ve TÜBİTAK TR-NET isimli

yeni bir proje oluşturmuştur. Bu proje ile internetin ülke genelinde tüm sektör ve kurumlarca kullanılmaya başlanması hedeflenmiştir (Gönenç, 2003, s.95). İlk olarak 1992'de Hollanda'ya ve 1993'te de ODTÜ tarafından TCP/IP protokolü aracılığıyla bağlantı ABD'de NSFNET'e yapılmıştır. Bu yapılan ağ bağlantıları ülkemizde gerçekleşen ilk ağ bağlantısı olma özelliğini taşımaktadır (Sayımer, 2012, s.33).

Teknolojinin gelişimiyle toplumların yaşayışlarının en önemli öğesi haline gelen internet hakkında aşağıdaki özet bilgi verilebilir;

- İnternet, iletişimde gerçekleşen teknolojik gelişmelerin bir parçasıdır.
- Çok çeşitli iletişim teknolojilerini (fotoğraf, telefon, sesli ve görüntülü iletişim vb.) kullanmaktadır.
- İnternet medyanın bütün işlevlerini yerine getirmektedir.
- İnternet yeni iş alanları da yaratmaktadır.
- İnternet sayesinde kişiler arasında sürekli olarak interaktif bir iletişim kurulabilmektedir.

We Are Social'ın yayınladığı istatistiki verilere bakıldığında, Türkiye'de 2018 yılında 54.3 milyon internet kullanıcısı olduğu görülmektedir. Elde edilen oranın ülkemizdeki nüfusun %67'sine denk geldiği bilinmektedir. Eğitim, inceleme ve enformasyon aktarımı alanlarıyla devamlı gelişen internet, artık toplumdaki bireylerin hayatında olağan bir şey haline gelmiştir. İnsan yaşamının olamzsa olmazlarından yemek, içmek, uyumak gibi sıradan olan internet günümüzde bağımlılık haline gelmiş; bireyin ve toplumun yaşayış biçimini, tutumunu, fikirlerini ifade etme şeklini tamamen değiştirmiştir. Bu gelişim sürecinde internetin sayısız faydasını hayatlarının bir parçası haline getiren toplumlar, bu bağımlılık sürecinde internetin topluma kötü etkilerinden de kaçınamamaktadırlar.

Aynı kültür paydasında buluşan, belirli bir alanda konumlanan ve kendi kendinin sürekliliğini sağlayabilmiş olan ilişkilerin tümüne toplum denmektedir (Sağ, 2003, s.103).

İnternet teknolojisinin çağında enformasyon toplumları hızlı, büyük ve eski ile kıyaslanamayacak bir dönüşüm yaşamaktadırlar. Toplumun bu dönüşümünün sebebi her geçen gün yeni bir güncelleme yaşanan teknolojik gelişmelerdir. Toplumların yaşayışlarında gerçekleşen bu dönüşüm endüstrisi toplum yapısını da yadsınamaz biçimde değişikliğe uğratmaktadır.

Modern toplumlarda iktidarın nasıl işlediğini, söylemin bu işleyişteki yerini, öznenin merkezsizleşmesini ele almaktadır. Foucault iktidarı Marksist anlayışın savunduğu üretim pratiğinden söylemin alanına çekmektedir. Marksist yaklaşımın materyalist bakış açısının yerini Foucault'da söylem alırken ekonomi indirgemeci anlayıştan metin indirgemeci yaklaşıma doğru bir yönelim gözlenmektedir. Ayrıca Marksizmin bütünselci bakış açısı diğer yapısalcılar ve özellikle postyapısalcıların yaptığı gibi Foucault tarafından da paramparça edilmiştir. Bu bağlamda Marksist yaklaşımın temel kavramlarından biri olan sınıf, Foucault tarafından yok sayılmaktadır.

İktidarın parçalı bir ilişkiye sahip olduğu ileri sürülmekte ve buna göre iktidar, gücü elinde tutan belli bir kesimin, bir toplumsal sınıfın güdümünde olmadığı bilinmektedir. Toplumun bütün dokularına işlemiş, yaşamın her kesitindedir, gündelik yaşam pratikleri içerisindedir, söylemdedir. Toplumdaki herkes her işleyiş aynı zamanda iktidar üretimi yapar. İnsanlar iktidarın hem üreticisi hem de mağdurudurlar. İnsanlar iktidarla kuşatıldıklarının ve iktidarın üretiminde bizzat rol oynadıklarının farkında olmaksızın işleyişin içerisinde yer almaktadır. Farkında olmadıkları, ya da en azından açıkça farkına varamadıkları bir iktidara karşı direnç göstermeleri de pek olanaklı değildir. İktidarı ele alışıyla Foucault Marksist yazındaki egemenlik ve bağımlılık ayrımını da geçersizleştirmiş olmaktadır.

Foucault iktidarın işleyiş zeminini ikiye ayırmaktadır. Mekan ve Söylem. İktidar her yerdedir her mekânsal ortamda, her mekânsal organizasyondadır. Eşyaların konumlanışı, mekanların düzenlenişi, hatta kentsel tasarımlarda bile iktidar üretimi yapılmaktadır. Diğer yandan iktidar söylemde de işlemektedir. Her söylenen sözde iktidar üretimi yapılmakta. Sözü kimin söylediği, ne söylediği,

kimin dinlediği ve yeniden ürettiği önemlidir. Bir kimse aynı anda iktidarın hem üreticisi, yani öznesi, hem de nesnesi olabilmektedir. İktidarın makro düzeyde değil mikro düzeyde çözümlemesine önem verilmektedir. Foucault için dil tarafsız bir aracı değildir. Dilsel yapılar olan söylemler güç ilişkilerin bir ifadesidir. Çünkü söyleme hakimiyet aynı zamanda bunlardan yoksun olanlar üzerinde kontrol sağlamaya yardımcı olmaktadır. Söylem hem özne hem de nesneye ilişkindir. Güç ve bilgi de kaçınılmaz olarak söyleme bağlıdır.

Foucault'a göre her çağın kendine özgü bir epistemesi bulunmaktadır. Bilgi ancak epistemenin çerçevesinde belirir. Foucault'un episteme kavramıyla ifade ettiği tarih içinde yer almış bir alan ve mekandır. Buna göre episteme, verili bir tarihsel dönemdeki tüm kültürel ve düşünsel farkları kendinde belirleyen temel düzen ya da kod olarak açıklanabilmektedir. Bir dönemin epistemesi o dönemin yapısı olarak ortaya çıkar ve bu durum elbette bilimsel bilgi içinde böyledir. Buna göre Foucault epistemenin tarihsel gelişimini arkeolojik yöntemlerle açıklamaktadır.

Simmel'e göre, yabancılaşma kavramının toplumlara etkisinin bu denli büyük olmasının sebebi para olarak görülmektedir. Marx, Weber ve Durkheim'dan etkilenen Frankfurt Okulu Temsilcileri, yeni iletişim teknolojilerinin kültürlerde ortaya çıkardığı olumsuz yanları, Eleştirel Kuram kapsamında irdelemişlerdir. Günümüz teknoloji toplumlarında kişiler arası iletişimin maddesel boyuta indirgenmesi, toplumsal değerlerin önemini yitirmesi ile ortaya çıkan yabancılaşma olgusu bu çerçevede ele alınmıştır (Ergil, 1978, s.106-108).

Weber, bilim ve kültür arasında yakın bir ilişki olduğunu düşünmüştür. İnsanın ve toplumun sürekli değişme halinde olduğunu, buna bağlı olarak bilimin de sürekli bir değişkenlik içerisinde sürmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Kısacası Weber, toplumu toplumsal eylemlerden meydana gelen bir oluşum olarak görür ve sosyolojik çalışma nesnesini toplumsal eylem olarak belirtmektedir. Pozitivistlerin sosyolojide doğa bilimlerinde kullanılan yöntem ve kavramların aynısının kullanılmasına karşı çıkan Weber'e göre düşünebilme yetisine sahip

olan insan toplumsal yaşamda başkalarının düşüncelerini ve tepkilerini hesaba katarak hareket eden kültürel bir varlıktır. Kültürel varlıklar olarak biz insanlar, toplumsal yaşamda genellikle başkalarına yönelik olarak anlamlar taşıyan toplumsal eylemlerde bulunmaktadır.

Sosyoloji toplumsal eylemi yorumlayarak açıklamaya çalışırken de doğa bilimlerinde kullanılan yasalar benzeri kavramlar yerine ideal tip olarak bilinen bir kavramı ve ya yöntemsel aracı kullanmaktadır. Sosyolojik analizin temeli olarak gördüğü ideal tipleri bütün çalışmalarında kullanan Weber toplumsal analizinde toplumsal eylemleri ,buna bağlı olarak toplumsal ilişkileri ve toplumsal oluşumları tipleştirmektedir. Toplumsal eylemi analiz etmek için geliştirdiği eylem tipolojisinde geleneksel, duygusal, değerle ilişkili akılcı ve amaçsal olmak üzere dört toplumsal eylem tipinden söz eden Weber, toplumsal oluşum tipolojisinde otorite ve örgüt tiplerinden söz eder ve geleneksel otorite, karizmatik otorite, ve yasal otorite olmak üzere üç otorite tipinden söz etmektedir. Weber otoriteyi meşru güce dayalı bir egemenlik olarak tanımlamaktadır. Bu bakımdan geleneksel, karizmatik ve ussal otorite tipleri birer meşru otorite biçimleridir.

Weber modern toplumlarda akılcı düşünerek hareket etme yönünde bir eğilim olduğunu ve bunu akılcılaşma süreci olarak tanımladığı gibi, bunun da en açık örneği olarak giderek yaygın halen gelen yasal otoriteye dayalı bürokratik örgütlenmeyi göstermektedir. Weber'e akılcı rasyonel eylem bir amaca kilitlenmiş ve bu amaca ulaşmak için gerekli bütün araçları elinde bulunduran, hesaplı ve planlı düşünmeye dayalı bir eylem türüdür.

Weber, pozitivizmi eleştirdiği gibi Marx'ın görüşlerine de büyük ölçüde karşı çıkmaktadır. Onun eleştirisinin çıkış noktası Marx'ın ekonomik faktörlerine ve sınıf çatışmalarına diğer faktörlerden daha çok yer vermesidir. Weber toplumsal tabakalaşma konusunda da Marx'tan farklı bir yaklaşım benimsemektedir. Marx gibi o da toplumun farklı çıkarlara sahip grup ve sınıflara bölündüğünü savunur ancak ekonomik temelli sınıfsal bölünmenin önemini vurgulayan Marx'ın aksine saygınlık (prestij) temelinde statü grupları arasındaki bölünmeler, güç otorite temelinde partiler ve benzeri oluşumlar arasındaki

bölünmelere vurgu yapmaktadır. Weber toplumdaki ekonomik ve sınıfsal çıkarların insanların bilincine yansıdığını ve bilimin temelini oluşturduğu düşüncesini ortaya koymuştur.

Erich Fromm'a göre; modern toplumlarda yabancılaşma olgusu toplumun her alanına yayılmış vaziyettedir. Bu nedenle de insan, korkak ve yabancılaşmış bir halde yer almaktadır. Fromm'a göre, tüketim ve yabancılaşma durumunu, bireyin kendi benliği ile olan ilişkisinde görülmektedir. Bu düşünce çerçevesinde bireyin özgüveni, "benliğini hissetme" durumu başkalarının kendisi hakkında biçtikleri değerden başka bir şey değildir. Kişinin popüleritesi en önemli değer katan unsur olarak görülmektedir (Ofluoğlu ve Büyükyılmaz, 2008, s.131- 132).

Sosyal medya ortamlarının popüleritesinin artması ile bireylerin iletişim kurma hızı ve kolaylığı açısından tercih sebebi olan internet modern toplumların en büyük sorunlarından olan yalnızlaşmanın önüne geçmeye olanak tanımaktadır. Fakat bir diğer yandan sosyal ağlar aracılığıyla gerçekleştirilen bu yeni iletişim biçimi yüz yüze ileşitimin değerini kaybetmesine ve ilişkilerin dijital bir boyutan taşınmasına yol açmaktadır.

Gün geçtikçe küresel bir köy haline gelen dünya kültürel tabanı bilgi ve enformasyonun küreselleşmesine de yol açmaktadır. Bu gerçekleşen hızlı toplumsal dönüşüm, iletişim teknolojilerindeki gelişmenin ekonomik, kültürel, siyasal alanlarda yeniden inşa edilmesi ile yakından ilişkilidir (Timisi, 2003, s. 110).

Günümüz toplum yapısının oluşmaya başlaması ile birçok değişim ve dönüşüm meydana gelmiştir. Modern çağ ile hızlı bir toplumsal dönüşüm olmuştur. En çok teknolojik gelişmeler açısından dikkat çeken bu dönüşüm esasında toplumun her alanında değişime yol açmaktadır. Bu gelişimler beraberinde sadece olumlu yenilenmeleri değil olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir. Yine de Marx ve Durkheim'a göre; bu olumsuzluklar ne denli fazla olsa da olumlu özellikleri olumsuzlukların önüne geçmektedir (Giddens, 2012; s.14).

Toplumsal değişimler sonucu olşan yeni dinamikler ile zaman ve mekan algısı da değişmiştir. Yaşanan dönüşümler teknolojinin etkisiyle çok hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Alışveriş, eğitim vb. birçok alanda internet ile zaman ve mekan olguları şekil değiştirmiştir.

Günümüzde, "Teknoloji insanlığın bir uzantısı olmaktan çıkmış; insanlık teknolojinin bir uzantısı haline gelmiştir" (Bookchin, 1996, s.123-124). Teknoloji bağımlılığın çağımızın hastalıklarından biri haline gelmesi günümüzün en büyük sorunlarından yalnızlaşmayı da berbaerinde getirmektedir.

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 fantazya ve tahayyül dünyasına katıldığımız takdirde artık kendimizi nasıl istiyorsak o şekilde sunmayı başarmak elimizdedir (Robins, 1999, s.148).

İletişim teknolojilerinin gelişmesi ve toplumların yaşayışlarına etkisi tek boyutlu olmamıştır. Ekonomik, siyasal ve kültürel alanlarda da bu etki görülmektedir. Yeni kültürel değer yargıları, yeni bir ekonomik pazar anlayışı, yeni kimlikler oluşmasına yol açması açısından internet bambaşka bir kültürel mecra haline gelmiştir. Sınırlılıkların olmadığı, herkesin kendini istediği gibi yeniden var edebildiği internet ortamı toplumlarda özellikle gençler arasında kısa sürede büyük ilgi odağı haline gelmiştir. Bireyler toplumun dayatmalarından kaçışı, özgürlüğü, kendilerini diledikleri gibi ifade edebilme olanağı da sağlamaktadır. Fakat bu özgürlük zamanla sosyal mecraların oluşturduğu tek

tipleşmiş insanlar haline gelmelerine ve görünür olma amaçlı yaşamalarına engel olamamıştır. İlk başlarda sınırsız özgürlük tanıyan bu alan gün geçtikçe daha büyük bir kısıtlayıcı halini almaktadır.

1.1 Kültür Endüstrisi ve Kurgu Hayatlar

Frankfurt Okulu, I. Dünya Savaşı sonucu ortaya çıkan Soğuk Savaş ile biten bir dönemin ortaya çıkardığı ürün olarak açıklanabilir. Frankfurt Okulu'nun ismini aldığı Frankfurt Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü 1924 yılında faaliyete geçmiştir. Kurucu isimleri Felix Weil, Friedrich Pollock ve Max Horkheimer olarak bilinmektedir. Enstitünün faaliyete geçtiği tarihlerde enstitünün yöneticisi Carl Grünberg'dir. Okulun temel çalışma alanları tarihsel materyalizm, teorik ekonomi politik, proletaryanın konumu, sosyoloji ve toplumsal öğretilerin tarihi olarak belirlenmiştir (Slater, 1998, s.15-16). Bu alanlarda çalışmalar yapan kurumun yönetimine daha sonra Max Horkheimer gelmiştir. Horkheimer'in kurumun başına geçmesi ile birlikte belirlenen çalışma alanlarının yanı sıra kültürel değişimler yeni bir olgu olarak okulun yeni çalışma alanı olarak belirlenmiş bu alanda araştırmalar yapılmıştır.

Kültür endüstrisi ifadesi ilk kez Adorno ile Horkheimer'ın 1947 yılında yayınlanan "Aydınlanmanın Diyalektiği" kitabında kullanılmıştır (Adorno, 2014, s.109). Teknolojinin de etkisiyle medya aracılığıyla tek tip kültürler, toplumlar oluşmaya başlamıştır. Medya aracılığıyla öğretilen gerçeklikler ile belirlenen kalıplar bireylere neyi nasıl yapmalarını, sevmelerini, sevmemelerini, kendilerini nasıl toplumda var edeceklerini belirtmektedir. Bu yapay gerçeklikler zorunlu olmamakla birlikte, birey kültür endüstrisinin bir parçası olmadığı taktirde toplumda yalnızlaştırılıp ve ötekileştirilmektedir. Ötekleştirilme korkusu ile birey de bu kültürün bir parçası olur ve diğer nesneler gibi metalaşmaktadır.

19. ve 20. yüzyılda kültür, endüstriyel tekniklerle üretilmeye ve dağıtılmaya başlanmıştır. Bunun sonucu olarak da yeni bir kavram olan "kitle kültürü" ortaya çıkmıştır. Bu durum, Frankfurt Okulu'nda kültür endüstrisi olarak adlandırılmıştır. Frankfurt Okulu düşünürleri, kültür ürünlerini ne sınıf

çıkarlarının basit bir yansıması ne de tamamen bağımsız bir alanın ürünü olarak ele almıştır. En fazla değindikleri konulara bakıldığında, kültürel görüngülerin, bütünü oluşturan diğer alanlarla hangi koşullarda ilgi kurdukları ve onlar tarafından nasıl değerlendirildikleri olmuştur (Dellaoğlu, 2003, s.22).

Siber kültür, yeni teknolojilerin insan yaşamındaki imajları ve anlamları nasıl değiştirdiğini düşünmeyi içerir. Kültürel değişim ayrıca sosyal değişimi de beraberinde getirmektedir. Yeni medya bu açıdan değerlendirildiğinde, sadece dijital hale getirilmiş kültürel ürünler değil; kişilerarası ilişkileri de dijitalleştirmektedir. Bu yeni dijital ortamda gerçekliğin var olup olmadığını bilmemek ise karışıklık yaratmıştır. Yapay bir ortam gerçekliğin yerini almıştır ve yeniden üretilen gerçeklik bir şeye dönüşmüştür. Medya araçları aracılığıyla üretilen yapay içerikler kitlelerin yapay gündemlere erişmesine ve bu gerçeklikle yeniden üretilmek istenen gerçeklik algısı bireylerde oluşturulmaktadır.

Kültür endüstrisinde birey gerçeklikten uzaklaşmış, bir yanılsama haline gelmiştir. Çünkü artık yaşanılan gerçeklik, aslında yeniden üretilen gerçekliktir. Birey yeniden üretilen gerçekliğe inanarak kültür endüstrisinin bir parçası haline gelmiştir. Bu bağlamda birey de bu üretimin bir parçasıdır. Birey yeni sistemin bir parçası olmaya zorunlu değildir fakat bunun devamında toplumda artık bir yabancı olacaktır. Toplumdan dışlanma ile karşı karşıya kalan birey bunun yerine genel kitleye katılmış bireyselliğinden bilinçli veya bilinçsiz olarak vazgeçmiştir.

Kültür endüstrisi ile birlikte tek tipleşme başlamıştır. Kitle üretimi anlayışının gelmesi hayatın her alanında standart kalıplar ortaya çıkarmış, öğretilen beğeniler ile sanat, gündelik yaşam istekleri kitlelere neyi, nasıl ve ne kadar istemeleri gerektiğini medya aracılığıyla aktarmıştır. Aktarılan bu yeni gerçeklik ile bireyler yeni üretimin bir parçası haline gelip kitle üretiminin var ettiklerini elde ettiği sürece kendini toplumda var edebileceği ve mutluluğa ulaşacağı kanısına varmıştır.

Bu yeni tüketim toplumu bireyler yaşamlarına kattıkları yeni bakış açılarını, stillerini, tüketim anlayışlarını kendilerinin belirlediklerini, özgür ve kendine özgü

olduklarını düşünseler dahi tüm bunlar yönlendirilmiş bilinçlenme ile oluşturulmuştur. Birey de endüstrileşmenin sonucu olarak şeyleşmeye başlamıştır. Tek tip yönlendirilen üretimle birlikte artık ürün değil yeniden oluşturulan gerçeklikte tüketimin bir parçası haline günümüzde gelmektedir.

Medya aracılığıyla bireye sunulan yeni gerçeklik algısı, yeniden üretimin bir parçası haline gelen bireyi de sonsuz bir mutsuzluğun içine almış ve kurgulanmış olan hayatın illüzyonlarından biri haline getirmiştir. Bireyler medya ortamlarında gördükleri örneklerden yola çıkarak kendilerini o ortamlarda var etme çabasındadırlar. Sosyal mecralarda görülen her zaman mutlu, kusursuz bir hayata sahip, herkes tarafından sevilen, istediği zaman dilediği ürünü satın alıp lüks bir yaşamın parşası olan sahte bireyleri rol model olarak kendisine seçmektedir. Bu sanal gerçekliğin ürünü olan sahte bireye dönüşme çabası ise sürekli mutsuzluğa yol açmaktadır.

Horkheimer ve Adorno'ya göre yeni kapitalist toplumda bireyin metalaşması sonucu birey de üretimin bir parçası haline gelmiştir. Kültür endüstrisinde değişik statülere göre oluşturulan farklı sınıflandırmalar ile belli başlı tüketim biçimleri dayatılmaktadır. Bu sistemde bireyler belirlenmiş kalıplar ve göstergeler çerçevesinde davranmalıdır (Adorno, Horkheimer, 2014, s.162).

Kültür endüstrisinde hayal gücüne yer bırakmayacak şekilde endüstrinin ürünleri tasarlanmıştır. Teknolojik destekle empoze edilen bilgilerle yeni bir algı oluşturulmakta, gerçek ve hayal, taklit iç içe geçer ve ayırt edilemez hale gelmektedir. Bu algı kültür endüstrisinin oluşturmak istediği algıdır. Böylece bir ürün haline gelen birey yeni gerçekliğinde sorgulamadan yaşamaktadır. Çizgi filmlerde gösterilen hikayeler de bu oluşturulmak istenen algının bir örneğidir. Filmlerde aktarılan hikayedeki kahramanın yaşadıkları üzerinden bireye hangi durumda nasıl davranması gerektiği öğretilmektedir.

Herkes mutlu olabilir yeter ki etiyle kemiğiyle teslim olsun ve mutluluk talebinden vazgeçsin. Mutluluğa ulaşmanın ve moral bozukluğunun, yeni toplum anlayışında bireyler için önemi sonucunda kapitalizmle birlikte ömür boyu

mutluluğu aramak için sunulan devamlı tüketim ile bireyler kendilerini var etme çabasındadırlar (Adorno, Horkheimer, 2014, s.181-183).

Kültür endüstrisinin en önemli kavramlarından biri de standartlaştırmadır. Yeniden üretim esastır. Hiç bir birey birick olarak kabul edilmemektedir. Yeniden üretimle belli kalıplara uymayan bireyin yerine hemen yenisi gelebilmektedir.

Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisi eleştirisini ortaya çıkardığı zaman belli parametler bulunmaktadır. Bu parametrelerin başında da, toplumsal yapıyı ve bu yapı içindeki temel unsur olan bireyi belirleyen 'kültür' alanında yaşanan değişim ve dönüşümler gelmektedir. Okul üyelerine göre kültür; halk tarafından üretilen, halka ait, doğal bir kültür üretimidir. Çalışan, üreten, geniş kitlelerin arasından doğup yukarıya, ekonomik gücü elinde bulunduran sınıflara doğru bir yayılma şekli izlemektedir. Okulun bahsettiği kültür yapay bir kültürdür. Kültürü üreten kişi olması gereken bireyler, kitleler esasında sadece tüketici konumundadırlar (Yurdigül, 2010, s.49).

Toplumsal dönüşümle birlikte toplumların değer yargılarında da büyük ölçüde değişim meydana gelmektedir. Kültür endüstrisi sanatsal bakış açısından yoksun olarak sadece toplumları belirli algılar doğrultusunda peşinden sürüklemeye odaklıdır. Değer yargılarını yitiren, tek tipleşen insan toplumdaki değerini de kaybetmektedir. Çünkü kendi kültüründen de uzaklaşmış bir meta haline gelmiştir.

Kültür endüstrisinde birey yalnız kalmamak için toplumun belirlediği normlara göre yaşamak zorundadır. Aksi halde tüketimin bir parçası olmayı reddeden birey toplum tarafından dışlanmakta ve mutsuzluğa mahkum edilmektedir. Toplumun belilediği çerçevede farketmeden yaşayan birey ise kendini özgür olarak tanımlamaktadır. Fakat kitlelerin aynı düşünce yapısına sahip olduğu aynı yaşayış biçimi, değer yargıları olması o kitlenin içinde bireyin var olamadığını bizlere göstermektedir. Birey olarak özgün olamayan kendini var edemeyen kişi toplumun kısıtlarında meta olarak yeniden üretilen gerçekliğinde bir yaşam sürmektedir.

Tüketim nesneleri üzerinden insanlara neyi, nasıl, nerede, ne zaman tüketeceklerine ilişkin bir bilgi verilir. Dolayısı ile günümüzde ekonomi politikten uzaklaşılmış, kültürel ve ideolojik boyut ön plana çıkmıştır. Artık malların değişim değeri yerine gösterge değeri önemli olmaya başlamıştır (Akarçay, 2012, s.203). Frankfurt Okulu düşünürlerinin Kültür Endüstrisi eleştirilerinde ifade ettikleri yüksek kültür ve aşağı kültür ayrımının kalkması Baudrillard'da da eleştiri konusu haline gelir. Baudrillard ABD'de Drugstore adı verilen alışveriş merkezlerinde zarif bir yiyecek dükkanı ile resim galerisinin, Play-boy ile bir Paleontoloji dergisi arasında artık hiçbir farkın kalmadığı yeni bir kültürden bahseder (Baudrillard, Tüketim Toplumu, 2016, s.321).

Kitle iletişim araçlarından sunulan mesajlarda tüketim toplumunun ölçütleri arasındadır. Tüketim toplumlarında günlük haberin evrenselliği tüketilir. Haberler ister politik, tarihsel olsun, isterse kültürel haber olsun hepsi suya sabuna dokunmayan mucizevi bir biçime dönüştürülerek güncelleştirilir, görsel anlamda dramatikleştirilir, medya tarafından amacından uzaklaştırılır ve göstergelere indirgenir. Bizler göstergelere sığınarak ve gerçekliğin yadsınması içinde yaşadığımızdan dolayı da mucizevi bir güvenlik içindeyizdir (Akarçay, 2012, s.205). Tüketimin yeri de gündelik yaşamdır, gündeliklik de olaylara ve şiddete düşkündür, yeter ki bunlar tüketicilere odasında sunulsun. Örneğin televizyon vasıtasıyla sunulan savaş haberleri gündelik yaşamın şiddet tüketimidir (Baudrillard, Tüketim Toplumu, 2016, s.322).

Medya aracılığıyla bireye sunulan yeni gerçeklik algısı, yeniden üretimin bir parçası haline gelen bireyi de sonsuz bir mutsuzluğun içine almış ve kurgulanmış olan hayatın illüzyonlarından biri haline getirmiştir. Bireyler medya ortamlarında gördükleri örneklerden yola çıkarak kendilerini o ortamlarda var etme çabasındadırlar. Sosyal mecralarda görülen her zaman mutlu, kusursuz bir hayata sahip, herkes tarafından sevilen, istediği zaman dilediği ürünü satın alıp lüks bir yaşamın parşası olan sahte bireyleri rol model olarak kendisine seçmektedir. Bu sanal gerçekliğin ürünü olan sahte bireye dönüşme çabası ise sürekli mutsuzluğa yol açmaktadır (Baudrillard, Tüketim Toplumu, 2016, s.322). Gerçek, simülasyona dönüştü. Buna yol açansa kültür endüstrisinin kendisidir.

Yaşadığımız evren simülasyon evrenidir (Baudrillard, Simülakrlar ve Simülasyon, 2011, s.130).

Goffman, kişiler arası ilişkileri açıklamak için bir rol kuramı ortaya çıkarmıştır. Sahneye çıkan oyuncular gibi bireylerinde günlük yaşamlarında sürekli olarak iletişim halinde oldukları kişilere karşı kendi imgelerini sergilediklerini söylemektedir. Bu yaklaşımda bütün bireyler devamlı olarak karşısındaki kişilere oyun oynamaktadırlar. Bu açıdan bakıldığında bireylerin doğal oldukları zamanlarda bile aslında oyun oynadıkları bir yaklaşım söz konusudur. "Goffman'ın iddiasına göre, hiçbir zaman olamayacağımız şey, yalnızca kadın ve erkek olmaktır. Bizler ne yapar görünüyorsak oyuzdur" (Coser, 2010, s.496).

Bireyler yeni tanıştıkları insanlara kendilerini tanıtmadan önce karşısındaki kişi hakkında bilgi edinmeye çalışmaktadır. Daha sonrasında edinilen bu bilgilere doğrultusunda birey kendine istediği gibi karşısındaki kişiye tanıtabileceği yeni özellikler belirleyebilecektir.

Goffman'ın eserinde sahnelenen benlik, doğal olarak ortaya çıkmamaktadır. Normal bir bireyin yaşam sıralamasındaki doğup büyüme ve ölme gibi natural bir oluşum yoktur bu benlikte. Benlik role bürünme halidir. Tamamen yapay bir oluşumdur.

Sosyal medya, kendileri hakkında bilgi verebildikleri diğer kişilerle bağlantı kurup iletişime geçebildikleri, çeşitli paylaşımlar yapabildikleri açık ve kapalı profillerini gösterebildikleri web tabanlı hizmetler olarak tanımlanmaktadır (Ayan, 2016, s. 19-20).

Dolayısıyla, sosyal mecralarda bireyler kendilerini kişiliklerini istedikleri gibi yeniden oluşturup sunma olanağına sahiptirler. Sosyal ağlar aracılığıyla oluşturulan yeni benliklerin sunumu birçok sorunu da berbaerinde getirmektedir. Bu şekilde bakıldığında sosyal ağlar benliklerin yeniden üretildiği ve sunulduğu alanlar olarak da algılanabilmektedir (Göker, 2015, s.394).

Popülerliklerini artırmak isteyen bireyler yeni oluşturdukları benliklerini sosyal medya ortamlarında oluşturdukları yapay profillerinde sergileyerek istedikleri popüleriteyi elde etmektedirler.

Sosyal ağlar aktarılmak istenen mesajların anında aktarılabildiği ve geribildirim alınabildiği bir ortamdır. Alınan geribildirimlere göre oluşturulan sanal kimlikler geliştirilmekte ve istenilen yapay benliğin oluşumu tamamlanmaktadır.

Niedzviecki'ye göre; "'Dikizleme Kültürü' 'insanlığını yitirmiş insanlık' sorununa bulunmuş çarpık bir çözüm" olarak da tanımlanabilmektedir. Niedzviecki'ye göre bireyler oluşturdukları sanal kimlikleri ne denli ilgi görürse örneğin yorum almak beğenilmek gibi, birey o kadar kendini toplumda var olmuş ve kanıtmalmış hissetmektedir. Teknoloji çağında yaşamanın bir sunucu olarak bireyin medya ortamlarında kabullenildiğini, sevildiğini görmek amacı esas yaşam amaçlarından biri haline gelmektedir. Ne kadar görünür olursa o kadar yaşamdan keyif ala bir birey olacaktır.

Niedzviecki popüler kültür ve sosyal medyanın bireyi getirdiği hali şöyle aktarmaktadır: "Bireysellik(individüalizm) yeni konformizmdir! Popüler kültürün, Hollywood filmlerinin, ana akım medyanın "Herkes bir yıldızdır", "Yapabilirsin" sloganlarıyla şişirdiği yelkenler özgür ufuklara açılmak yerine derinlikten yoksun yeraltı özentilerinde, içeriksiz bloglarda, dövme ve piercing çılgınlığında, sönüp kalıyor. Küresel popüler kültür "alternatif", "düzen dışı", "marjinal" olma iddiasındaki her şeyi çabucak sarıp sarmalayarak tüketim kültürünün emrine amade hale getiriyor. Böylece, dini ibadet ve kutsal ayinler de dâhil, her şeyin nasıl gösteriye ve alınıp satılan bir metaya dönüştüğüne tanık oluyoruz" (Niedzviecki, 2011, s.342).

Sosyal medya bugünün toplumu üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Şehrin sokaklarında yürürken insanların telefonlarına baktığını, telefonda konuştuğunu veya bugünün podcast'ını dinlenmekte. Daha fazla insan sosyal medya

platformlarını kullanmaya başladığında; Snapchat, Facebook, Instagram, Twitter vb. Bu platformlarda kullanılan iletişim miktarında bir artış olmuştur.

İletişimde bir artış olmasına rağmen, mutlaka sağlıklı bir yol değildir. Günümüzde birçok kullanıcı sosyal medyaya bağımlı hale gelmiştir, bu da daha çok insanın kendisini toplumdan soyutlamasına neden olmaktadır. Sosyal medyanın bugünün toplumundaki olumsuz etkilerini bilmek önemlidir.

Bugünün toplumunda, hepsi başkalarıyla bağlantıda kalmakla ilgilidir. Sosyal medya üzerinden bağlantıda kalmak, sosyal ve iletişim becerilerimizi etkilemeye başlıyor. Bireyle tanışma ve yüz yüze ya da metinle konuşma seçeneği verildiğinde, çoğu kişi onları metin yapmayı tercih eder. Bir sebep, metin yazmaları ve tek bir metin mesajı ile yazmaları için daha kolay olabilirdi, oysa yüz yüze tanışırsanız, nerede ve ne zaman planlamanız gerekir. Sosyal medya kullanımı nedeniyle insanlar tembelleşmektedir.

1.2 Siber Kültür ve Sanal Gerçeklik

Bir bilgisayarın sanal gerçeklik (VR) teknolojilerinin ardındaki fikir, ilk kez 1960'larda ortaya çıkan, kullanıcıların deneyimleyebileceği ve manipüle edebileceği benzetilmiş bir dünya yaratmıştır. Ancak son zamanlarda, bilgisayar gücündeki artışla birlikte, uygulanabilir ve karmaşık VR sistemleri üretmek mümkün olmaktadır. VR ilk uygulamaları ile gelecekteki kullanımları hakkında bir spekülasyon dalgası gelmektedir. VR, elektronik posta ve yapay zeka gibi diğer gelişmiş bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) yanı sıra, insanların kendilerini elektronik sinyaller içine yerleştirme tarzlarına yakından bağlı oldukları bir geleceğe zemin hazırlamak gibi görülmektedir. Aynı zamanda ortaya çıkan siber alan dünyasının, maddi olmayan mesajların ve elektronik medya tarafından yaratılan etkileşimlerin dünyasının bir bileşeni olarak görülmektedir.

Yaygın tanıtımda, VR sistemleri BİT sektöründeki diğer yeni gelişmelerden farklı değildir. Ancak bu durumda, VR'nin insan ve makineler arasındaki ilişkilerde değişiklik olasılıkları ve VR'yi de dahil ettiği geleceğin vizyonunu içine

alan gençlik kültürü içindeki tartışmalar hakkında bilgilendirdiği kültürel araştırmalardaki tartışmalara ilham vermektedir. Teknoloji bilinç değiştirici bir rol oynamaktadır. Bu iki düşünce akımı, cyborg post-modernizm ve siber kültür, elektronik medyanın ve yeni bilgisayar teknolojilerinin bilim, sanat ve politika arasındaki ilişkide yeni bir dönem yaratacağı fikrini paylaşmaktadır.

Brenda Laurel ve Jaron Lanier de dahil olmak üzere bazı VR teknolojisinin öncüleri, sanal dünyaların ve paylaşılan siber alanların yaratılmasının devrimci toplumsal sonuçlara sahip olacağını ve şimdiye dek hayal edilmeyen insan ifadesi biçimlerine izin vereceğini öne süren başlıca öncüleri arasındaydı. Böyle bir görüş, gelişmiş bilgi teknolojilerinin insanlar ve makineler arasındaki ayrımı bulanıklaştıran cyborgs imajı aracılığıyla takip ettiği bir fikir olan radikal politik sonuçlara sahip olabileceğine inanan Donna Haraway ve Alluquere Rosanne Stone gibi akademik teorisyenlerin çalışmalarında yankılanmaktadır. Bu fikirler, VR'nin gençlik kültüründe bir tema olarak kullanılmasında da bulunabilir, örneğin Londra ve San Francisco'daki siberpunk gece kulüpleri ve kafeler. Burada da kültürel ve politik değişim için bir gündem bulunmaktadır, bu durumda yine insan-makine arayüz teknolojilerindeki yeniliklere dayanmaktadır (Sutherland, 1965, s.963-973).

Bilgisayar korsanlarının kişisel bilgi işlem siber yetiştiriciliğinin gelişimini etkilediği gibi, VR teknolojilerinin gelişiminin şekillenmesine de katkıda bulunması beklenmektedir. Ancak bu siber kültürün öneminin yalnızca bir kısmını belirtmektedir. Siber-kültür ve modernizm sonrası cyborg kısmen VR teknolojisine bir cevap ve bilgi ve iletişim sistemlerindeki ilgili ilerlemeler ise, rollerini yeniden tanımlamak için yeni teknolojilere yönelik değişen tutumları ifade etmektedir. Bu dünya görüşü şu anda bilim kurgudan daha kurguya daha yakın olsa bile, teknoloji hakkında çağdaş düşüncede daha genel bir değişime işaret edebildiğinden incelemeye değer olarak görülmektedir.

Yeni teknolojik gelişmelerin dünya çapında kültür taşıyıcıları bünyesine dahil edilmesi, ilk bakışta bilimsel ve teknolojik başarılara dair yaygın bir şüpheciliğin olduğu bir döneme uygun görünmemektedir. Yine de, siber kültür,

taşıyıcılarının sosyal bağlamına yerleştirildiğinde, sadece iyi bir şekilde uymayan, ancak muhtemel olan bilim ve teknolojinin öneminin temel bir yeniden yorumlamasını içermektedir.

Gelecekteki BİT'lerin insanın kendini ifade etme biçimlerinin yeni biçimlerini mümkün kılacağı ve bunların da insanı maddi kısıtlamalardan kurtaracak yeni bir teknoloji merkezli çağın habercisi olacağı öngörülmektedir. Bilim ve teknolojinin insanlıktan çıkarıcı etkileri, paradoksal olarak, bunlar arasında, bu dünya görüşünde, bilimin ve sanatın bir araya getirilmesi öngörülmekte, araçların sağlanması ve bunun kültürel sonuçların sağlanması ile bu bir araya gelme gerçekleşecektir. Sonunda, siber uzaydaki iletişimin önem kazandığı bir toplumun ortaya çıkmasıyla, bu dünya görüşünün öncü taşıyıcıları tamamen yeni bir kültür yaratacaktır.

Bununla birlikte, bu dünya görüşü içinde merkezi bir gerilim vardır. Bir yandan, gelecekteki vaadi teknolojik yeniliklere, uzmanlık gerektiren araştırma alanlarında ve makine üretiminde yalnızca teknik veya araçsal gelişmelere dayanıyor. Öte yandan, geleceğe yönelik bu vizyonun gerçek gelişimi ancak kültürel inovasyon yoluyla, yeni düşünce ve deneyim kalıpları ve bunlardan sadece meydana gelebileceğine inanılmaktadır (Beniger, J. 1986, s.58-62).

Bu gerginlik, kısmen burada kültür alanında bulunan yüksek primlerden kaynaklanmaktadır. Bilişim Teknolojileri'ne dayanan hayranlık, tipik olarak tüketimi, ileri ev topluluklarında, özellikle de ev içi alanda daha büyük bir rol oynayan, görünüşte bitmeyen yeni deneyimler arzı sunduklarından kaynaklanmaktadır. VR sistemleri potansiyel olarak bu eğilimin mükemmel bir şekilde genişlemesini sağlamaktadır, çünkü insanoğlunun bir gün sadece hayal gücü ile sınırlı yapay olarak üretilen sanal dünyalar içinde yaşayabileceği sözünü tutmaktadır.

Teknik bir bakış açısından, VR sistemlerinin kapasiteleri aslında her şeyden önce insan deneyimini manipüle etmek için bir araçtır. Bunun sebebi, VR sistemlerinin insani duyusal veya algısal düzeneği uyaran makineler olmasıdır.

Kullanıcıların etkileşime girebilecekleri bir ortamı algıladıkları izlenimini yaratmak için tasarlanan bilgisayar tarafından oluşturulan simülasyonlardan oluşmaktadır. Başka bir deyişle, yapay veya "sanal" ortamlar yaratmanın bir yoludur. Sanal ortamlar, bu durumda, bir bilgisayar ve insan algısal aparatının fiziksel olmayan bir ortamdaki nesneleri tanımasını sağlayan başa takılan ekranlar ve veri eldivenleri gibi diğer teknik yardımlar aracılığıyla üretilir. Nihayetinde, VR sistemlerinin gelişiminin ilerlemesine yönelik teknik amaç, duyuların nasıl işlediğini tespit etmek ve bu işlemi makinelerle yeniden oluşturmaktır.

Eğer bu makineler sonunda algısal düzeneğimizin çalışmalarını tamamen yeniden üretebiliyorsa, siber-kültürel dünya görüşünün sahip olacağı gibi, hayal gücünün sınırsız bir sensöryumunu sağlamaktan uzak, kişisel olmayan bir şekilde üretilmiş ve hesaplanmış bir stimülasyon sağlamak için gelebilmektedirler. Onları bir büyüleme aracı olarak görmek yerine, dünyanın algılanmasından, yani insan algısı ve deneyiminden önceki son sığınaklardan biri olanı küçümseme aracı haline gelebilirler. Bu durumda bilim ve teknoloji yalnızca dış dünyaya hükmetmekle kalmayacak, aynı zamanda yapay bir olsa da, insanın dünyanın sahip olduğu bilincini manipüle edebilecektir (Collins, R. 1992, s.92-94).

VR teknolojisinin bu olası sonuçları, siber-kültürel dünya görüşünün ütopik unsurlarıyla teknolojik bir distopyaya karşı koymak için yazılmamıştır. Sonuçta, VR sistemlerinin nasıl geliştirildiği ve kullanıldıkları kullanımlar yalnızca bilimsel ve teknik amaçlara tabi değildir. Önemli olan, belirli bir alanda çeşitli teknolojik yollarla çözülmesi gereken teknik sorunları, bu teknolojinin ortaya çıktığı dünyaya bakış açısı ve teknolojinin yerine getirilmesi için çeşitli insan isteklerini yansıtmaktan ibarettir. Sıradan teknik problem çözme ile geleceğe ait ekstradan vizyonlar arasındaki ya da Weber'in terimlerini tekrar kullanmak, araçsal rasyonellik ve değer rasyonellik arasındaki bu gerginlik, siber-kültürün alabileceği çeşitli tezahürler boyunca kendisini yeniden üretmeyi umulan bir gerçektir.

Artık siber kültür dünya görüşünü daha geniş bir sosyal ve kültürel bağlamda bulunabilmektedir. Bu dünya görüşünün maddi temeli, gelişmiş

toplumlarda BİT'in artan ekonomik önemidir. Çağdaş sosyal yaşamın bu yönü iyi belgelenmiştir. Bilişim teknolojileri artık gelişmiş toplum ekonomilerinde merkezi bir yere sahiptir. Buna, kültürel endüstriler ve ürünlerindeki yorumcuların istihdamı için genişletilmiş bir temel sağlayarak, yüksek öğrenim kurumlarında sürekli genişleme eklenmektedir. Bu iki büyüme alanı, kültürel medya ürünleri için artan pazarlara katkıda bulunan kitle iletişim araçları ve bilişim teknolojileri alanındaki uzmanlık talebinin artmasıyla, birbirleriyle örtüşmekte ve güçlenmektedir.

Bilim ve sanatın bu siber-kültürel füzyonunun teorik temeli, bir süredir, özellikle bilim felsefecileri ve sosyologları arasında hazırlanmıştır. Örneğin, Feyerabend, bilimin etkinliğini reddeder ve Dadaizmi alternatif bir bilimsel yöntem olarak çağırır. Benzer şekilde, bilim sosyolojisinde odak, yakın zamanda araçsal ya da zenginlik yaratan sonuçlardan ziyade bilimsel bilginin temsili ve edebi nitelikleri üzerine yerleştirilmektedir (Feyerabend, P. 1978, s.100-120).

Modernizm sonrası cyborg içindeki bir kültür biçimi olarak bilime olan hayranlık, tesadüfen, bir zamanlar bilimin sosyokültürel yaşam içinde olduğu veya sanatla birleştiği, etkilerinin artık korkulan olarak görülmesi gerekmediği için, bakış açısını reddeden bir bakış açısı ile mükemmel bir şekilde uyumludur.

Her ne kadar siber kültür, entelektüel yaşamın sosyal organizasyonu tarafından sürdürülmesine rağmen, bilgisayar ve ilgili teknolojilerdeki ilerlemelerin bir ürünüdür. VR, bu gelişmeler arasında merkezi bir yere yerleşmek için iyi bir konumdadır, çünkü bilgisayarla oluşturulan benzetilmiş dünyaların, şu anda çok fazla bilimsel çabanın birleştiği ve hangi kaynaklara yakınsadığı bir alan olan insan-bilgisayar arayüz teknolojisinin geliştirilmesinde merkezi bir rol oynayacağı muhtemeldir. Bu alandaki yenilikler devam ettiği sürece, siber kültür, bu yeniliklerin gelecekteki uygulamalarının getireceği sözünü kullanmaya devam edecek, böylece bilim ve sanat arasında birleşme ve kendi kendini ifade etmek için yeni çıkışlar bulma hayalini sürdürecektir. Gelişmiş BİT'ler yoluyla yeni dünyaların yaratılması olasıdır.

Bununla birlikte, bu temyiz için daha geniş bağlam bilim hakkında düşünmedeki değişim ve bilimden anlam çıkarma beklentisidir. Bilimin yeni bir çağın şafağını haber verebileceği umutları yeni değildir. Örneğin, buhar çağı ve uzay çağının ortaya çıkmasına eşlik ettiler. Oysa VR teknolojileri görünüşte insan ifadesi için yepyeni bir ufuk oluşturduğundan ve bilim artık dünya üzerinde ustalık için bir araç olarak görülmediğinden, sihrin işkencesi olarak görülüyorsa, belki de VR insanı birleştirme inancı için mükemmel bir araçtır. Bilgi ve iletişim makineleri ile ya da cyborgs yeni çağa uygun bir bilinç şekli temsil ediyor.

VR teknolojileri, çok çeşitli araştırma enstitüleri ve firmalar tarafından, çeşitli öngörülen bilimsel uygulamalar ve ticari ürünler için hızla geliştirilmektedir. Benzer teknolojilerle yapılan karşılaştırmalara dayanarak, sosyal bilimler, bu uygulamalardan hangilerinin önemli bir sosyal etkiye sahip olabileceğini belirlemektedir. Ancak, Ellis'in bu gelişmelerin bir nevi yolunda olduğuna dair temkinli sonuçlarına katılmamak zor: Sanal ortamlar için gelecekteki pratik toplu pazar uygulamalarını önceden belirlemek zordur. Nihai kitle piyasası uygulamalarından bazıları bugün bilinmemektedir. Muhtemelen, dünya yüksek bant genişliği, kamu erişimi, fiber-optik "bilgi otoyolları" ile yoğun bir şekilde çapraz çizildikten sonra, yüksek çözünürlüklü görüntülerin uygun, sanal ortam gösterimleri için kitle talebi gerçekleşecektir.

VR araştırma ve endüstrisindeki durum ne olursa olsun, VR teknolojileri ve bilhassa siber kültür şeklindeki bilim ve teknoloji hakkındaki yeni inançlar, çağdaş kültürde ilham vermeye devam etmek için çeşitli nedenlerden kaynaklanmaktadır (Elmer-Dewitt, P. 1993, s.59-62).

Sanal gerçeklik, internetin ortaya çıkışından sonraki en büyük teknolojik gelişmelerden biridir. Bunun nedeni, işlerin sayısız uygulamalar yoluyla yapılma şeklini neredeyse tamamen değiştirmesidir. Alışveriş, eğitim, eğlence, sosyalleşme, politika, iş, hepsi farklı derecelerde ve farklı şekillerde ağa bağlanmıştır ve birçok insanın bu faaliyetlerle ilgili deneyimleri süreç içerisinde tamamen değişmiştir. Sanal gerçekliğin gündelik yaşamda gün geçtikte daha çok

alanda kullanılması ile insanlar sanal bir dünyada yeniden üretilen gerçeklik ile yaşamlarına devam etmektedir.

Sanal gerçeklik kavramının ilk ortaya çıkışı 1950'lere Ray Bradbury'e olarak tanınsa da aslında çoğunluk tarafından bu kavramı ortaya çıkaran kişinin bilim kurgu yazarı olan William Gibson olduğu bilinmektedir. (Oppenheim, 1993, s.215-227).

Siberuzay (cyberspace), yapay gerçeklik (artificial reality), sanal dünya (virtual world), sanal çevre (virtual environment) bunlardan bazılarıdır. Sanal gerçeklik teriminin ortaya çıkışı ise 1980lerin sonunu bulmuştur. Bu terimi ilk defa 1989'da bir bilim adamı olan Jaron Lanier kullanmış ve en azından sanal gerçeklik teriminin isim babalığını edebiyatçılara kaptırmamıştır (Oppenheim, 1993, s.215-227).

William Gibson 1984'te yayımlanan Neuromancer adlı bilim kurgu romanında sanal gerçeklik benzeri siberuzay adını verdiği bir bilgisayar sistemi tanımlar. Bu terim bugün pek çok kişi tarafından sanal gerçeklik terimine alternatif olarak kullanılmaktadır. Gibson kitabında siberuzay'ı herkesin bağlanabileceği bir süper bilgisayar ağı olarak tanımlamaktadır. Romanda kanun dışı faaliyetlerin sürdüğü, güçlü yapay zekaların hakim olduğu bilgisayarlar aracılığı ile bağlanılabilen bir zorbalar dünyasında gerçekler ve sanılar birbirine karışmaktadır (Devecioğlu, 1995, s.21).

Sanal gerçekliğin günümüzde kullanıldığı teknoloji çalışmaları ise 1980'lerde NASA tarafından gerçekleştirilmiştir. İnsan davranışlarını sergileyebilme özelliklerine sahip robotların üretilmesini sağlayan sistemleri geliştirme çalışmaları başlamıştır.

Baudrillard'ın simülasyon kuramını betimlediği "Simülakrlar ve Simülasyon" eserinde de bu yeni evreni tasvir ettiği söylenebilmektedir. Yeni toplumdaki bireyler, ne ya da kim olmak istiyorsa o olmaya doğru gitmekte ve

ortaya anlamdan yoksun bırakılmış, dahası kitle iletişim araçlarıyla uyuşturulan insanlar çıkmıştır (Baudrillard, 1987, s.325).

Bu açıdan onun bu eserinde ele aldığı konulara yakından bakıldığında "kültür endüstrisi" ile olan yakınlığı daha da anlaşılır olacaktır. Baudrillard, "Simülakrlar ve Simülasyon" eserinde kültür endüstrisinin araçları olan televizyon, sinema, reklam ve eğlence mekânı olarak Disneyland gibi konulardan bahsetmiş ve bunların insanları ne türden bir şekillendirme içine soktuğunu tavzih etmeye çalışmıştır. Örneğin "Düşsel ve Hipergerçek" bölümünde Disneyland'den bahseden Baudrillard, Disneyland'i, simülakr düzeninin kusursuz ve en net modeli olarak okumaktadır (Baudrillard, Simülakrlar ve Simülasyon, 2011, s.211).

Baudrillard'a göre "mış gibi yapmak" (feindre) ya da gizlemek (dissumuler) gerçeklik ilkesine zarar veremez, yani bunlarla gerçeklik arasında her zaman açık seçik bir fark vardır. Oysa simulasyon bu "gerçekle" "sahte" ve "gerçekle" "düşsel" arasındaki farkı yok etmeye çalışmaktadır. Simülasyon gerçekliğin tüm görünümlerini barındırır. Örneğin; bir hastalığı simüle eden kişi, kendinde bu hastalığa ait semptomlar görülen kişidir. Böyle bir kişiyi nesnel bir şekilde hasta ya da sağlam olarak değerlendirebilmek mümkün değildir. Hekimler hastalarının hastalığı konusunda söylediklerini doğru ya da yanlış olarak değerlendirmekte aciz kalmaktadırlar. Ordu da simülatörlere karşı bir şey yapamamaktadır. Geçmişte belli kanıtlara dayanarak çürük raporu alan insanlara karşı Ordu "Deliyi bu kadar iyi taklit edebilen biri herhalde delidir" demektedir (Akarçay, 2012, s.203).

Teknolojinin hızlı gelişimi ve hayatın en önemli parçası olması sonucu simülasyon gerçekliğin ta kendisi olmuştur. Sanal bir ortamda gerçek dışı kimlikle kendini yeniden var eden ve ilişkiler kuran birey kendi sanal gerçekliğinde bir simülasyon olarak devam etmektedir.

Sanal Gerçeklik oyunları ve deneyimleri gün geçtikçe daha hızlı bir şekilde popüler hale geliyor ve daha gerçekçi ve inanılır hale gelmiştir. Diğer pek çok

teknolojik gelişme gibi, VR'nin de yeniliği hem inanılmaz faydalar hem de büyük dezavantajlarla birlikte gelmektedir.

Sanal gerçekliğin bazı önemli uygulamaları aşağıdaki gibidir: (https://www.finextra.com/blogposting/14870/the-impact-of-virtualreality-technology-on-human-lives (Erişim tarihi: Temmuz 17, 2018)

- Pilot Eğitimi: Sanal gerçekliğin en eski uygulaması pilot eğitimidir. Herhangi bir yeni pilotun gerçek bir uçağa uçmasına izin verilmeden önce, önce simülasyonda denenmesi gerekir. Sadece simülasyon testini geçerse gerçek bir uçağı uçurabilir. Bu nedenle her havacılık okulunun VR uygulaması geliştirme şirketi vardır.
- Tıbbi Uygulama: Günümüzde cerrahlar, bir hastanın vücudunu kontrol etmek için sanal gerçeklik kullanıyor, böylece tümörlerin tam olarak nereye yerleştirildiğini belirleyebiliyor ve aynı zamanda hepsine nasıl en iyi şekilde erişebileceğini de belirleyebiliyor. Her büyük sağlık kuruluşu şimdi farklı tıbbi VR uygulamaları geliştirmek için bir VR uygulama geliştirme şirketi ile birlikte çalışıyor. Öğrenci cerrahlara işlemleri nasıl gerçekleştireceklerini öğretmek için kullanılan birkaç tıbbi VR uygulaması vardır. Bu nedenle, bir öğrencinin simülasyonda iyi performans göstermesi durumunda yalnızca gerçek bir operasyonu gerçekleştirmesine izin verilebilir.
- Filmlerin İzlenmesi: Artık birçok sinema filmi izlemeden önce VR kulaklıkları izleyicilere dağıtıyor. VR kulaklıklarıyla izlendiğinde filmler çok gerçek ve ilgi çekici. Tüm filmi etkileyici yapmak için, bazı sinemalar sinema salonunun farklı yerlerine ağır hoparlörler yerleştirir. Bu nedenle, hoparlörler ve kulaklıklarla sunulan görüşmeler toplu olarak çok sürükleyici bir deneyim sunuyor. Aslında, filmin bir parçası olduğunuzu hissetmenizi sağlar. Bu, korkutucu filmlerin VR platformunda görüntülendiklerinde 5 kat daha korkutucu olmasının temel nedenidir. Korkunun yanı sıra, endişe ve gerginlik de VR platformlarında iki katına çıkmaktadır.

- Otomobil Dünyasında: Hemen hemen her otomobil üretim şirketinin artık kendi VR uygulaması geliştirme şirketi var. Sanal gerçeklik teknolojisi ile önerilen bir otomobilin prototipinin 3 boyutlu görüntüleri, fiziksel otomobil üretilmeden önce ilgili tüm otomobil mühendisleri tarafından görüntülenebilir ve değerlendirilebilir. Bu teknoloji, motorun, dışın ve hatta iç kısımların değerlendirilmelerini sağlar, böylece otomobil üretilmeden önce tavsiyelerdebulunabilirler. Bu, düzeltmeler yapılmadan önce bir prototip üretmek zorunda kalmaktan daha uygun ve ucuzdur. Ford'un teknolojiyi uygulayan ilk otomobil imalat şirketi olduğu söyleniyor. Toyota'da bu akımı takip etti ve diğer bazı imalat şirketleri de sonrasında bu büyük çoğunluğa katıldı.
- Askeri Eğitimde: Sanal gerçeklik şimdi askeri eğitime uygulanmaktadır. Bu daha ucuz, daha kullanışlı ve öğrenmeyi daha eğlenceli hale getiriyor. Sanal gerçeklik platformlarında çeşitli savaş senaryoları simüle edilebilir ve her durumun nasıl ele alınacağı konusunda askerler eğitilir.
- Video Oyunlarında: Sanal gerçeklik platformu üzerinden oynandığında video oyunları çok daha ilginç. Daha ilgi çekici ve daha sürükleyici ve hepsinden önemlisi daha zorlayıcı ve bağımlılık yapıyor. Cihazınızdaki oyunlar, VR oyunlarında karşılaşacağınız kadar size asla eğlence veremez. Bu yüzden birçok insan hala cihazlarında beş oyundan fazlasına sahipken oyun evlerine gitmeyi tercih ediyor. Video oyunlarının yanı sıra, sanal gerçeklik eğlence için kullanılabilecek çeşitli yollar vardır. Universal Studios, sanal turlarıyla sınırsız eğlence sunuyor. Yolculuktaki bazı sahneler VR kulaklık gerektirirken, diğerleri olmaz.
- Müzelerde: Bazı müzeler, koleksiyonlarını farklı sanal gerçeklik platformlarına yükledi. İhtiyacınız olan tek şey hem VR kulaklığına hem de platformlardan birine erişmek. Müzelere günün her saatinde evinizin rahatlığından erişebileceksiniz. Bu gerçek kolaylıktan başka bir şey değil. Başka bir kıtada olsanız bile, müzeye hala erişebilirsiniz. VR kulaklığınızdan bir müzeye erişerek ne kadar zaman ve maliyetten tasarruf

edeceğinizi hayal edin. Şu anda sadece birkaç müze koleksiyonlarını VR platformlarına yükledi, ancak birkaçı da onların yüklemesini yapıyor. Örneğin, Londra'daki British Museum koleksiyonlarını yükledi ve aynı zamanda müzede sanal bir tur başlattı (https://wearesocial.com/, Erişim tarihi: Temmuz 17, 2018).

Sanal gerçeklik kavramı ve teknolojisi yeni olmasına rağmen toplumların yaşayışlarına büyük etki etmektedir. Tıp, sanat, eğitim ve daha birçok alanda hızla yeni kullanım alanları oluşturulmaktadır. Sanal gerçeklik teknolojisi önceden uzun zaman ve uğraş gerektiren birçok alanda hızlı ve kolay yöntemler geliştirilmesine yol açmıştır. Çok uzakta yaşan bir insanın veya maddi yeterliliği olmayan ve sanatı takip etmek isteyen bir birey günümüz teknolojisi sayesinde bir tık uzaklığında bu gerçekliğe ulaşabilmektedir. Sanal gerçeklik teknolojisi ile dünyayı algılama biçimi de büyük değişikliğe uğramaktadır. Yeniden üretilen gerçekliğin her alana yayılması ile olumlu birçok gelişmenin olmasının yanı sıra insanların iletişim kurma yöntemlerinde yarattığı büyük değişimlerle de araştırma konusu olmaktadır. Türkiye'de sanal gerçeklik teknolojisi nispeten yeni olmasına karşın toplumsal algıda büyük çapta bir değişikliğe yol açmış ve şu an dünyanın birçok yerinde olduğu gibi toplumumuzda da iletişim ve kültür algısı sanal bir gerçeklikle yeniden üretilmiştir. Yaşam tarzı, ilişkiler ve iş-çalışma yapısı bu gerçeklerle tekrar oluşturulmakta ve sürekli değişim devam etmektedir.

Sanal gerçeklik hala yeni fakat en önemli kavramlardan biridir. Sanal ortamlar aracılığıyla insan etkileşimi kaçınılmazdır. Yakın gelecekte "dijiseksüellik" olarak adlandırılan, cinselliğini ağırlıklı olarak sanal dünya tarafından karşılayan insanların çoğunlukta olacağı bir dönem olacaktır. Şirketler şimdiden mümkün olan en gerçekçi robotik arkadaşı yaratmaya çalışmaktadırlar. En gerçekçi olan robotik seks bebeklerini yaratmak için yarışarak 15.000 €'dan daha fazla fiyata satmaktadırlar. Pornografi kanalları artık kulaklık kullanarak erişilebilen 3D içerik sunarken, 3dx Chat gibi çevrimiçi rol yapma oyunları insanların birbirleriyle cinsel olarak etkileşime girmesini sağlamaktadır. Robotlar son zamanlarda Westworld, Humans ve Ex Machina gibi yapımlar ile ekranlarda giderek görünür hale gelmiştir. (http://www.telegraph.co.uk/ (Erişim tarihi: Temmuz 3, 2018)).

Baudrillard yaşantısının çok kısa bir döneminde, internete ve kısmen de olsa sosyal medyaya tanık olmuşsa da sosyal medya hakkında analizlerde bulunmamıştır. Baudrillard'ın sosyal medya analizleri onun medya analizlerinden, simülasyon ve tüketim toplumu kuramı ile kitle kuramı üzerinden yapılabilir. Baudrillard'a göre gerçeklik yerini simülasyonlara bırakmıştır. Ona göre sosyal medya gerçeklik ilkesini gerçekliğini yitiren bir toplumsal yaşamın sanal teknolojiler yardımıyla bir tür sanal yaşama dönüşmesidir (Adanır, 2016, s.117).

İnternet ve mobil iletişim teknolojilerindeki son gelişmeler, insan sosyal etkileşimi tarzında önemli bir değişime yol açmıştır. Bireyler sahte profillerin arkasına gizlenerek, sosyal medyada yeniden oluşturduğu gerçekliğiyle yeni bir kimlik oluşturmuştur. Daha sonra ilgili bir soru ortaya çıkaran bir gerçektir: Bu teknolojiler, kişilerarası yakınlık deneyimini ve refahla ilişkisini nasıl etkiler? Çalışmanın özetinde belirtildiği gibi, çevrimiçi sosyal etkileşimlerdeki yakınlık araştırması hala ilk aşamalarında olmasına rağmen, bu bağlamda bir çevrimiçi mahremiyet biçiminin yaşanabileceği konusunda genel bir fikir birliği vardır.

Internet kullanıcıları siber uzayda yaşamaktadır. Siber uzay interneti oluşturan bilgisayarlardan oluşan küresel bir ağın biçimlendirdiği etkileşim mekanı anlamına gelmektedir. Siber uzayda kişiler artık insanlar olarak değil, birbirlerinin ekranındaki mesajlar olarak görünmektedirler (Özener,Pak, Erdem, 2002, s:15).

Kullanıcıların kimliklerini tanımadıkları e-postalar dışında, internette kimin gerçekten kim olduğu, cinsiyeti ya da dünyanın neresinde olduğu konusunda kimse emin olamamaktadır. Örnek olarak, çok meşhur bir karikatürde bir köpek bilgisayarın önünde oturmaktadır. Alt yazıda şöyle yazmaktadır; "Internet hakkındaki en harika şey kimsenin sizin köpek olduğunuzu bilmemesidir" (Giddens, 2005, s.468).

WWW'ın sağladığı gizlilik, siber kültürün bir diğer önemli unsurudur. Bireyler rutin olarak ekran isimleri oluşturur ve bazı durumlarda, fiziksel dünyada yansıttıklarından farklılaşabilecek veya değişmeyebilecek çevrimiçi kişilikleri

oluşturmaktadır. Yine, bu özellik bir nimet veya bir lanet olabilir. Bir yandan, anonimlik, dışlanmış veya yalıtılmış hissedebilen ve fiziksel dünyada pratikte sınırsız olabilecek topluluklarda yer alan topluluklarda yer alan bireylere yer sunar. Öte yandan eleştirmenler, anonimliğin, bireylerin çevrimiçi olarak kabul edilemez, hatta yasadışı veya yıkıcı faaliyetlerde bile olsa, çevrimiçi olarak kabul edilemeyecek sosyal davranışlara maruz kalabilecekleri bir kötülük kültürünü desteklediğini belirtmektedir.

İnternet Derneği, siber dünyadaki sanal toplulukların, dünyanın acı çektiği akut kimlik krizini tedavi etmeyeceğini belirtmektedir. Sanal toplulukların ortaya çıkmasına ve İnternet iletişiminin anonim niteliğine rağmen, dünyanın sayısız etnik, dini, ulusal, cinsel ve ideolojik bölümünün siber-kültür ve internet çalışmaları sonucunda ortadan kalkması pek olası değildir. Daha ziyade, bu çevrimiçi toplulukların daha geniş bir kültürel matriste, daha karmaşık bir sosyal yapıdaki bir başka iplik olarak daha geniş bir yol bulabilmeleri olasıdır.

Siber kültür, yalnızca uluslar arasında değil, aynı zamanda fiziksel alanla ya da siyasi ve sosyal koşullarla ayrılmış gruplar ve bireyler arasında sınırları ve engelleri yıkmaktadır. Bazıları internet'in, fiziksel dünyada var olandan daha karmaşık bir ilişki duvar dokusunu desteklediğini savunmaktadır.

Ancak, şüpheciler internetin tanımlarını ve konumlarını değiştirmenin yanı sıra sınırları ortadan kaldırmayacağı konusunda uyarmaktadır. İnternet, bir kişiyi diğerinden ayıran fiziksel sınırlar yerine, bu eleştirmenlerin iddia ettiği gibi, İnternet kullananlar ile çevrimiçi olmayan ya da kullanamayanlar arasında bir sınır belirlemektedir. Bu dijital bölünme, sosyal aktivistlere ve politika planlayıcılarına ve bölünmeyi gelecekteki pazarlama stratejileri için bir duraklama olarak gören işletmelere olan ilgiyi arttırmaktadır.Siber kültür, teknoloji uzmanları için uzmanlaşmış bir alan olmaktan ve sosyal değişimi, ekonomik ilişkileri, politik politikayı ve kültürel hayatı yönlendiren bir güce doğru sürüklendikçe büyümektedir. Eğer siber kültür, baskın kültürdeki gündemi

giderek daha fazla belirlerse, dijital uçurumun yanlış tarafında olanlar, kaçınılmaz olarak kendilerini yaşadıkları toplumlardan daha izole ve yabancılaşmış olarak bulacaklardır.

İKİNCİ BÖLÜM

2. SANAL İLİŞKİLER VE SOSYAL MEDYA ORTAMLARI

Bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT), insanların mesleki ve kişisel yaşamlarında iletişim kurma biçimini derinden değiştirdi ve bir ağ topluluğuna dayalı yeni ilişkisel modeller yarattı (Borcsa & Pomini, 2017, s.87).

1970'lerde başlayan ve 1990'lardan sonra hızla devam eden internet kullanımı, web sitelerinin, portalların yaygınlaşmasıyla kullanıcı sayısını artırmış, 2000'li yıllarda sosyal medyanın işlerlik kazanmasıyla her kesimden insanı ilgilendirecek noktalara ulaşmıştır. Günümüzün sanal ortam kullanıcıları tarafından bir alışkanlık haline gelen sosyal medya kullanımı, her kültürden ve her kesimden geniş kitlelerin, sosyal taleplerine yanıt vermektedir. Yeni iletişim ortamlarının gelişmesi, her kesimden bilgi iletişim teknolojilerine olan ilginin artması, sosyal medyanın gücünü artırmakta, sosyalleşme kavramına da yeni bir boyut kazandırmaktadır. Sosyal medya, sürekli güncellenebilmesi, çoklu kullanıma açık olması, sanal paylaşıma olanak tanıması vb. açısından en ideal mecralardan biri olarak kendini göstermektedir. İnsanlar sosyal medyada günlük düşüncelerini yazmakta, bu düşünceler üzerine tartışabilmekte ve yeni fikirler ortaya koyabilmektedirler. Ayrıca kişisel bilgilerinin yanında çeşitli fotoğraflar, videolar paylaşabilmekte, iş arayabilmekte ve hatta bulabilmekte ayrıca sıkılmadan sanal ortamda yaşayabilmektedirler. Bu durum gün geçtikçe tüm dikkatlerin bu alana yönelmesine sebep olmakta ve yenilenen sanal dünyaya yeni bir kavramsal çerçeve çizmektedir (Akıncı, 2010, s.33-49).

Bu çerçevede internet, artık bizim sadece kullandığımız bir araç değil, aynı zamanda ilişki kurduğumuz, karşısında pozisyon aldığımız bir özne haline gelmiştir. Kendi kendini besleyen bu karmaşık ağ, kendi doğası gereği sürekli bir eylemlilik içindedir. Katılımcılarının eliyle sürekli güncellenen ve adeta insanın

yeni bir eklentisi haline gelen siber ortamlar, gelişmiş bir teknoloji ürünü olmanın ötesinde kendine özgü kuralları, dilleri, alışkanlıkları, haritaları olan bilişsel ve sosyal bir uzam olarak karşımıza çıkmaktadır. Sanal ortamlarda var olmanın ve kimlik olgusunun gerçek dünyadan farklı olduğu, gerçek yaşama ait kültür ile sanal kültür arasında bir kopukluk, bağlantısızlık ve birbirini anlayamayacak ölçüde farklılaşma olduğu açıktır. Sanal kültür, gündelik yaşam alışkanlıklarını da değiştirmektedir. Özellikle okuma, yazma ve yüz yüze iletişim kurmak gibi eylem biçimleri giderek ortadan kalkmaya ya da biçim değiştirmeye başlamıştır. Ve zaman, gerçek yaşamın ve kültürün aleyhine, sanal yaşam ve sanal kültür lehine gelişmektedir. Burada sorulması gereken en önemli soru, artık gerçek yaşama alternatif bir varoluş ve yaşama biçimi haline gelen sanal ortamlara dâhil olmayı, bu kültürü benimsemeyi insanlar açısından cazip kılan unsurların neler olduğudur. İrdelenmesi gereken diğer konular ise sanal kültürün nasıl bir insan modeli ortaya çıkardığı ve sanal kimliklere sahip insanların oluşturduğu bir toplumun yarattığı ve yaratacağı/muhtemel sonuçlardır. Birçok sosyal bilimci, çağımızda yaşanan hızlı değişim sürecinin yeni psikolojik sorunlar ortaya çıkardığını ve dolayısıyla küresel tüketim toplumuna bakışta psikolojik boyutun ihmal edilmemesi gerektiğini vurgulamaktadır (Işık, 2012, s.210-212).

Yeni dijital teknolojiler birbirimizle iletişim kurma ve ilişki kurma yöntemlerimizi değiştirdi, ancak dijital teknoloji sağlık ve eğitim hizmetlerimizde olduğu gibi birçok pratik sosyal aktivite üzerinde de güçlü bir etki yaptı. Fakat BİT nedir? Diğer teknoloji biçimlerinden nasıl ayırt edebiliriz? Bir elektrikli süpürge ve bir dizüstü bilgisayar, her ikisi de teknolojik araçlardır, ancak her biri birbirini etkileyen farklı işlevlere sahiptir. Bu nedenle, BİT'leri diğer teknolojik nesnelerden ayırabileceğimiz işlevi ve sosyal etkisi. BİT'in evrensel bir tanımı olmamasına rağmen, bu terim genellikle dijital bir dünya dediğimizle bütünleşen tüm cihaz, sistem ve uygulamalarla ilişkilidir ve bireylerin ve kuruluşların (şirketler, devlet kurumları, vb.) dijital ortamda daha fazla iletişim kurmasına olanak tanımaktadır.

Dijital teknoloji yeni kültürel, sosyal ekonomik ve politik boyutlar sağlamıştır. Bilgisayarın tanıtılması (yeni medyanın temel teknolojisi) ve daha

sonra internet, bir toplumun bir ağda gelişmesini ve oluşmasını mümkün kılmıştır. İnternet, başlangıçta hesaplama ve askeri amaçlarla ilgili işlevler için belirli nesnel faaliyetlerin hizmetinde olduğu düşünülüyordu. Sadece 90'larda bir iletişim ağı olarak anlaşılmaya başlandı. 1998'de, Google doğdu ve oradan, bloglar gibi interneti karakterize eden diğer platformların lansmanı yapıldı. 2000'lerin başlarında hızlı ilerledi ve yeni bir sosyal dinamik olan sosyal platformların hayata geçirilmesini sağlayan ilk platformların yükselişini görüyoruz. Yani, internet muazzam bir iletişim haline gelmiyordu ve kişilerarası olduğu anlamına gelmekteydi.

Eşzamanlı olarak, bilgisayarın evrimi ve bunun sonucunda bilgisayar aracılı bir iletişim, bireylerle daha iyi ve daha iyi bir etkileşime izin veren fonksiyonlara sahip yeni mobil cihazların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Günümüzde, birçok hizmet (Mesaj servisi, sohbet odası, çevrimiçi tanışma siteleri vb.) Ve farklı uygulamalara erişmemizi sağlayan benzersiz bir mobil cihaz (Dizüstü bilgisayarlar, tabletler ve akıllı telefonlar) üzerinden internete erişebiliyoruz. Tinder, Badoo.com vb. internet ile her şey bir tık ötededir.

İnternet ve onun evrimi, insanlarla tanışmanın yeni yollarını, başka hiçbir şekilde karşılaşmamış olabilecekleri ve bireyler arasında yeni iletişim yöntemleri potansiyelini ortaya çıkardı. Birisi herhangi bir şey aramak için internete erişebilir ve en çok da onu bulacaktır: bir ilişki, bir arkadaş ya da sadece basit bir cinsel karşılaşma. Kendisini yeni bir sosyalleşme alanı olarak ilan etmiş, bireylerin en çok çeşitlilikte ilişki için diğer bireyleri aradığını, sevgiyi sevmenin ya da sevmemesini istemiştir.

Basit bir tedarik ve talep ilkesini izleyerek giderek artan çevrimiçi arkadaşlık siteleri ve arkadaşlık uygulamalarına geri dönüyoruz. Ruh eşi veya sadece birisini seçmek için bu hizmetleri arayan ve kullanan birçok kişi türü. Bu hizmetler, kullanıcılara seçim yapmalarına izin verme ve kendi büyüleyici prensini, mavi gözlü kendi klişelerini uzaklardan veya kısa mesafeden bulmalarına olanak tanır. İnsanlar bu romantik arayışta daha seçici olurlar. Doğru insan için dünyanın dört bir yanından avlanmak mümkündür. Bununla

birlikte, bekarlar 23 mil uzakta yaşayan bir partnerle tanışmayı tercih ediyor. Ancak bir karşılaşmadan önce sanal konuşmalar ve toplantılar gelmektedir. İnternetin bireyler arasındaki seni tanıma sürecine girmesini mümkün kıldığı doğrudur. Çevrimiçi arkadaşlık profilleriyle, bireyler, bir başkasının tercihlerini aramalarında bir dizi özelliği basitleştirebilir. Online randevuda, kaybedecek zaman yok. Artık bir sevgili bulmak daha önce hiç olmadığı kadar hızlı ve daha ucuz olarak görülmektedir.

Sosyal medya, kendileri hakkında bilgi verebildikleri diğer kişilerle bağlantı kurup iletişime geçebildikleri, çeşitli paylaşımlar yapabildikleri açık ve kapalı profillerini gösterebildikleri web tabanlı hizmetler olarak tanımlanmaktadır (Ayan, 2016, s. 19-20).

Sosyal medya olgusu, toplumun var olma biçimini ve iletişim kurma şeklimiz üzerindeki etkisini tartışmasız olarak büyük ölçüde değiştirmiştir. Tinder ve Skype gibi bağlantı uygulamaları, insanların buluşma ve iletişim kurma biçiminde devrim yarattı. Facebook ve Skype gibi platformlar, kullanıcıların yakın ve sevdiklerinize bağlı kalmasını sağlamaktadır. Dünyanın bir tarafındaki bir kişi birkaç saniye içinde anında diğerine bağlanabilir. Dahası, insanlar yeni dostluklar bulmakta ve hatta belki de sevmektedirler.

Örneğin Tinder, 2012'de başlatılan bir randevu uygulaması, kullanıcıların romantik ortaklar bulmalarına yardımcı olmaktadır. Çevrimiçi buluşma (hatta sosyal medya) kavramı tamamen yeni olmasa da, erişimi bugün eskisinden çok daha fazla uzanmaktadır. Maçların daha geleneksel bir tarzda yapıldığı ve ağ üzerinden ilişkiler arayan insanların umutsuz olduğu görülmüş, bu yüzden çevrimiçi buluşma kaşlarını çattıran birkaç nesilden farklı olarak, bugünün bakış açısı çok farklı. Sosyal olarak daha kabul edilebilir ve oldukça yaygındır; ABD nüfusunun neredeyse yarısı ortama Tinder kullanmakta ya da kullanan birini tanımaktadır(www.statista.com/ Erişim Tarihi:20 Ağustos 2018).

Sosyal medya, kişisel çıkarların yanı sıra, markaların tanıtımını yapma, tüketicilerle bağlantı kurma ve hatta iş bulma imkanı gibi profesyonel avantajlar

da sunmaktadır. 2003 yılında başlatılan profesyonel bir ağ sitesi olan LinkedIn, kişilerin çevrimiçi bir iş profili oluşturmasına ve iş arkadaşlarıyla bağlantı kurmasına izin vererek kariyeri güçlendirmeyi amaçlamaktadır. 200'den fazla ülkede aktif olan bu site, 380 milyondan fazla kullanıcıya hitap etmekte ve bu da LinkedIn'i bugün kullanılan en popüler ağ sitelerinden biri haline getirmektedir (www.statista.com/ Erişim Tarihi:20 Ağustos 2018).

Milyarlarca anında erişilebilen dijital bir ağda, bazı engeller aşılmakta ve yoğunlaştırılmaktadır. Örneğin coğrafi engeller, iletişim teknolojisi sayesinde esasen varolmaz. İnternet bağlantısı ve sosyal medya hesabı olan herkes, gittikçe büyüyen sanal alan dünyasına katılabilir ve bir bağlantı kurabilmektedir. Twitter, Snapchat, Vine, Pinterest veya başka herhangi bir sosyal ağ sitesi, benzer kişilerle bağlantı kurma fırsatları ya da fazlasıyla yeterli değildir.

Sosyal medyanın sunması gereken tüm kazanımlara rağmen, her şeyin göründüğü kadar iyi ve karamsar olmadığını kabul etmek gerekmektedir. Örneğin, çevrimiçi toplulukta kendini beğenmiş ve kabul edilmiş hissetme ihtiyacı içinde, insanlar çoğu zaman kimliği belirsizliğin verdiği kimliğin arkasına saklanır ve çarpık benlikler imgeleri oluşturmaktadır. Ortaklıklar arayanlar için, yüzeyde görünebilecek olanların gerçek olmaktan uzak olabileceğini anlamak önemlidir. Bazı insanlar mutlu ve başarılı bir yaşamı yansıtmak için maske takar ve bu da daha sonra güvensizlik ve kendine güven duygusunu azaltmaktadır. Takipçileri, arkadaşları ve diğer çevrimiçi üyeleri etkileme ihtiyacı da derinlemesine koşabilir ve böylece gerçek kişiyi çevrimiçi temsillerinden uzaklaştırmaktadır. İçeriden kendinden emin ve güvenli olmaktan ziyade, gariplik duygusu, takipçilere, arkadaşlara ve benzerlerine göre dışarıdan kaynaklanıyor gibi görünmektedir.

Bu sebeple sanal ilişkilerin, özellikle Twitter, Instagram ve Facebook üzerinden olan ilişkilerinin rekabet ile ilgili olduğu görülmektedir. Bir gönderi kaç tane yeniden tweet attı? İnsanın kaç takipçisi ve arkadaşı var? Bağlantının kalitesinden bağımsız olarak daha geniş bir izleyici kitlesine ulaşma arzusu önemli görünmektedir. Tabii ki, bu platformları kullanan herkes böyle bir zihniyetin kurbanı değildir.

Ek olarak, gerçek olanların pahasına gerçekleşen sanal ilişkiler yüzeysel ve engelleyici olabilmektedir. İlki, hiçbir şekilde ikincisine hükmetmemelidir. Ne kadar sıklıkla mesaj atarken gülümserken ve sosyal bir olaydan tamamen çekilirken birini gördünüz? İnsanlar için, fiziksel yakınlık, samimiyet ve dokunma hepsi ilişkilerde önemli bir rol oynamaktadır. Ancak, sanal bağlantılara, bireyleri çevreleyenlerden daha fazla dikkat ediyor gibi görünmektedir.

Etrafımızdaki dünyadan ayrılmadan sosyal medyaya olan artan bağımlılığımızla nasıl savaşabiliriz? Denge. Sosyal medya teklifleri tamamen yeni bir dünyaya kaçarken, çevrimiçi iletişimden tamamen uzaklaştığımız ve yaşamamız gereken dünyadır. Bağlantının ne kadar gerçek göründüğüne bakılmaksızın, sanal ilişkiler çok ihtiyaç duyulan insan bağlantısını sunmuyor hepimizin ihtiyacı var. Sosyal medyanın gerçekten de sağladığı faydalardan yararlanmayı öğrenmek, ondan sağlıklı bir mesafeyi koruyarak geliştirmemiz gereken bir beceridir.

Artan sayıda insan çevrimiçi siteler aracılığıyla ilişkileri kurup sürdürdüğü için, sanal ilişkilerin geleceği parlak görünüyor. Çevrimiçi buluşma ve arkadaşlıklar ana kültür kültürüne iyi bir şekilde entegre olacak (zaten olmadıklarından değil!) Ve her türlü sebepten dolayı ortaklıklar aramaya seçim, özellikle iletişim teknolojisi yayılmaya devam ettikçe geniş olacaktır.

Günümüzde toplumun akıllı telefonlarına veya başka bir elektronik cihaza nasıl yapıştırıldığını görünce, bu bir şok kadar gelmez. Bununla birlikte, insanların gerçek etkileşimlerden tamamen kopabileceği gerçeği düpedüz dehşet vericidir. Görebildiğimiz tüm teknolojik gelişmelere rağmen, dokunma ihtiyacı asla değiştirilemez. Ne de olsa, bu temel bir insan ihtiyacı. Metinler, ifadeler ve çevrimiçi videolar, yalnızca otantik insani temasın yerini almaz.

Paradoks, her zamankinden daha bağlantılı olmasına rağmen, bugünün bağlantısının en zayıf durumda olduğu görünüyor. Sanal ilişkiler güçlenirken, ironik olarak toplumsal tecrit de bulunmaktadır. Çevrimiçi dostluklar, birçok açıdan kesinlikle değerli olsa da, bize derin ve uzun süreli duygusal yakınlık için

fırsatlar sağlama kabiliyetinden yoksundur. Sanal bağlantılar arttıkça, gerçek bağlantılara duyulan ihtiyaç da gerekmektedir.

Çalışma kapsamında Tinder, Instagram, Twitter, Facebook ve Badoo sosyal mecraları hakkında araştırma yapılmıştır. Bunun sebebi direkt olarak ilişki kurmaya yönelik sosyal mecralar olmalarıdır. Bu mecralar üzerinden sanal ilişkiler kurulmaktadır. Günümüz ilişki anlayışının ne boyutta dijitalleştiğini anlayabilmek için ilişki kurma amaçlı açılan ve kullanılan sosyal mecralar hakkında bilgi verilmektedir.

1.1 Dijiseksüalizm

Sanal gerçeklik hala yeni fakat en önemli kavramlardan biridir. Sanal ortamlar aracılığıyla insan etkileşimi kaçınılmazdır. Yakın gelecekte "Dijiseksüellik" olarak adlandırılan, cinselliğini ağırlıklı olarak sanal dünya tarafından karşılayan insanların çoğunlukta olacağı bir dönem olacaktır. Şirketler şimdiden mümkün olan en gerçekçi robotik arkadaşı yaratmaya çalışmaktadırlar. En gerçekçi olan robotik seks bebeklerini yaratmak için yarışarak 15.000 €'dan daha fazla fiyata satmaktadırlar. Pornografi kanalları artık kulaklık kullanarak erişilebilen 3D içerik sunarken, 3dx Chat gibi çevrimiçi rol yapma oyunları insanların birbirleriyle cinsel olarak etkileşime girmesini sağlamaktadır. Robotlar son zamanlarda Westworld, Humans ve Ex Machina gibi yapımlar ile ekranlarda giderek görünür hale gelmiştir (http://www.telegraph.co.uk/ Erişim tarihi: Temmuz 3, 2018).

Keneth Maxwell'in kitabında belirtildiği gibi biyolojik bir bakış açısından cinsel bir yolculuk; yasak hakikatten siber sekse. "Cinsiyet bir geleceğe sahipse, geçmişte kök salmıştır, gelecekten cinsel ilişkiyi nasıl şekillendirdiğimizi, alışkanlıklarımızı, toplumsal yapımızı ve hepsinden önemlisi, hayatın kalitesini şaşırtıcı şekillerde değiştirmeyi hedeflemektedir." (Kenneth, 1996, s.153-158).

Birçok teknolojik gelişme sayesinde sesin elektronik olarak aktarılması, analog sesin görkemli güzelliğinin dijital bir biçime dönüştürülmesini mümkün kılmaktadır. Bu tür bir fenomenle, bu tür tercihleri çevrimiçi buluşmalarda

desteklenebilmektedir. Elektriksel dürtü, sanal gerçeklik ve seks oyuncakları ve seks bebekleri gibi diğer donanım yenilikleri, yeni bir samimiyet seviyesi olarak düşünülmektedir.

Dijital cinsiyetin bu yeni evreninde, cinsellik, sanal evrenin son seviyesi olarak düşünülmekte; öyle ki, bu evrende, daha önce de belirtildiği gibi, bir ruh eşini bulmak için tüm filtreler ve tercihlerin yanı sıra, tamamen kişiselleştirebilme yeteneği dolayısıyla bu seçim ile sonuçlanmaktadır.

Cinsel yönelimlerin sözlüğü, maneviyat ve sağduyulu olma kavramlarının üzerinde durmaktadır. Ancak uzmanlara göre, yakında dijiseksüellerin yükselişini görülerek, cinsel iştahı ağırlıklı olarak sanal dünya tarafından karşılanan insanlar çoğunlukta olacağı düşünülmektedir. Siber dünyada, birçok şirket tek bir hedefe ulaşmak için gayret göstermektedir, toplam tutulma. Oyunlarda görülen, yazılım programları, tasarımcılar, yaratıcılar ve mühendisler, kullanıcıya en iyi tutulma deneyimini sağlamaya çalışmaktadırlar. Fütüristik bilimkurgu filmi Yıkım Adamı'nda, cinsel ilişkiden fütüristik bir biçimde kullanılan donanım kullanan beyin darbeleriyle cinsel ilişkide bulunulduğu bir sahne bulunmaktadır. Dijital seks dünyası, aynı ilkeleri, Kanada, Winnipeg'deki Manitoba Üniversitesinin bir raporunda da takip etmektedir (http://www.telegraph.co.uk/(Erişim tarihi: Temmuz 3, 2018).

Yapay zeka bebekleri veya sanal seks bebekleri ile ilgili derinliklere girmeden, sosyal ağlar üzerindeki insanların arasındaki kişilerarası ilişkilerin sınırlamaları olduğu bir gerçektir. Bir sanal veya fiziksel seks bebeği tamamen kişiselleştirme yeteneği, insanların elde edemeyeceği nihai cinsel fanteziyi gerçekleştirebilmektedir.

2.2 Catfishing

Son zamanlarda “Catfish” kelimesi yaygınlaşmaktadır. Teknolojik anlamda Catfish, tamamen dolandırıcılıktır. Bir kişinin sanal ortamda sahte bir kişi olarak kurbanlarına kendini inandırmaya ikna ederek insanları aldatmasıdır. Bunu daha çok Facebook başta olmak üzere birçok sosyal ağda yaygın olarak görmek

mümkündür. Örnek olarak kendini sosyal medyada kadın olarak tanıtıp arkadaş grupları oluşturarak kendine kitle oluşturmaktadır. Bu kitle aracılığı ile etkinlikler, tıklama veya dolandırıcılık gibi amaçlarını gerçekleştirmektedir. Catfish, sanal alemde bir nevi sahte kimliktir. Kimlik oluşturulduktan sonra internet ortamında irtibata geçtiği kişileri kendinin gerçek olduğunun algısını yüksek tutar. Bu şekilde davranarak amaç geniş kitlelere ulaşmaktır. Dolandırıcılık için de yaygın bir kullanımdır. Belli bir güvenden sonra size İnternet üzerinden dosya gönderme yolları ile insanlar dolandırılmaktadır. Catfish kurbanları genellikle var olmayan bir insan ile irtibatlı olmaktadırlar. Örneğin, bir kadın bir erkek model tipine aşık olduğunu düşündüğünde, bilgisayar ekranının arkasında erkek sandığı kişi genç bir kadın olabilmektedir. Catfishing hedef kitlesi çocuklara, gençlere, erişkinlere ve bayanlara yani herkese yöneliktir (https://www.sonsuzteknoloji.com/catfish-nedir/ (Erişim Tarihi:20 Ağustos 2018).

Kitle iletişim araçlarının gelişimi ve sanal teknolojilerin dağıtımı, yeni insan ilişkileri döneminin başlatılmasına yol açmıştır. Toplum ve insan ilişkilerinin tüm iletişim yöntemleri günümüzde tamamen farklı bir biçimde işlemektedir. Son on yılda hızla gelişen teknolojik araçlar gündelik hayatın doğal bir parçası haline gelmiştir. Yeni iletişim yöntemleri de beraberinde oluşmuştur.

Bilgisayarlar ve cep telefonları bireyler arasındaki etkileşimin merkezi haline gelmiştir. İnternetin sınırsız ve koşulsuz iletişim olanakları, fiziksel olarak yan yana olma ve insan ve sosyal yaşamda bir arada olma gerekliliğini ortadan kaldırmaktadır. Son 10 yılda dünyada neredeyse tüm kişisel ve sosyal iletişim internet üzerinden yapılmaktadır.

Her gün yeni bir iletişim programı gündelik hayatlara girmektedir. Cep telefonları mobil bilgisayarlar olarak kullanılmaktadır. Günümüzde cep telefonu basit telefon özellikleri, sınırsız internet iletişim programları ve sınırsız sanal programlarla dolu. İnternet teknolojisinin sağladığı sınırsız olanaklar, bireylerin özel hayatlarına doğrudan yansımaktadır. Bireylerin sınırsız iletişim kurabildiği bu dönemde, iletişim yeni bir deneyim merkezinde gerçekleşir. Birçok farklı iletişim programı ve uygulaması hayatın yeni iletişim formunu oluşturmaktadır.

Bu yeni deneyimlerden biri, sanal bir ortamda insanlar ve ülkeler arasında görsel olarak veya yazılı olarak iletişim kurmaktır. Son 10 yılda milyonlarca insan bu deneyimin bir parçası olmaktadırlar. Sanal sayfalarda, kendi profillerini oluşturan insanlar bu sanal ortamlarda iletişim kurar ve yaşarlar.

İnsanların kendi özelliklerini paylaştıkları profillerde herkes aranan özelliklere göre insanlarla bağlantı kurabilmektedir. Bu deneyim, insanların birbirlerini tanıması ve birbirlerine yaklaşması gereken zamansal ve mekânsal bağların gerekliliğini ortadan kaldırmaktadır.

Gerçek yaşam bağlamında sanal deneyimler ve sanal ilişkiler hakkında bazı noktalara dikkat çekilmektedir. Sanal profillerin insanlarının gerçekte kim olduğunu bilmek zordur. Bu profiller insanların gerçek kişiliği olmama olasılığı bulunmaktadır. Sosyal ilişkiler ve gerçeklikler hakkında düşünüldüğünde, bu iletişim araçlarının insanları doğal bağlantılarından ve etkileşimde özgüvenlerinden uzaklaştırdığını gözlemlenmektedir.

Bireyin hiç görmediği biriyle sanal bir ilişki yaşaması, bilmediği biri için hayali bir beklenti yaratmaktadır. İç dünyasını gerçek olmayan bir sanal ortamda paylaşmak, insanlığın doğal duygularının erozyona ve bozulmaya başlamasına yol açmaktadır.

2.3 Instagram

Instagram ise tam anlamıyla biz Türklerin Lovemark'ı. Instagram kullanıcılarının tüm nüfusa oranına bakıldığında, dünyanın en çok Instagram kullanan ikinci ülkesiyiz. 33 milyonluk kullanıcı adediyle de adetsel bazda dünyada beşinciyiz (Doğanay, 2018, s.2).

Teknolojik yeniliklerin dinamik doğası nedeniyle, bireyler interneti kullanarak oldukça fazla zaman harcamaktadırlar. Sosyal medyanın kullanımı önemli ölçüde artmış ve bilindiği gibi internet çağında sürekli değişen teknoloji nedeniyle değişmektedir. Ayrıca, yeni uygulamaların geliştirilmesindeki artış,

insanların günümüzde sıklıkla sosyal medyayı kullanmasının nedenlerinden biri olmaktadır.

Statista'nın (İstatistik Portalı) bulgularına göre, Haziran 2018 itibariyle aylık aktif Instagram kullanıcı sayısı hakkında bilgi vermektedir. O aydan itibaren, mobil fotoğraf paylaşım ağı 2 Eylül 2017'de 800 milyon olan 1 milyar aylık aktif kullanıcıya ulaşmıştır. Uygulamanın dünya çapında en popüler sosyal ağlardan biridir. Instagram, kullanıcıların fotoğrafların yanı sıra videoları da düzenlemelerini ve paylaşmalarını sağlayan mobil bir sosyal ağdır. 2015 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde yaklaşık 77.6 milyondan fazla aktif Instagram kullanıcısı vardı. Bu rakamın 2019 yılında 111 milyonu aşması beklenmektedir. Instagram, gençler ve genç Millennials ile en popüler olanı. Bu, Instagram'ın kullanıcı tabanının yarısından fazlasının 18 ila 29 yaşları arasında olduğu ABD'de de geçerli. Genel olarak bakıldığında, kullanıcıların yüzde 41'i 24 yaş ve daha küçük. Instagram, Amerika Birleşik Devletleri'nde tercih edilen sosyal ağ olup, Twitter ve Facebook'u yenmektedir. Uygulamaların görsel doğası ve yüksek kullanıcı katılım oranı nedeniyle Instagram, aynı zamanda değerli bir sosyal medya pazarlama aracıdır (www.statista.com/ Erişim Tarihi:20 Ağustos 2018). Böylece, yakın gelecekte kullanıcıların sayısının artmaya devam etmesi düşünülmektedir.

Kullanıcılar Instagram gibi sosyal medya sitelerinin yükselişinde araçsal bir rol oynamaktadır, çünkü çoğu kişi Instagram ve diğer sosyal medya uygulamalarını birbirleriyle iletişim kurmanın bir yolu olarak kullanacaktır. "Generation Like: Instagram'da Karşılaştırmalı Özellikler" çalışmasında Jang "Sosyal medya, insanların geniş bir bilgi yelpazesine erişmesine, oluşturmasına ve bunlarla etkileşime girmesine izin verir" diye belirtmektedir (Jang, 2015, s.33).

Çalışmalarda sosyal medya kullanımının farklı yaşlar arasında nasıl değiştiğinden bahsedilmektedir. Örneğin, gençler ve genç yetişkinler sosyal medyayı yetişkinlerden daha sık kullanıyor gibi görünmektedir. Gençlerin sosyal medyayı yetişkinlerden daha fazla kullanmasının farklı nedenleri olmasına rağmen, sosyal medyayı iletişim aracı olarak kullanmak, gençlerin sosyal

medyayı yetişkinlerden daha fazla kullanmasının nedenlerinden biridir. Bu alanda yapılan araştırmalar, gençlerin genellikle Instagram gibi sosyal medya ortamlarını, diğer kullanıcıların deneyimlerinden ve bilgisinden daha fazla bilgi edinme yolu olarak kullandıklarını göstermektedir. Instagram, genç yetişkinlerin hayatlarında önemli bir rol oynar. Gençlerin ve yetişkinlerin neyin yeni olduğunu, neyin peşinde olduklarını, arkadaşlarının neler yaptığını keşfedecekleri bir yer olarak ve Instagram'ın anılarını, fotoğraflarını ve videolarını kendi beslemelerindeki anlık görüntüyü yakaladığı için, bu bireyle ya da topluluğa anında bir bağlantı sağladığını söylemektedir (Becker, 2016, s.2).

Becker tarafından yapılan diğer araştırmalar gösteriyor ki, araştırmaya katılanların %53'ü, platformun kim olduklarını tanımlamalarına yardımcı olduğunu söylemektedir (Becker, 2016, s.2).

Birçok gencin kim olduklarını ve kişisel çıkarlarını gerçekten anlamaları ortak bir konudur. Bu nedenle, Instagram gibi sosyal platformlar, bireysel özelliklerini ve kişisel çıkarlarını tanımlamada zorluk çekenler için özellikle yararlı sayılabilmektedir. Her ne kadar genç yetişkinlerin gerçek kişiliğini keşfetmek için benzer sorunlarla karşılaşmaları çok yaygın olsa da, 25 yaşın üzerindeki yetişkinler genellikle Instagram için eğlence amaçlı kullanmaktadır. Başka bir deyişle, bu alandaki çalışmalar, yetişkinlerin çevrimiçi videoları farklı ilgi alanları keşfetmek ve daha fazla bilgi edinmek için izlediklerini göstermektedir.

Farklı bir notta, yetişkinlerin gençlere kıyasla Instagram'da daha fazla bilgi ve fotoğraf yayınlama eğiliminde oldukları öne çıkmaktadır. Bunun ana sebebi, yetişkinlerin yayınlarının kaç tane beğeni veya yorum almasıyla ilgilenmemesidir. Öte yandan, özellikle de bir selfie gönderirken, yayınlarının yeterince beğeni almadığını düşünürse, gençlerin bir fotoğrafı kaldırma olasılığı daha yüksektir. Bununla birlikte, gençler, selfie yayınlamak için en yüksek birey grubudur. Nitekim, Dijital Dünya için Üçüncü Ebeveyn Koruma Ebeveynlik bulgularına göre, gençler tarafından yayınlanan selfie yüzdesi yüzde 26'dır. Oysa, yetişkinler tarafından yayınlanan selfie yüzdesi sadece yüzde 17'dir (World, 2015, s.5).

Dijital Dünya için Üçüncü Veli Koruyucu Ebeveynlik tarafından yapılan ek araştırmalar, gençlerin takip edenlerin sayısını artırmaya ve daha fazla tanınmaya daha fazla ilgi duyduklarını ortaya çıkarmıştır. Bu arada, yetişkinler daha fazla sayıda takipçiyi elde etmekle daha az ilgilenmektedirler (World, 2015, s.5).

Yetişkin Instagram kullanıcılarının sayısındaki azalma da mahremiyetin korunması zorluğundan kaynaklanmaktadır. Teknolojik ilerlemelerin ürettiği bilgi paylaşımının kaçınılmazlığı nedeniyle, dezavantajlar olduğu için çevrimiçi bilgi paylaşımının birçok avantajı vardır. Örneğin, günümüzde birçok kişi, diğer insanlarla çevrimiçi olarak tanışmanın bir yolu olarak farklı İnternet platformlarını kullanıyor. Çevrimiçi tarihleme teknolojinin gelişimi boyunca oldukça önemli ölçüde artmıştır. İnternette var olan farklı tanışma siteleri olsa da, sosyal medya platformları yaygın olarak tercih edilen iletişim araçları arasındadır. Gençlerin çevrimiçi buluşmalarını yetişkinlerden daha fazla kullanıp kullanmadığına dair özel bir çalışma olmamasına rağmen, gençlerin başkalarıyla iletişim kurmak için sosyal medyayı kullandıkları açıktır. Ancak bu, tüm yetişkinlerin potansiyel arkadaşlık bulmak için sosyal medya platformlarını kullanmadığı anlamına gelmemektedir. Tek fark, gençlerin diğer arkadaşlık uygulamalarına daha aşina olabileceği ve bu nedenle, Instagram, çevrimiçi olan tek arkadaşlık uygulaması değildir. Tamamen farklı sosyal medya platformları kullanılarak yapılabilecek arkadaşlıklar, her yaştan insan tarafından kullanılmaktadır.

İnternet'in kullanımı geliştikçe, daha fazla insan birbiriyle bağlantı kurmak için farklı sosyal medya sitelerini kullanmakla ilgilenmektedir. Instagram, farklı yaşlarda tüm insanlar arasında yaygın olarak kullanılan sosyal medya sitelerinden biridir. Bununla birlikte, gençler ve yetişkinler farklı nedenlerden dolayı sosyal medyayı kullanmakta ve kullanıcı sayısı, hangi yaş grubuna ait olduklarına bağlı olarak değişmektedir. Çağdaki farklılıklar Instagram gibi sosyal medya sitelerinin kullanılmasının nedeninin belirlenmesinde önemli bir rol oynasa da, ortak bir sebep de tüm dünyada olduğu gibi tüm dünyayla iletişim kurmak ve diğerleriyle bağlantı kurmaktır.

2.4 Twitter

Diğer sosyal ağların yanı sıra, Twitter'ın kendi küçük evreni bulunmaktadır. Twitter'ın çok basitleştirilmiş bir tanımı ana sayfasında bulunmaktadır: "Twitter şu anda dünyada neler olup bittiğini öğrenmek için bir yer. Müzik, spor, siyaset, haberler, ünlüler veya günlük anlarla ilgileniyor olsanız da, şimdi neler olduğunu görmek ve katılmak için Twitter'a gelin" (https://twitter.com/ Erişim Tarihi:20 Aralık 2018).

Yine de, daha akademik ve genelleştirilmiş bir kavram olan Twitter'ın, kullanıcıların güncelleme yaptıkları ve abone oldukları (bunlara 'takip' olarak adlandırılan) abone oldukları bilgi akışı için bir sosyal ağ yapısı ve bilgi ortamı sağlayan bir mikroblog hizmeti (veya platformu) olduğunu düşünülmektedir. Bu ortam için kullanılan anahtar kelimeler arasında tweet, hashtag, short url, reply, retweet ve mentiont bulunmaktadır.

2011'den bir çalışma, 140 karakter kısıtlamasına rağmen, Twitter'da yapılan bağlantılar, "Katılımcıların konuşmaları birbirinin iletişimsel davranışlarına yaklaşma eğiliminde olduğu psikodilist iletişim kavramı kavramını yansıtmaktadır". Bu çalışma, yayın akışının bu modeline uyum sağlayarak, kelime seçimi ile bir konuşma modelinin mümkün olduğu sonucuna varmaktadır. Bu analiz en başta Twitter'da bulunan kamu araçlarını kullanarak, doğrudan mesajlaşma ve DM'lerin mesajını bir kenara koyarak tweet ve cevap olarak gerçekleştirilmiştir (Hemant, 2013, s.23).

Kişilerarası bağlantılar oluşturmayı mümkün kılan başka bir Twitter aracı #hashtag'tır. Bu araç belirli bir şekilde kültürün bir parçası haline gelmektedir. Bir sosyal teknoloji uzmanı olan Chris Messina, bu fikri gündeme getirmiştir. Şimdilerde, buradaki etiketler, bu anahtar kelimeleri ararken başkalarının bulmasına ve izlemesine yardımcı olan bir konuyu veya temayı kategorilere ayırmak için kullanılmaktadır (Nations, 2017, s.4). Twitter'ın bir SNS'ye (Sosyal Ağ Sitesi) dönüşmesi, günlük yaşamlarının ayrıntılarını paylaşan yabancıları tanımanın bir yoludur.

Twitter'da her gün ve her geçen saniye kullanıcılar tarafından yaratılan sayısız enformasyon kitlelerin algılarında gerçeğin kendisinin tıpatıp benzeri olarak yaratılmış simülakrları oluşturmakta, bu gerçekliğin yerini alan simülakrlar sürekli yeniden üretilerek zamanla kitlelerin karşısında kendi tözünden yoksun sahip olduğu salt gerçekliği yitirmiş, hipergerçekleşmiş şeyleri oluşturmaktadır. Hipergerçeklik, tözden yoksun şişirilmiş bir gerçeklik -Baudrilard'ın tanımıyla için için kaynayan bir gerçeklik- yaratılmasına neden olmaktadır. Şişirilmiş gerçeklik kitlelerde hangi olayın gerçek, hangi olayın sahte olduğunun kavrayışını ortadan kaldırmakta dolayısıyla bireyler tarafından yaşanan gündelik olaylar ve durumlar zamanla anımsanamamaktadır. Kişinin doğrusal zaman algısındaki mevcut durumu kavrama yetisi, gittikçe bu kendini devamlı değiştiren enformasyon yaratımı ve üst üste yığılan tonlarca bilgi ile doğal olarak bir kesintiye uğrayacaktır. Kitlelerin algısında oluşan bu kesinti sayesinde küresel aktörler, insanları kendileri tarafından belirlenen doğrulara daha kolay bir şekilde inandıracaklardır. Çağımızda yönlendirilen kitlelerin çoğunda bu anımsayamama durumunun bir sonucu olarak olaylar ve kavramlar arasında ilişki kuramama ve birbirlerinden bağımsız gibi düşündükleri olaylar arasında -ki bu olaylar çoğu zaman birbiriyle bağıntılı- bağlantı kuramama sorunsalını ortaya çıkarmaktadır. Tıpkı George Orwell'ın 1984 adlı romanında sürekli olarak değiştirilen ve sürekli olarak her gün sistem ideolojisi tarafından kendi çıkarına yönelik hem geçmişe hem de şu an'a dair yeniden oluşturulan haber manşetleri ve içerikleri nasıl roman kahramanı Winston'da kimin kimle savaştığı durumunu anımsayamamasına neden oluyorsa bu gün de aynı durum Twitter'n yarattığı devasa enformasyon sayesinde insanlara yapılmaktadır (Öngen, 2017, s.11-12).

2.5 Facebook

Facebook, Facebook.inc'e aittir ve internet üzerinden arkadaşlarınızla sosyal medya etkileşimi sağlayan Mark Zuckerberg tarafından kurulmuştur. Kişiler sohbet edebilir, video konferans yapabilir, dünyanın her yerinde daha fazla yeni insan hakkında bilgi sahibi olabilmektedir. Hindistan, ülke başına 270 milyon, ABD'yi ise 240 milyon kullanıcı ile listeye girenlerin başında gelmektedir (Gupta, 2018, s.6).

Facebook hem dünyada hem de Türkiye'de kullanıcı sayısını her geçen gün arttırmaktadır. An itibariyle 51 milyon kullanıcı ile dünyanın en çok Facebook kullanan 9. ülke Türkiye'dir (Doğanay, 2018, s.3).

Çevrimiçi sohbetler, Facebook ile kullanıcı arasında bir iletişim kanalı oluşturmaya yardımcı olmaktadır. Herkes Facebook'ta bir çevrimiçi mağaza açabilmekte, ürünlerini veya başka bir şeyi tanıtabilmektedir. Bireyler işletmelerini tanıtma ve yasal çevrimiçi trafiği ile Facebook online mağazalarını bir web sitesi haline getirmektedirler. Bir akıllı telefon aracılığıyla arkadaşları ile birlikte birçok etkileyici oyun oynanabilmektedirler. Facebook, Oculus Rift girişimi ile Sanal Gerçeklik giriş ve çıkış yeteneklerini geliştirmek olan ve bir gün Facebook uygulaması üzerinden akılda kalıcı bir özellik haline gelebilecek başka bir etkileyici teknik beklenti elde etmek için çalışmaktadır (Gupta, 2018, s.6).

Yetişkinlerde iki temel amaç için kullanılmaktadır; aidiyet ve kendini gerçekleştirme duygusu. Utangaçlık, benlik saygısı ve öz-değer, kendini tanımlama ihtiyacına katkıda bulunan faktörlerdendir. Demografik ve kültürel faktörler, kendine ait olma ihtiyacına katkıda bulunmaktadır.

Kendini tanıtma ihtiyacı, Facebook'ta sanal bir varoluş alanı yaratmaktadır. Kullanıcıların paylaştıkları yaşam resim, video ve müzik ile ilgilidir. Bu sayede herkes bir kişilik albümü yaratabilmekte bu da insanların profillerinde paylaştıkları fotoğrafların ve videoların beğeniler ve yorumlarla birey için psikolojik bir keyif alanı yaratması anlamına gelmektedir. Bu, kullanımlar ve zevkler arasında psikolojik bir iletişim perspektifi olarak görülmektedir.

Bireylerin kitle iletişim araçlarını ve diğer iletişim biçimlerini nasıl kullandıklarına odaklanıldığında bireylerin ihtiyaçları için psikolojik bir zevkle karşılaşılmaktadır. Facebook, insanlara zaman ve mekân kavramı olmadan geleneksel iletişim biçimlerinin ötesinde bir alan sunmaktadır.

Bireyler, Facebook'ta sahip olduklarını kanıtlama zevkine sahiptir. Bireyin fiziksel zorunluluğundan bağımsız olarak, sanal ortamda bir birey olduğunu

söylemek istemektedir. Kullanıcılarına yeni bir sosyal varlık sağlayarak, fiziksel zorunluluk olmadan birçok kişiye ulaşabilirler. Bireylerin özelliklerine göre, Facebook kullanımı amaç ve biçimde değişir. Neuroticism, yalnızlık ve nevrotik olarak Facebook kullanımında çok etkilidir(Computers in Human Behavior, 2011, s.5).

Bireylerin yalnızlık duygusunu azaltmak, Facebook'un kullanımı üzerinde önemli bir etkendir. Facebook'u yetişkinlerin kullanım amaçlarını incelendiğinde, kendileri gibi başka insanlara ulaşmayı ve ortak çıkarlar temelinde insanlarla tanışmayı hedeflediklerini görülmektedir.

Facebook'taki insan psikolojisi kullanımı: dışadönüklük, hoşgörü, insani vicdan, duygusal istikrar ve yeni deneyime açıklıktır. Bu faktörler, bireylerin Facebook kullanım kalıplarını şekillendiren özelliklerdir.

Zamanla, bireylerin Facebook kullanma şekli değişmektedir. Facebook kullanımı üzerinde önemli bir etki kişisel filtreleme durumudur. İnsanların yalnızca istedikleri kişilerle iletişim kurma seçeneği kullanıcılar tarafından daha güvenilir bulunmaktadır. Bu fırsatı insanlara sunmaktadır ve kişisel tercihlere bağlıdır. Bireyler sadece tanıdıkları insanlarla iletişim kurarak kendinden emin hissetmektedirler. Bu durum, insanların Facebook kullanma şeklini etkilemektedir. Bazı kullanıcılar sadece arkadaşlarıyla ve ailesiyle iletişim kurmaktadır. Bazı kullanıcılar yeni arkadaşlıklar kurmakta ve daha fazla kişiye ulaşmak için profil kullanımını iyileştirmektedirler.

Bireyler bu sosyal ağı, insanların yaşamlarını incelemek ve takip etmek için kullanmaktadırlar. Bunu kullanmanın amaçlarından biri eski arkadaşları, diğerlerini takip etmek ve ne yaptığını öğrenmektir. Birçok insan, uzun bir süre boyunca görmediği insanlar için, geçmişlerindeki ve çocukluk arkadaşlıklarını bulma amaçlı Facebook'u kullanmaktadır. Facebook, insanların bir araya geldiği, deneyimlerini paylaştığı ve birbirleriyle insanlara yardımcı olduğu bir yer olarak da kullanılmaktadır. Bireyler kendi deneyimlerini ve başkalarını diğer insanlarla paylaşmaktadırlar. Çünkü Facebook çok hızlı bir iletişim gücü sağlamaktadır.

İnsanlar dünyanın neresinde olursa olsun anında iletişim kurma şansına sahip olmaktadırlar. Bu, sınırsız bilgi ve insanlar arasında paylaşım deneyimi yaratmaktadır. İnsanlar bireysel konularda daha verimli ve daha hızlı kolektif analistler bulabilmekte, birçok yardım kampanyaları ve sosyal sorumluluk projeleri Facebook'ta hızla yayılmaktadır (Doğanay, 2018, s.4).

2.6 Tinder

2000'li yılların başlarında ilişkiler için Tinder'ın ortaya çıkması ve yeni çiftlerle tanışmasıyla birlikte toplumda bir dizi davranış değişikliği ortaya çıkmıştır. O zamandan beri, birey aradığı bir erkek arkadaş ya da kız arkadaşı Tinder aracılığıyla bularak genellikle geçici ilişkiler kurmaya odaklanmaktadır. Facebook gibi diğer mecralar ve Second Life gibi sanal gerçeklik oyunları da göz önünde bulundurulduğunda, aynı zamanda insanların sosyalleşme yolunun da değiştiği gözlemlenmektedir (Wheeler, 2012, s.10-15).

Akıllı telefonun ortaya çıkışı da bu değişimin başlangıcını işaret etmektedir. Bundan önce, internete erişim sadece taşınabilir ya da sabit kişisel bilgisayarlarla gerçekleştirilmekteydi. Telefonla gezinme yavaştı ve sınırlamaları nedeniyle özellikle kullanışlı değildi. Her web sitesi o zamana kadar PC kullanımı etrafında dönmekteydi. 2006'dan itibaren akıllı telefon dönemi başladı ve veri aktarma kapasitesine sahip telefonlar, önceki iterasyonla karşılaştırıldığında büyük bir değişiklik oluştu. Blackberry'in, örneğin bir QWERTY klavyesi ve devasa bir ekran ekledi. Ancak bunlar, pahalı ve nüfusun büyük bir kısmı için erişilmezdi.

Değişimin en büyük faktörü, fiziksel klavye ve büyük kapasitif dokunmatik ekrana sahip, çubuk şeklinde akıllı telefonların piyasaya sürülmesiyle gerçekleşti. LG gibi şirketler, Apple'ın iPhone lansmanına kadar 2007'nin ortalarında bazı ticari modelleri piyasaya sürdü, daha sonra tüm mobil endüstri değişti ve Whitwam'a (2011) göre mobil devrim başladı. 2008 yılında HTC tarafından ilk Android'in piyasaya sürülmesi, bu güne kadar bu güne kalan endüstri standardı olacağını da göstermektedir (Whitwam, 2011, s.30-33).

Bu akıllı telefon atılımı, sanal uygulama mağazalarının lansmanı ile gelmektedir. Apple App Store ve geliştiricilerin uygulamalarını dışarıdan temin edebilecekleri Google Play Store. Bu noktada bugün bildiğimiz milyonlarca uygulama ortaya çıkmaya başlamıştır ve Tinder bunlardan biridir.

Tinder, 2012 yılında Güney Kaliforniya Üniversitesi'nden (USC) dört öğrenci tarafından oluşturuldu ve 2013 yılından itibaren Silikon Vadisi'ndeki üniversitelerin öğrencileri tarafından kullanılmaya başlandığı zaman yükseldi. Kullanımında ekranı sağa doğru kaydırma ekranda fotoğrafı görülen kişinin onaylandığını, ekranın sola doğru kaydırma kişiyi görmezden gelmek için kullanılmaktadır. Bu hareketler Tinder ile bilinir hale gelmiş ve birçok başka uygulamada da sonrasında kullanılmaya başlanmıştır. Kullanıcılar Facebook üzerinden giriş yapabilmektedir. Haziran 2017'ye kadar, 100 milyondan fazla insanın Tinder'de aktif bir hesabı bulunmaktaydı.

Eşleşme veya kombinasyon, iki kişi birbirini sevdiğinde oluşmaktadır. Uygulamada, uygulama görüntüleyiciyi yaş ve mesafe gibi diğer verilerle birlikte görüntüleyen profil görüntüleri göstermekte, böylece sağa veya sola hızlıca kaydırarak ve ekrandaki kişinin ile buluşma ayarlanabilmektedir. İki kullanıcı birbirini beğendiğinde (ekranı sağa kaydırdığında), "Bu bir eşleşme" olarak adlandırılan bir profil kombinasyonu olur, diğer kişiyle görüşmeye başlanmaktadır. Bu bağ Bauman'ın (2004) afinite olarak adlandırılır çünkü seçim yoluyla gerçekleşir ve kan bağları veya aile anayasalarına dayanmaz ve aynı zamanda kolaylıkla parçalanabilmektedir (Bauman, 2004, s.103).

Bu evlilik fikrini, Bauman (2004, s.103) aile yaşamını, evlerini, günlük hayatlarını ve geleneksel bir çiftin yükümlülüklerini paylaşmadıkları yarı-bölünmüş çiftler olarak adlandırdığı bir şey denilmektedir. Onlar, bağımsızlıklarını kaybetmeden ve "Mutlu bir şekilde evlenmenin" geri çekilme fikrine zıt olan, zamanında bir ilişkiyi sürdürmeyi tercih eden insanlardır.

Tinder için geliştirilen robot el, bedensel tepkilerinizi ölçerek doğru kişiyi bulmanıza yardımcı olmaktadır. Popüler çöpçatanlık uygulamalarından Tinder'ın

halihazırda zaten oldukça mekanik işleyişe sahip bir tarzı olduğu bir gerçek. Kullanıcıların platformda karşılarına çıkan profillere dört-beş saniye baktıktan sonra resmi sola ya da sağa kaydırarak kararlarını verdikleri bir uygulamadır. Bu durum yine de özellikle de duygusal bir bağlanmadan ziyade ucu açık ilişkiler arayan birçok kullanıcının tercih sebebi olmaktadır (Hürriyet, 2015, s.10).

Scroll'un haberine göre True Love Tinder Robot adı verilen bu yeni aparat ise, Tinder'ın bu mekanik ve işlevsel yaklaşımını biraz daha geliştirmeyi hedeflemektedir. Karşınıza çıkan profillerin size neler hissettirdiğini ve arzularınızı hesaplaması için tasarlanan bu robot aslında oldukça bilimsel bir temele de sahiptir. Her bir profil karşısında vücudunuzun nasıl tepkiler verdiğini hissedebilen bir algoritma kullanan robot, bir kişiyi bedensel olarak çekici bulduğunuzda Tinder'da o doğrultuda bir karar vermenize yardımcı olmaktadır (Hürriyet, 2015, s.10).

Son yıllarda robot teknolojisi büyük bir hızla gelişmektedir. Bu gelişmeler, normal olarak yetişkin robotların da popülerleşmesini sağlamaktadır. Son derece gerçekçi bir şekilde üretilen seks robotları, binlerce dolarlık fiyatları ile dikkat çekerken, çeşitli sanatçılar tarafından da bazı sosyal deneylere konu olmaktadır. Örneğin, kaynak arayışında olan film yapımcısı Jimmy Meihel, gerçekçi bir seks robotunu Tinder'a eklemiştir. Seks robotu, yalnızca 2 saat içerisinde 90 farklı kişiden eşleşme almıştır. İnsanların seks robotu işçilerine karşı nasıl baktığını araştıran Meihel, yapay zeka ve robot teknolojisinin gelecekte seks sektörüne ne denli hizmet edeceğini de kanıtlamaktadır. Daily Star'a konuşan Meihel, Tinder'da Harmony isimli bir randevu profili oluşturduğunu ve cuma gecesi 9 ile 11 arasında 92 farklı adamın robotla ilgilendiğini belirtmiştir. Meihel, Harmony'nin profilinde robotik beynini açıkça gösteren görseller de paylaşmaktadır. Robot olduğunu belli etmek için görselleri o şekilde ayarlayan Meihel, açıklama kısmına da, "Merhaba, en gelişmiş yapay zeka ile anatomik olarak doğru, cinsel olarak yetenekli bir robotum. Benimle ilgilenenleri görmek için Tinder'dayım" yazdı. Ultra - yüksek teknolojili seks oyuncaklarından birini satın almak için en az 85 bin TL'yi gözden çıkarmanız gerekmektedir. Bu tarz robotlar, tartışmalara konu olmaya devam etse de Japonya ve Çin başta olmak

üzere pek çok ülkede büyük bir hızla yaygınlaşmaktadır (https://webtekno.com/, Erişim tarihi: 23 Kasım 2018).

2.7 Badoo

Bir çevrimiçi ilişkiyi sürdürmek veya onlarla karşılaşmak farklı şekillerde, Badoo en az kullanılan platformdur. Tanıdıklarını veya olası tarihleri karşılamak isteyen internet kullanıcısına doğru geliştirilmiştir. 2006 yılının Kasım ayındaki kuruluşundan bu yana, 190 ülkeyi kapsayan dünya çapında toplam 200 milyon kullanıcı edinmiştir. Her ne kadar ücretsiz bir platform olsa da, kullanıcıların bir profili görebilme yeteneği, hatta sayfasını beğenen kişi tarafından istenen şekilde iletişim kurmayı kolaylaştırma gibi farklı avantajlar sağlayan ücretli içerikler, süper güçler dedikleri şey olabilir. Badoo, ilk önce sohbet edip sosyalleşebileceği bir yer olduğunu iddia ederek başlamıştır. Şimdi farklı bir konsepte sahiptir. Profiller, mesajlaşma ve multimedya gönderme gibi özellikleri olan bir sosyal ağ olarak devam etmektedir. Ayrıca, hesaba erişim ve kişiselleştirmeyi kolaylaştıran Facebook kimlik doğrulamasına sahip mobil uygulamalara izin vermektedir (https://badoo.com/en/terms/ Erişim Tarihi:18 Şubat 2019).

Her ne kadar Badoo 18 yaş ve üstü insanlarla sınırlı olsa da, servisi kullanmak için birçok küçük platform platform kuralları çerçevesinde çalışmaktadır. Bu problem bazen diğer sosyal ağlarda olduğu gibi yetişkinlerin çocuklarla iletişim kurma girişimlerine yol açmaktadır. İnternet üzerinde çalışan en önemli problemlerdendir. Bu tür herhangi bir site için bir meydan okumadır. Bu nedenle Badoo, sorunu belirten sorunu kontrol etmeye yönelik sınırları belirlemeye çalışmaktadır.

Kullanıcı, fotoğraflar, e-postalar, mesajlar ve diğer içerikler dahil olmak üzere Badoo'ya her türlü şeyi gönderip yükleyebilir ve neyin kabul edilebilir olduğuna dair bazı kurallar bulunmaktadır. Badoo'yu kullanırken, rahatsız edici sayılabilecek veya başkalarını taciz etmesi muhtemel olan patlayıcılar veya dil içeren herhangi bir içerik gönderemez, gönderilemez veya yüklenemez. Müstehcen, pornografik veya başka bir şekilde rahatsız edici olabilecek hakaret, hakaret içeren veya tehdit edici veya ırkçılığı, cinsiyetçiliği, nefreti ya da

bağnazlığı teşvik eden ya da teşvik eden ya da çocukların görüntülerini içeren içerikler eklenememektedir.

Badoo'nun demografik yapısı çoğunlukla sitelerin kullanımının yaklaşık yüzde 90'ını oluşturan erkeklerden oluşmaktadır. Bu tanışma siteleri sık sık genel nüfusu temsil etmektedir. Erkek cinsiyetin etkisi, hem badoo'da hem de diğer ilişki kurma amaçlı sosyal medya ortamlarında çok büyüktür. Ayrıca, azınlık üniversite eğitimi almayan insanlar olmaktadır (https://badoo.com/en/terms/ Erişim Tarihi:18 Şubat 2019)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. YETİŞKİNLERİN İLİŞKİ KURMA AMAÇLI KULLANDIKLARI SOSYAL MEDYA ORTAMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Çalışma kapsamında Tinder, Instagram, Twitter, Facebook ve Badoo sosyal mecralarının ikili ilişkilerin dijitalleşmesinin boyutu ile ilgili bir anket çalışması yapılmış ve sonuçları doğrultusunda günümüz ilişki anlayışının değişimi hakkında değerlendirmesi yapılmıştır. Bu mecraların seçilmesinin sebebi direkt olarak flört etme ve uzun ilişki kurmaya yönelik sosyal mecralar olmalarıdır. Online anket yöntemi ile, Google Forms üzerinden (20-25 Mart 2019) çevrimiçi olarak 21 ila 45 yaş arasındaki bireylerden toplanan verileri toplanmıştır.

1.2 Araştırmanın Konusu ve Amacı

Bu çalışmada, sosyal ve dijital medyanın, çağdaş yetişkinlerin toplumdaki sanal ilişkileri üzerindeki etkisini Baudrillard'ın simülasyonu bağlamında analiz edilmektedir. Araştırma ile şu özel soruya cevap vermek amaçlanmıştır: "21-45 yaş aralığındaki yetişkinlerin yeni insanlarla tanışma ve sosyal medya kullanımıyla yeni ilişkiler geliştirme motivasyonları nelerdir? Araştırmanın temel sorusundan yola çıkarak anket yöntemi ile elde edilen sonuçlar çalışma sonunda değerlendirilmektedir.

Bu araştırma belirli bir meraktan ortaya çıkmıştır. Teknoloji büyüdükçe ve her yerde daha da yaygınlaştıkça, insanlar gerçek dünyadaki sosyal duyularını geri çekmekte ve gizlemektedirler. Sonuç olarak, insanlar etkileşim kurmak için mobil cihazlarının ekranlarına geri dönmektedirler. Gençlerin bu teknolojiyi ilişki, birliktelik kurma amaçlı kullanmaları yaygın bir bilgidir. Fakat tüm bunlarda yetişkinlerin rolü nedir, sosyal mecraları ne ölçüde ilişki kurma amaçlı kullanmaktadırlar? Bu araştırmayı ileriye götürüp, ilgi yaratan önemli bir soruydu.

3.2 Araştırmanın Önemi

Sosyal medya kullanımının yaygınlaşması ile ilişki kurma biçiminin değişime uğraması güncel bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. İkili ilişkilerin medya ortamları aracılığıyla kurulması sonucu sanal ve sahte ilişkilerin yaygınlaşması, birebir iletişimin ilişki kurmada önemini yitirmesi, popülerliğini her geçen gün arttırmaktadır. Güncel bir probleme ışık tutması ve bu konuda yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olması bakımından bu çalışma önem arz etmektedir. Aynı zamanda çalışma ikili ilişkilerin en çok başladığı dijital ortamların kullanım şekil ve amaçlarını öğrenmeye yönelik anket sorularının da yer alması ve değerlendirilmesi bakımından iletişim çalışmaları açısından yeni bir bakış açısına öncülük edecektir.

3.3 Araştırmanın Hipotezi

Bu çalışmada çevrimiçi olarak sosyal medya platformunda bir eş, sevgili, partner arama alışkanlığının günümüzde yetişkinlerin ilişki kurma biçimlerinde ne ölçüde dijitalleştiğini öğrenmek amaçlanmıştır. Hedefe ulaşmak için çevrimiçi bir anket ile sorular yöneltilmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir:

H1: Çoğu yetişkin eş bulmak için sosyal medya kullanmaktadır.

H2: Çoğu yetişkin sosyal medya platformların yüz yüze iletişimi kötü etkilediğini düşünmektedir.

H3: Çoğu yetişkin bu platformların kullanımı ile çevrimiçi partnerlerin aranması arasında ilişki kurmaktadır.

H4: Yetişkinler, eşleriyle yüz yüze görüşmeden çevrimiçi ilişkileri sürdürme eğilimindedir.

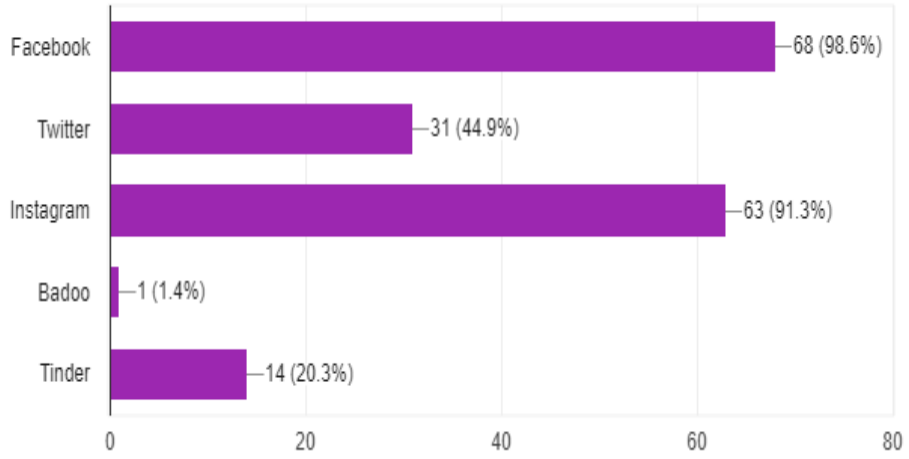
H5: Çoğu yetişkin eş bulmak için sosyal medya mecralarını kullansa da sanal ilişkiye dair çekinceleri bulunmaktadır.

3.4 Araştırmanın Yöntemi

Bu amaçlar çerçevesinde yapılan çalışmada alan araştırması yönetimi uygulanmış, verilerin elde edilmesinde ise anket tekniği kullanılmıştır. Online anket yöntemi ile, Google Forms üzerinden (20-25 Mart 2019) çevrimiçi olarak 21 ila 45 yaş arasındaki bireylerden toplanan verileri toplanmıştır. Bu yaş aralığının seçimi, insanların anlaşma ve uzun süreli ilişkilere başlama konusunda daha sorumlu oldukları yaş aralığı olması sebebi ile dijitalleşme ile ilişki kurma biçiminin değişimini daha net bir şekilde görmektir. Anketlere toplam 179 kişi cevap vermiştir. 107 kadın, 72 erkek katılımcı anketlere katılmıştır. Katılımcıların medeni hali bekardır. Katılımcıların %28'i çalışıyor, %7'si çalışmıyor ve %65'i öğrencidir. Bu numara ile genel iddialarda bulunmak mümkün değildir. Bununla birlikte, konunun içeriğini temel olarak, belirli bir sosyal medya platformu kullanan insanların yüzdesini analiz ederek ve sonra da istenen sonuçları elde etmek için fazladan tahmin ederek savunulabilmektedir. Bununla birlikte, ankete katılanlar isimsiz olarak sorulara cevap vermişlerdir.

3.5 Araştırmanın Bulguları ve Sonuçları

- Soru 1: Hangi Sosyal Ağları kullanıyorsunuz?

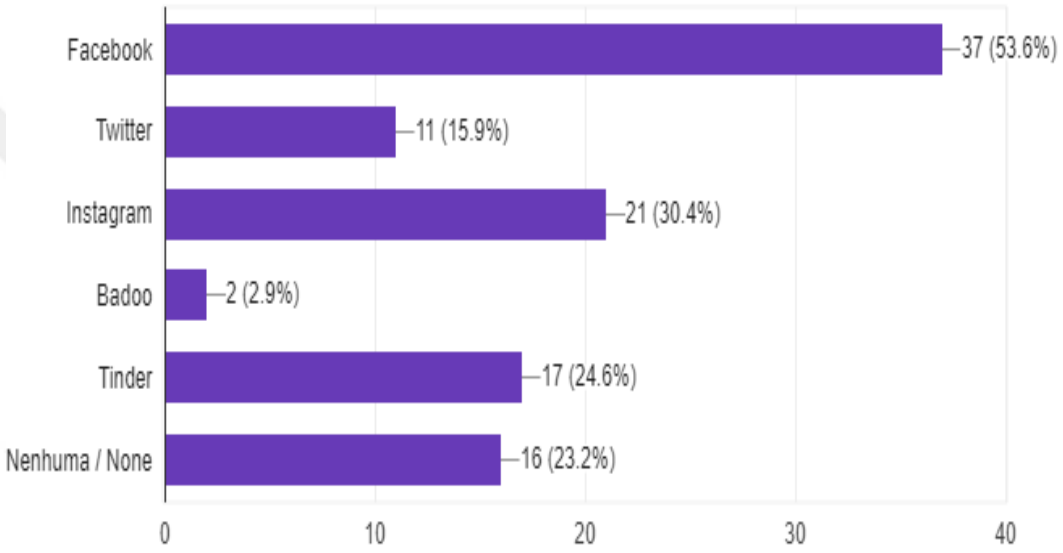


Grafik 1 Sosyal Ağlar (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)

Grafik 1'de; katılımcılara hangi sosyal medya ortamlarını kullandıkları sorulmuş, Facebook %98,6 ve Instagram %91.3 oranlarıyla kullanıcılar için en

popüler ağlar oldukları görülmüştür. Tinder ve Badoo günlük kullanıcılar listesinde yüksek oranda olmasa da yer almaktadır. Katılımcıların % 20,3'ü tanışma sitesi Tinder'ı kullandığını ve %1,4'ü Badoo kullandığını belirtmiştir. Buradan flört amaçlı sosyal ağların kullanılması söz konusu olduğunda insanların hala korktukları sonucuna ulaşılmıştır.

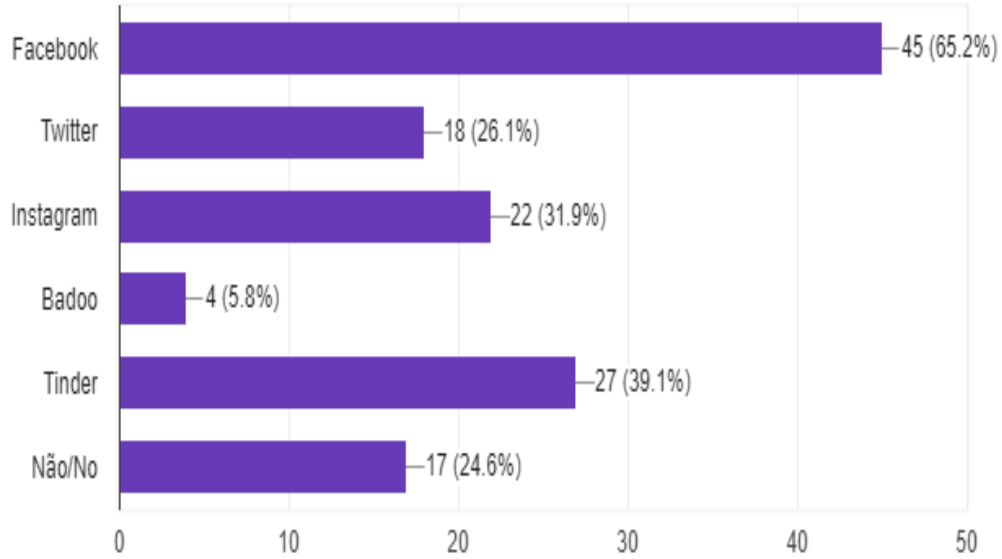
- Soru 2: Biriyle tanışmak için sosyal ağlardan hangisini tercih ediyorsunuz?



Grafik 2 Tanışma Ağları (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)

Grafik 2 sonucu elde edilen veri, önceki soru sonucu elde edilen bilgilere atıfta bulunmuştur. Aynı tercih hiyerarşisi geçerlidir. Büyük çoğunluk (%53,6) Facebook'u yeni tanıdıklarla tanışmak ya da bir ilişkiye girmek için tercih etmektedir. Instagram ile %30,4 ile kullanıcıların ikinci tercihi olarak görülmüştür. Ancak, bireylerin dörtte birine yakını, hiçbir sosyal ağın insanlarla tanışmak için en iyisi olmadığını söylemiştir. Bu, yeni ve anlamlı arkadaşlıklar kurmanın aracı olarak bu platformlara şüpheyle yaklaşan birçok yetişkin olduğu anlamına gelmektedir.Yine de elde edilen sonuç araştırmanın hipotezlerinden H1 hipotezini doğrulamaktadır.

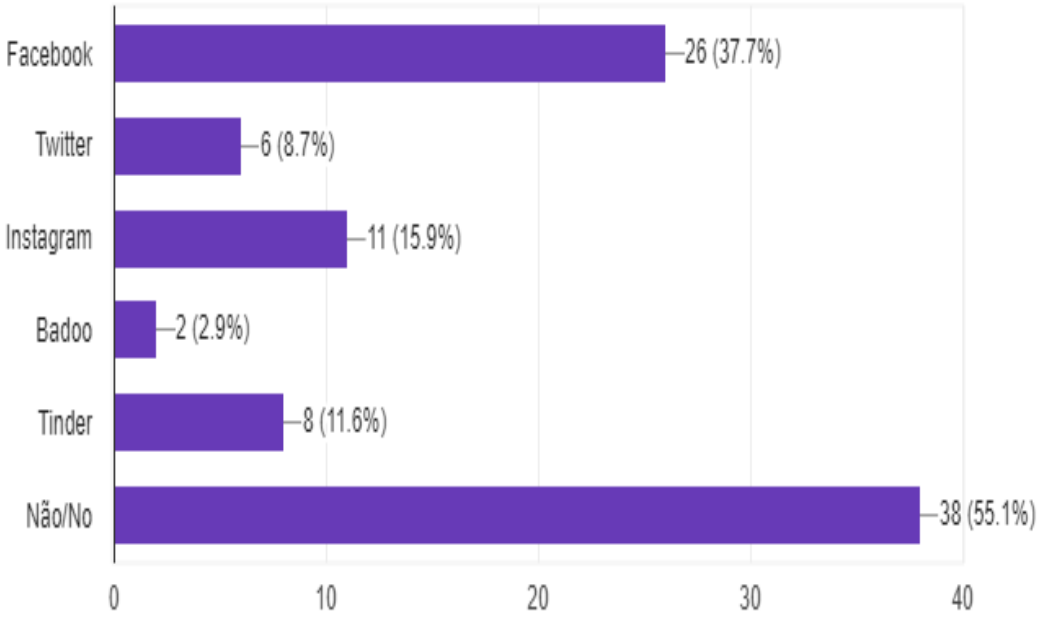
- Soru 3: Şu ana kadar bu sosyal ağlardan biri aracılığıyla ilişki amaçlı yeni birisi ile tanıştınız mı? Hangisi?



Grafik 3 İlişki Amaçlı Ağlar (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)

Bu sorunun cevabı ile Grafik 3'te yeni ilişki eğilimlerinin değişimi göze çarpmıştır. Facebook, katılımcıların %65,2'si tarafından tercih edilerek, yeni bir arkadaşlık kurmak için en popüler ağ olarak sonuçlarda çoğunluğu elde etmiştir. Diğer yandan Tinder, tek amacı diğer insanlarla tanışmak ve ikili ilişkiler kurmak olan bir web uygulaması ve %39,1 oranında gelmiştir. Önemli olmasına rağmen, hala bir çoğunluk değildir. Fakat daha önceki soruların cevaplarında en çok tercih edilen sosyal medya ortamlarında Instagram'dan sonra yer aldığı halde bu cevapta daha çok yüzdeye sahip olması çift olarak ikili ilişki kurma amaçlı tercih edildiği görülmüştür. Yine direkt olarak ilişki kurma amaçlı bir uygulama olan Badoo'nun ise %5,8 gibi düşük bir oranda katılımcılar tarafından tercih edildiği görülmüştür. Bu sonuç ile araştırmanın hipotezlerinden H1 ve H3 hipotezleri doğrulanmaktadır.

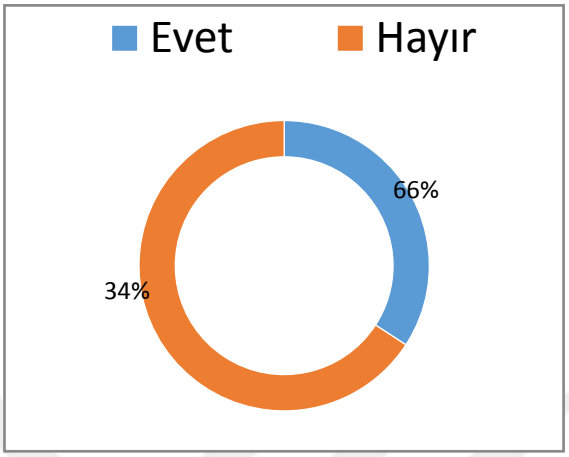
- Soru 4: Bu sosyal ağlardan herhangi biri aracılığıyla biriyle buluştunuz mu? Hangisi?



Grafik 4 Buluşma Ağları (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)

Grafik 4'e göre katılımcıların çoğunluğu (%55,1) bu sosyal ağların yardımı ile hiç kimseyle çıkmamıştır. Aşağıdaki nedenlerden dolayı bu sonuç önemli bir bulgudur. İnsanlar hala sosyal maceralar yerine gerçek dünyayla etkileşimleriyle yüz yüze, arkadaş ve sevgili ile tanışmayı tercih etmektedirler. Her ne kadar katılımcıların çoğu hayır cevabını vermiş olsa da, çevrimiçi buluşmanın yavaş yavaş birebir iletişim sonucu buluşmaya tercih edilebileceği görülmüştür. Fakat hali hazırda katılımcıların sanal ilişkiye dair çekindiği konular olduğu sonucunu da çıkarmaktadır bu veriler. Bu da araştırmanın hipotezlerinden H5 hipotezi doğrulamaktadır.

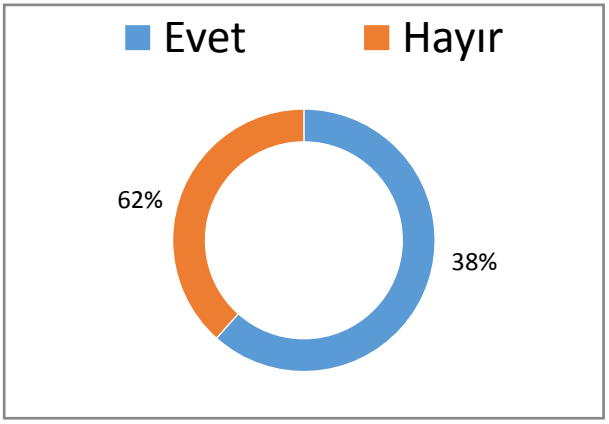
- Soru 5: Sosyal medya platformlarının kullanım amacı paylaşım yapmaktan çok yeni biri ile tanışmak için kullanılmaktadır. Doğru mu?



Grafik 5 Medya Kullanım Amacı (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)

Grafik 5'e göre %66'sı olumlu cevap verdi, %34'ü olumsuz olarak yanıtlamıştır. Günümüzde sosyal medya ortamlarının içerik paylaşma, haber alma özelliklerinden çok bir ilişki kurmaya yönelik yeni biri ile tanışmak için daha çok kullanıldığını görmekteyiz. Bu sonuç ile araştırmanın hipotezlerinden H1 ve H3 hipotezleri doğrulanmaktadır.

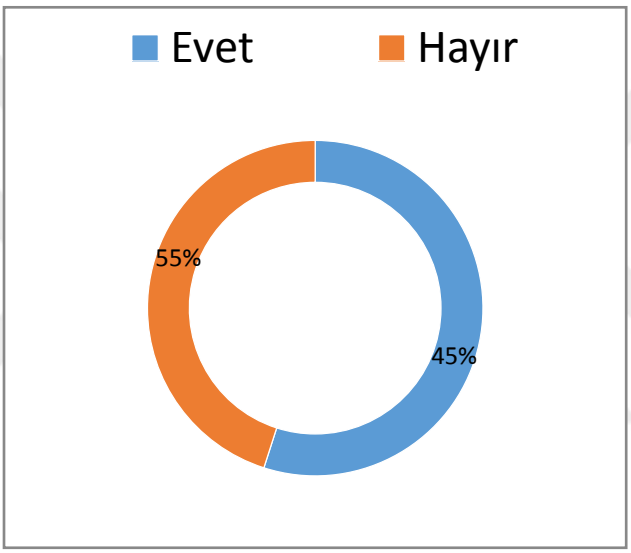
- Soru 6: Sanal bir ortamda ilişkiye başlamak sizi korkutuyor mu?



Grafik 6 Sanal İlişki ve Korku (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)

Grafik 6'ya göre, sanal bir ortamda ilişkiye başlamanın korkutucu olup olmadığı sorulduğunda, katılımcıların %62'si hayır korkutmuyor, %38'i evet korkutuyor cevaplarını vermiştir. Sonuç olarak, 21-45 yaş aralığı için sosyal medyanın kullanımı bile yeni sayılsa da sosyal mecralar aracılığıyla yaşanacak bir ilişki düşüncesi katılımcıların çoğuna olağan gelmektedir. Bu sonuç ile araştırmanın hipotezlerinden H4 hipotezi doğrulanmaktadır.

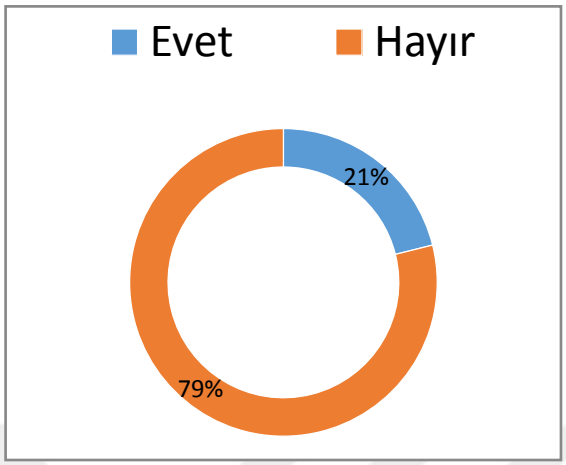
- Soru 7: Başkalarıyla etkileşimde bulunmak ve yeni insanlarla tanışmak için en iyi yol sosyal medya mecralarıdır. Buna katılıyor musunuz?



Grafik 7 İletişim Ortamları (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)

Grafik 7'de katılımcıların çoğunluğun (%55 Hayır), sosyal medya platformlarının diğer insanlarla etkileşimde bulunmak ve tanışmak için %45'e göre iyi bir seçenek olmadığı konusunda hemfikir olduklarını görülmüştür. Katılımcıların verdiği bu sonuçtan yola çıkarak sanal bir ilişki fikri korkutmasa da birebir yüz yüz ilişkinin az bir çoğunluğa göre daha iyi bir seçenek olduğu düşünülebilir. Katılımcıların sanal mecraları aktif olarak ilişki amaçlı kullanmaları bu ilişki biçimini tamamen onayladıkları anlamına gelmemektedir. Bu sonuç araştırmanın hipotezlerinden H2 ve H5 hipotezlerini doğrulamaktadır.

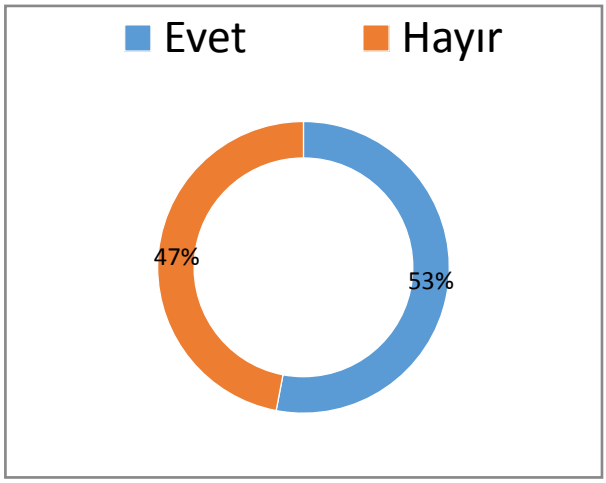
- Soru 8: Sanal ortamlar aracılığıyla yürüttüğünüz uzun süreli bir ilişki yaşadınız mı?



Grafik 8 Sanal ve Uzun İlişki (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)

Grafik 8'de katılımcıların %21'i uzun süreli sanal ilişki yaşadıklarını %79'u ise yaşamadıklarını belirtmiştir. Sanal mecraların aktif olarak yeni biriyle tanışma amaçlı kullanılmasına rağmen uzun süreli ilişki yürütülememesi H2 ve H5 hipotezlerini doğrulamaktadır.

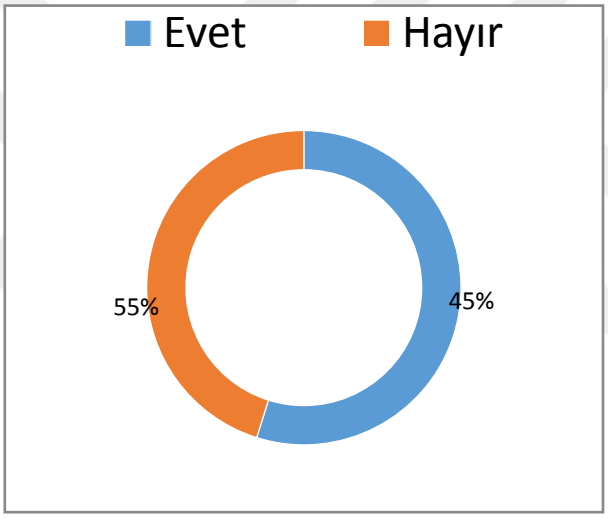
- Soru 9: İnternet ilişki kurmak için güvenli bir ortam mı?



Grafik 9 Sanal Güvenilirlik (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)

Katılımcıların %53'ü internette ilişki kurmanın güvenli olduğunu belirtirken, %47'si interneti yeni bir ilişkiye başlamak için güvensiz bulmaktadır. Grafik 9'a göre olumlu ve olumsuz sonucun birbirine bu derece yakın olması artık sadece yüz yüze iletişimin önemli olmadığını dijital iletişimin de büyük bir tercih edilirliği olduğu görülmüştür. Aynı zamanda internet ve sosyal mecraların kullanımı çok yaygın olsa da %47 gibi büyük bir oran hayır olarak cevaplanması hala büyük çoğunluğun bu tür ilişkiler kurma amaçlı interneti kullanmaya çekimser yaklaştığı görülmüştür. Bu sonuç H2 ve H5 hipotezlerini doğrulamaktadır.

- Soru 10: Sosyal medya uygulamaları ile tanıştığınız partnerinizin size karşı dürüst ve açık olduğunu düşünüyor musunuz?

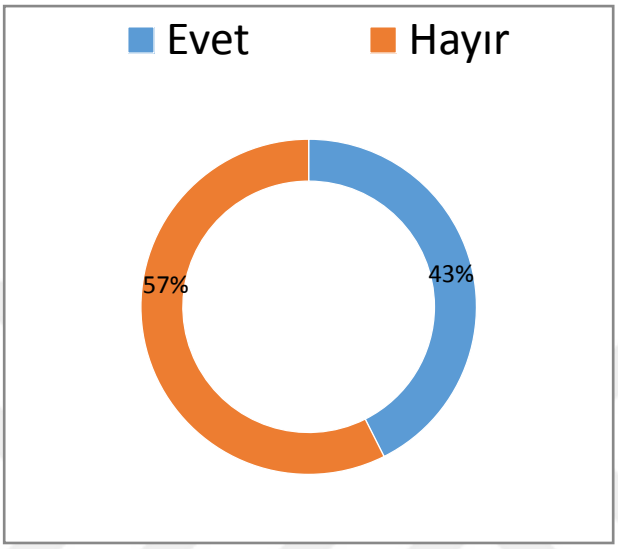


Grafik 10 Ağlarda Dürüstük (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)

Grafik 10'a göre katılımcılar %55 oranında buldukları partnerlerin dürüst olduklarını düşünmektedir. %45 gibi bir çoğunluk ise hayır yanıtını vermiştir. Sanal olarak tanıştıkları kişilerin kendilerine karşı dürüst olduğunu düşünenlerin çoğunlukta olması, sanal kimliklerle kurulan sahte ilişkilerin az olduğuna inananların katılımcılar arasında azınlıkta olduğu sonucuna varılabilir. Yine bu varsayım da önceki soruların cevaplarında internet üzerinden ilişkiye başlama ve devam ettirmenin daha çok tercih

edildiğine ulaşılan yanıtı destekler niteliktedir. Bu sonuç H2 ve H5 hipotezlerini doğrulamaktadır.

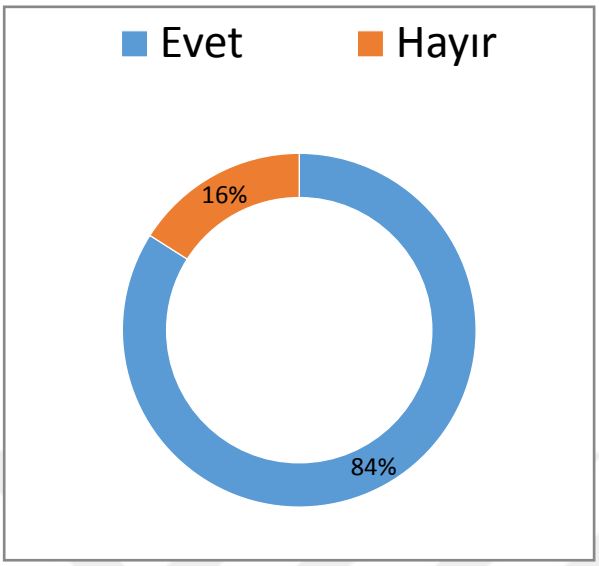
- Soru 11: Sosyal mecralar aracılığıyla ilişki sürdürmek ilişki dinamiğini olumlu etkiler mi?



Grafik 11 Sanal İlişki Dinamiği (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)

Katılımcılar bu soruya yanıt olarak %43 olumlu ve %57 olumsuz olarak yanıt vermişlerdir. Grafik 11 katılımcıların bu yanıtı günümüz ilişki biçiminin kişilerde yarattığı karmaşık algıyı ortaya çıkarmaktadır. Çünkü interneti ikili ilişki kurmak ve sürdürmek için güvenli ve iyi bir seçenek olarak yanıtlanmıştı önceki sorularda. Fakat bu sorunun yanıtı diğer cevaplarla çelişmektedir. Katılımcılar her ne kadar teknolojinin kendilerine uygun bir eş bulmada en iyi seçenek olduğunu belirtseler de ilişkiyi tamamen sosyal mecralar üzerinden yürütmekten yana olmadıkları görülmektedir. Buradan geleneksel iletişim biçimlerinin ilişki devamlılığında daha sağlıklı sonuçlar doğurduğunu düşündükleri sonucuna varılabilir. Bu sonuç H1, H3 ve H5 hipotezlerini doğrulamaktadır.

- Soru 12: Yüz yüze iletişim ile gelişen ilişkilerin yerini sanal ilişkilerin alması gelecekte insan ilişkilerini, iletişimi olumsuz etkiler mi?



Grafik 12 İletişimin Değişimi (https://docs.google.com/forms/ErişimTarihi:2019)

Grafik 12'de katılımcıların çoğu (%84) bu soruya evet yanıtını vermiştir. Katılımcıların %16'sı ise soruyu hayır olarak cevaplamıştır. Bu sonuç sosyal mecraları aktif olarak kullanan kişiler olmasına rağmen katılımcıların dijitalleşme ile değişen iletişim ve toplumun dönümünden mutlu olmadıklarını göstermektedir. Bu sonuç H2 ve H5 hipotezlerini doğrulamaktadır.

SONUÇ

Dijital teknolojilerin gelişmesi ve internetin insanların yaşamında sağlamlaştırılmasıyla birlikte, her şey, temelde hem kişisel hem de profesyonel olarak birbirimizle iletişim kurma ve ilişki kurma biçimi değişmiştir. Sonuç olarak, romantik ilişkiler ve onları anlama şekli; internet, bilgisayar, akıllı telefonlar ve buluşma uygulamaları ile verilen değişikliklerden etkilenmektedir.

Bu çalışma ile, BİT'in, onları kullanan bireyler arasındaki iletişimin temelini ve bireylerin kendilerini sanal dünyaya ve sosyal ağlar üzerinden bağlanma şeklini değiştirdiği görülmüştür. Her gün daha fazla çevrimiçi buluşma uygulaması yaratılmakta ve bu platformlara daha fazla kullanıcı abone olmaktadır ve bu nedenle çevrimiçi sanal yakınlık yaşamanın yeni yolları ortaya çıkmaktadır.

İnternet, insanlarla tanışmanın yeni yollarını potansiyelleştirmiştir. Ruh eşi ile karşılaşma amacı ile kullanımda web sitelerinde ve uygulamalarda bir artış göze çarpmaktadır, bu artış farklı coğrafi bölgelerdeki kişilerin ortak şeyleri paylaşan birbirleriyle tanışmalarını sağlamaktadır. İnternet, insanların etkileşime girmesine izin vermiş olmasına rağmen, bu ilke, sahte profiller gibi bazı tehlikelere neden olmaktadır. Böylece gerçek veya gerçekleşmeyebilecek bazı beklentiler ortaya çıkmaktadır.

Bazı sosyal çalışma ile, örneğin Tinder (Başarılı bir sosyal arama çevrimiçi uygulaması), tüm dünyada daha fazla insanın bu teknolojileri bir arkadaş veya arkadaş bulmak için kullandığı görülmektedir. Arkadaşlık platformları olmanın ötesinde, bu sosyal medya ortamlarının aynı zamanda yalnızlık ile mücadeleye yardımcı olduğu, çevrimiçi platformlarla bağlantı kurmanın iletişimi bir nevi kolaylaştırdığı platformlar olduğunu varsayabiliriz.

Bu çalışma ile, 21 ile 45 yaş arası yetişkinlerden yeni medyanın kullanımı için motivasyonların ne olduğunu anlamak istenmiştir. İlk bölümlerde açıklanan

teoriyle ve çevrimiçi anketlerle, Facebook ve Instagram'ın en popüler sosyal ağlar olduğu ve “ruh eşi bulma odaklı” sosyal ağlar olmasa bile insanlarla tanışmak için daha fazla kullanıldığı sonucuna varılmıştır.

Bununla, şu anda Facebook'un, yeni insanlarla tanışmak için içerik paylaşmak için olduğu kadar en çok tercih edilen sosyal ağ olduğu anket sonucunda görülmüştür. Her ne kadar birçok yetişkin bu platformların yeni insanlarla tanışmakta ve geleneksel olarak yüz yüze ilişkiyi kurmaya devam etmekte sosyal medyadaki snaal ilişkiye şüpheci yaklaşmaktadır. Sosyal ağların hala romantik çiftler bulmaya yönelik web siteleri ve uygulamaları olduğu sonucuna varılmıştır.

Dijital teknolojilerin gelişmesi ve internetin insanların yaşamında birleştirilmesiyle, her şey, temelde hem kişisel hem de profesyonel olarak birbirimizle iletişim ve ilişki kurma biçimimiz değişti. Sonuç olarak, romantik ilişkiler ve onları anlama şeklimiz, internet, bilgisayar, akıllı telefonlar ve buluşma uygulamaları ile verilen değişikliklerden etkilenmektedir.

Bu çalışmayla, teknolojinin gelişimiyle onları kullanan bireyler arasındaki iletişimin temelini ve bireylerin kendilerini sanal dünyaya ve sosyal ağlar üzerinden bağlanma şeklini değiştirdiği görülmektedir.

Tüketim toplumu ve tüketim kültürü ile gerçeklik kavramı değerini yitirdi ve birey şeyleşmeye başladı. Yeniden üretilen birey sanal gerçeklik ortamlarında sahte profiller ile kendini yeniden üretmenin yolunu buldu.

İlerleyen teknoloji ile birkaç yıl önce hayal olarak düşünülen robotlaşma hayatın her alanında girmeye başladı. Artık çok iyi bir resim yapmak için iyi bir ressama gerek olamayabilir, çünkü üretilen robotlar Picasso, Dali,Monet vb. ustaların eserlerini bile kusursuz bir şekilde yapmaktadırlar.

Sinemaya baktığımızda ise izleyicilerin atların kendi üzerlerine koştuklarını sandıkları ilk sanal gerçeklik sayılabilecek filmin sonrasında yaşanan gelişmeler ile şu anda kişi dilerse filmin içinde bizzat oyuncu olabilir.

Tüm bunlar heyecan verici. Ama düşüldüğünde her şeyin kurgulaştırıldığı, yaratıcılığın en çok ön plana çıkacağı alanı bile hızlı üretim ile tüketim aracı haline getirmek sanal gerçekliğin yol açtığı bir handikaptır. Truman Show'da bebekliğinden itibaren bir proje olarak yetiştirilen, üretilen gerçeklikle geçici mutluluklar yaratarak tüketmeye ve tüketerek var etmeye çalışma amacının çarpıcı bir örneği görülmektedir. Bireyler de günümüzde vaadedilmiş gerçeklikle şeyleşerek hayatına devam etmeli mi yoksa kendi gerçekliğinin peşine mi düşmeli? Bu çalışmada Baudrillard kuramlarından yola çıkarak gelişen teknoloji sonucu değişen toplumu, bireyi, gerçeklik kavramını ve iki insanın en doğal olarak gerçekleştirdiği iletişim kurma eyleminin değişimini ele aldım.

Sosyal mecralarda kendini dilediği gibi yeniden üreten birey, karşısında da yine kendi gibi gerçek olamyan bir karakterle hatta robotlarla ilişki halinde olabilmek için yoğun bir çaba göstermektedir. Daha önce bahsettiğim gibi sosyal medya araçlarının kullanım oranları bir yılda bile büyük oranda artış göstermiştir. Bireyler Türkiye'de ortalama 7 saatlik zamanını sosyal mecralarda geçirmektedir.

Yüzyüze iletişim azalmasının ve sanal ilişkilerin artmasınında da sonucunda aslında tüketim toplumlarının yalnız, korku ve sevilme çabası içinde olduğunu anlamaktayız. Sürekli mutsuzluğa itilen gerçekliğini kaybeden birey kendini her an kaçabileceği veya çok sevileceği, kim isterse olabileceği ortamında rahat hissetmeye başlamıştır. Tinder'da bir robotun buluşma mesajına bile yoğun bir talep gelmesi, bunun normal algılanması filmini hatırlatmadır. Yalnızlaşan ve değersizleştirilen birey sanal arkadaşı ile gerçekliliği bulabileceğini umar.

İnternet, insanlarla tanışmanın yeni yollarını potansiyelleştirdi, "ruh eşimizi" karşılamada web sitelerinde ve uygulamalarda bir artış göze çarpıyor, bu artış farklı coğrafi bölgelerdeki kişilerin ortak şeyleri paylaşan birbirleriyle tanışmalarını sağladı. İnternet, insanların etkileşime girmesine izin vermiş olmasına rağmen, bu ilke, sahte profiller gibi bazı tehlikelere neden olmaktadır. Böylece gerçek veya gerçekleşmeyebilecek bazı beklentiler.

Bazı sosyal ağların analizi ile, örneğin Tinder (Başarılı bir sosyal arama çevrimiçi uygulaması), tüm dünyada daha fazla insanın bu teknolojileri bir arkadaş veya arkadaş bulmak için kullandığını anlayabiliriz. Arkadaşlık platformları olmanın ötesinde, bunların aynı zamanda yalnızlık ile mücadeleye yardımcı olan ve gerçek platformdan çevrimiçi platformlarla bağlantı kurmak için belirsiz olduğumuz için belirsiz olabilecek platformlar olduğunu varsayabiliriz.

Bu çalışma ile, günümüz yetişkinlerinin yeni medya kullanımı için motivasyonlarının ne olduğunu anlamak istedim. Facebook ve Instagram'ın en popüler sosyal ağlar olduğu ve "ruh eşi" sosyal ağlar olmasa da insanlarla tanışmak için daha fazla çaba harcadıkları sonucuna varılmıştır.

Bununla, şu anda Facebook'un, yeni insanlarla tanışmak için içerik paylaşmak için olduğu kadar, mükemmellikten sosyal ağ olduğu ortaya çıkmaktadır. Her ne kadar birçok yetişkin bu platformların yeni insanlarla tanışmakta ve geleneksel olarak yüz yüze yapmaya devam etmekte şüpheci kalmasına rağmen. Sosyal ağların hala romantik çiftler bulmaya yönelik web siteleri ve uygulamaları önünde olduğu sonucuna varıldı.

Yarının dünyasında gelişen teknoloji ile oluşturulacak sanal bir hayat biçimi öngörülmektedir. Bu sanal dünyanın baş aktörü ise yapay zeka yani insansı robotlardır. Yıllardır süregelen çalışmalar sonucunda yapay zeka teknolojisi yaşamın birçok alanında kullanılmaya başlanmıştır. Bu gelişmeler teknolojik açıdan heyecan verici yeni bir dönem başlatmıştır. Fakat gelecekte yapay zeka teknolojisinin birçok alana yayılacağını göz önüne alındığında insan ilişkilerinde ve değerinde ortaya çıkabilecek sorunlar da büyük bir tartışma konusudur. Yıllar öncesinde hayal ürünü olarak filmlerde izlenilen teknolojiler yapay zeka teknolojinin gelişmesi ile bir gerçek haline gelmiştir. 1962 yapımı Jetgiller (The Jetsons) çizgi filminde bir hayal olarak izlenen ev işlerinde yardımcı olan, düzgün iletişim kurulabilen, duyguları olan bir robot olarak tanıtılan Rossie karakteri artık günümüz teknolojisi ile gerçek olabilecek. Veyahut 2013 yapımı "Her" filminde karşılaştığımız yapay zeka ile duygusal bir ilişki yaşamak, sanal gerçekliğin artık

tek gerçeklik olduğu bir ortam bilimde yaşanan son gelişmeler mümkün kılacak görünüyor.

Yapay bir gerçeklik ortamında, kendi gerçekliği bile tartışma konusu olan bireylerin gerçek aşkı, mutluluğu aramak için iletişim yöntemini keskin bir biçimde değiştirdiği bu çalışma ile görülmektedir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

Adorno, T. (2014). Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi. (Çev. N. Ülner, & M. Tüzel, & E. Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.

Adorno, Theodor W., Horkheimer. (2014), Aydınlanmanın Diyalektiği, İstanbul, Kabalcı Yayıncılık.

Adanır, O. 2016. Baudrillard; İstanbul: Say Yayıncılık.

Bookchin, M. (1996). Ekolojik Bir Topluma Doğru. Abdullah Yılmaz (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayımları.

Baudrillard, J. (1987). Ectasy of Communication. (H. Foster, Dü.) Washington: Bay Press.

Baudrillard, J. (2011). Simülakrlar ve Simülasyon. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Baudrillard, J. (2016). Tüketim Toplumu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z. (2004). Liquid Love: On The Fragility Of Human Bonds. Rio de Janerio: Zahar.

Beniger, J. (1986) The Control Revolution: Technological and Economic- Origins of the information Society. Cambridge, MA, Harvard University Press

Castells, M. (2004), The Network Society: A Cross Cultural Perspective, Edward Elgar Pub, 22-90.

Coser, Lewis A. (2010) Sosyolojik Düşüncenin Ustaları, Çev. H. Hülür, S. Toker, İ. Mazman. Ankara: De Ki Yayınları.

Castells, M. (2008). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Birinci Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Giddens, A. (2012). Modernliğin Sonuçları. 5. Baskı. Ersin Kuşdil (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Giddens, A. (2005). Sosyoloji, Çev. Hüseyin Özel, Işıl Bayar, Zeynep Mercan, Şebnem Pala, Talip Kabadayı, Mine T. Kara, İren Dicle Aytaç, Muttalip Özcan, Ankara: Ayraç Yayınları.

Horkheimer, M. (1986), Akıl Tutulması, İstanbul, Metis Yayınları.

Hemant, P. A. (2013). Computers In Human Behavior. Ohio: Elsevier.

Jean, B. (2004). Tam Ekran. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Kenneth, M. E. (1996). A Sexual Odyssey. Springer US.

Niedzviecki, H. (2010). Dikizleme günlüğü (G. Gündüç, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Nietzviecki, H. (2011); Ben Özelim: Bireylik Nasıl Yeni Konformizm Haline Geldi, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Oppenheim, C. (1993). Virtual Reality And The Virtual Library. Information Services and Use, s. 215-227.

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

Sayımer, İ. (2012). Sanal Ortamda Halkla İlişkiler. İstanbul: Beta Yayınları

Slater, P. (1998), Frankfurt Okulu: Kökeni ve Önemi, Marksist Bir Yaklaşım, (Çev.) Ahmet Özden, İstanbul, Kabalcı Yayınevi.

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

Tüzel, M., & Elçin, G. (2011). Kültür Endüstrisi - Kültür Yönetimi. İstanbul: Metis Yayınları.

Zijderveld, A. C. (1985). Soyut Toplum, Çev:Cevdet Cerit, Pınar Yayınları, İstanbul.

Makaleler, Bildiriler, Diğer Basılı Yayınlar

Ayan, G.(2016).Tüketim Kültürü Bağlamında Kimlik İnşasının Sosyal Medya Kullanımı: Instagram Örneği(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Akarçay, E., Altunoğlu, M., Sönmez, A., Baran, A. G., Olgun, C. K., Gelekçi, C., & Yeşildal, H. (2012). Çağdaş Sosyoloji Kuramları. Eskişehir: Anadolu üniversitesi Yayınları.

Akıncı, V. Beril ve Bat (2010) "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma", Journal of Yaşar University, 2010.

Boyd, D. M. ve Ellison, N. B. (2007). "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship" Journal of ComputerMediatedm Communication, V.13, 210-230.

Collins, R. (1992) 'On the sociology of intellectual stagnation: the late twentieth century in perspective', Theory, Culture and Society, 9, pages 92-94.

Dellaloğlu, B. (2003). “Bir Giriş: Adorno Yüz Yaşında”. Cogito Dergisi, (36), 13-37. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Devecioğlu, B. (1995). Başka Dünyaların Romanları. Yeni Yüzyıl1(49), s. 21.

Elmer-Dewitt, P. (1993) ‘Cyberpunk!‘, Time (US edltion), 74 7 (6), page 59-62

Ertürk, Y.D.& Eray, T. (2016). Fenomenolojik Bir Kavram Olarak Kendilik ve Sosyal Ağlarda Kendilik Sunumu ile Narsistik Eğilimler İlişkisi: İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Ön Çalışma.Intermedia International e-Journal,3(1), 12-29.

Erbay, M. (2017). Yeni Nesil Teknolojiler İle Müzelerde Eğitim. Milli Eğitim(214), 265.

Feyerabend, P. (1978) Stience in a Free Society. London, New Left Books, pages 100-105-120.

Gönenç, E. Ö. (2003). İnternet ve Türkiyede’ki Gelişimi. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi/ Istanbul University Faculty of Communication Journal, (16).

Göker, G.(2015). İletişimin McDonaldlaşması: Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme.TurkishStudies –International PeriodicalfortheLanguages, LiteratureandHistory of TurkishorTurkic, 10(2), 389-410.

Hülür, A. B. (2017). Erving Goffman: Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu. Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR), Cilt 2, Sayı 4, 332-339

Haythornthwaite, C. (2005). “Social Networks and Internet Connectivity Effects”, Information, Communication, & Society, 8(2):125-147.

Işık, S.Yetkin (2012) Kültürel Değişim ve Ebeveynlik: Ankara Kamil Ocak Mahallesi Örneği, Tamamlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara

Jang, H. E. (2015). Proceeding Of The 33rd Annual ACM. dl.acm.org (Erişim Tarihi: 7 Ağustos 2018)

Kırık, A. & Yazıcı, N. (2017). Instagram Örneği Üzerinden Sosyal Medyada Hikâye Anlatıcılığı.Erciyes İletişim Dergisi,5(2), 82-99.

Karakullukçu, B. Sosyal Medyaya Panaromik Yaklaşım. I. Ulusal Genç Sosyal Bilimciler Kongresi, 6-8 Eylül 2012, Zonguldak (Erişim Tarihi:20 Şubat 2019)

Metin, O., & Karakaya, Ş. (2017). Jean Baudrillard Perspektifinden Sosyal Medya

Analizi Denemesi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(2), 117.

Özdemir, Z. (2015). Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı.Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,2(1), 112-131.

Özener, O., Pak, B., ve Erdem, A (2002). "Mimari Etkinlik Alanı Olarak Internet ve Yeni Perspektifler". VIII. "Türkiye'de Internet" Konferansı. http://inet-tr.org.tr/ (Erişim Tarihi: 25 Şubat 2019)

Öngen, O. (2017). Sosyal Medya Kullanıcılarının Gerçeklik Yanılgısı. Yeni Medya Elektronik Dergi, 11-12.

Papacharissi, Z. (2009). "The Virtual Geographies of Social Networks: a Comparative Analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld", New Media & Society, 11:199-220.

Sayar, Kemal (2002). "Psikolojik Mekan Olarak SiberAlan Sayar", Yeni Sempozyum 40.

Steven Levy, Hackers: Heroes of the Computer Revolution (New York, Doubleday, 1984).

Turan, S. (2002). "Teknolojinin Okul Yönetiminde Etkin Kullanımında Eğitim Yöneticisinin Rolü", Kuram ve Uygulamalarda Eğitim Yönetimi, Sayı 30, 271-81.

Yurdigül,A. (2010).Kültür Endüstrisi Bağlamında Yemek Kültürü Eleştirisi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yazıcı, M.(2013). "Toplumsal Değişim ve Sosyal Değerler" Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Volume 8/8 Summer 2013, p. 1489-1501, Ankara.

Elektronik Kaynaklar

Aktaş, C. ve Çaycı, B. (2013). "Yeni Enformasyon ve İletişim Teknolojilerinin Sosyal HayattakiRolü". https://www.academia.edu/5175989/Yeni_Enformasyon_ve_Iletisim_Teknolojilerinn Sosyal_Hayattaki_Rolu_The_Role_of_New_Information_and_Communication_Tech n ologies_in_Social_Life (Erişim Tarihi: 30 Ocak 2019).

Badoo. (2006) (https://badoo.com/en/terms/ Erişim Tarihi:18 Şubat 2019)

Becker, T. (2016). How And Why 13-24 Year-Olds Use Instagram. Social Media Week: http://socialmediaweek.org/blog/2016/01/how-why-13-24-year-olds-useinstagram/ (Erişim Tarihi: 22 Aralık 2018)

Borcsa, M., & Pomini, V. (2017). Virtual Relationships And Systemic Practices In The Digital Era.Springer Link: http://link.springer.com/article/10.1007/s10591-017-9446-6 (Erişim Tarihi: 5 Temmuz 2018)

Brooks,&Brooks, M. (2011). How Has Internet Dating Changed Society? https://internetdating.typepad.com/courtland_brooks/2011/02/how-hasinternet-dating-changed-society.html (Erişim Tarihi: 5 Temmuz 2018)

Cybercultures In Online Learning. Wiley Online Library:https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-9647.2012.00833.x (Erişim Tarihi: 11 Eylül 2018)

Doğanay, S. (2018). We Are Social (Digital in 2018) Raporu. https://medium.com/@sertacdoganay/we-are-social-digital-in-2018raporu-d9b8023cacfa (Erişim Tarihi: 20 Kasım 2018)

Ergil,D."Yabancılaşma Kuramına İlk Katkılar" (http://www.politics.ankara.edu.tr/dergi/pdf/33/3/8.pdf /Erişim Tarihi:26 Ocak 2019).

Finextra. (2017, Aralık 26). The Impact Of Virtual Reality Technology On Human Lives. Finextra:https://www.finextra.com/blogposting/14870/the-impact-of-virtualreality-technology-on-human-lives (Erişim tarihi: Temmuz 17, 2018)

Güzel, M. (2006). Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü. Küresel İletişim Dergisi,sayı1,Bahar2006.file:///C:/Users/Yaprak/Desktop/K_Resellesme,%20internet%20ve%20gen_Lik.%20mehmet%20g_Zel.Pdf (Erişim Tarihi:20.02.2019)

Gürhani, Nihal (2004). "On-Line (Çevrimiçi) Toplumun Doğuşu," http://sinemafanatik.com, (Erişim Tarihi: 30.01.2019)

GOOGLE+,https://www.google.com/intl/tr/+/learnmore/index.html(Erişim Tarihi:26.02.2019)

Gupta,A.(2018). Why Facebook App So Popular?Floret News: https://www.floretnews.com/why-facebook-app-sopopular/ (Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2018)

Hürriyet. (2015). Tinder'da Eş Bulmanızı Sağlayacak Robot El Yaptılar. http://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/tinderda-es-bulmanizi-saglayacak-robotel-yaptilar-40027297 (Erişim Tarihi: 13 Ekim 2018)

Işıklı, H. (2001). İnternet Alan İsimleri Sistemi.

http://afyonluoglu.org/PublicWebFiles/Reports-TR/genel/2001-02-İnternet%20Alan%20İsimleri%20Sistemi.pdf (Erişim Tarihi:06.02.2019)

Jaffe, M. J., & Lee, Y. E. (1995). Gender, Pseudonyms, and CMC: Masking Identities And Baring Souls. 45th Annual Conference of the International Communication Association: http://smg.media.mit.edu/library/jaffe1995.html (Erişim Tarihi: 9 Tammuz 2018)

Kutup, N. (2010). İnternet ve Sanat, Yeni Medya ve Net.art. Akademik Bilişim (10), 9-20. http://internetarsivi.metu.edu.tr/tarihce.php (Erişim Tarihi: 06.02.2019)

Nations, D. (2017). What Is A Hashtag On Twitter? Lifewire: http://www.lifewire.com/what-is-a-hashtag-on-twitter-3486592 (Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2018)

Ofluoğlu, G. ve Büyükyılmaz, O. (2008). "Yabancılaşmanın Teorik Gelişimi ve Tarihsel Süreç İçinde Farklı Alanlarda Görünümleri", Kamu-İş Dergisi, Cilt No: 10, sayı 1, 113-144. http://www.kamu-is.org.tr/pdf/1015.pdf (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2019).

Sağ, V. (2003). Toplumsal Değişim ve Eğitim Üzerine, C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, s.11-25, http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/79.pdf (Erişim Tarihi: 08.02.2019)

Social Networking a Quantitative and Qualitative Research Report into Attitudes, Behaviours ans Use (2008). Research Document, http://news.bbc.co.uk/2/shared/ bsp/hi/pdfs/02_04_08_ofcom.pdf, (Erişim Tarihi: 15.02.2019)

Science Direct:http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563211000379 (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2018)

Satistica. (2017). Number Of Monthly Active Instagram Users From January 2013 to June 2018 (in millions). Satistica: www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagramusers/ (Erişim Tarihi:20 Ağustos 2018)

Sutherland, I.(1965).'The ultimate display', Proc-eedings of international Federation of Information Processing Congress, pages 506-iO8; see also the author's overview of the early history of virtual reality 'Virtual reality in the real world: history, applications and projections', p. 963-973. (Erişim Tarihi:18. Şubat 2019)

Telegraph, T. (2017) Rise Of The 'Digisexual' As Virtual Reality Bypasses Need For Human Intimacy. The Telegraph: http://www.telegraph.co.uk/science/2017/11/26/rise-digisexualvirtual-reality-bypasses-need-human-intimacy/ (Erişim tarihi: Temmuz 3, 2018)

Teknoloji,S.(2017,).CatfishNedir?SonsuzTeknoloji: https://www.sonsuzteknoloji.com/catfish-nedir/ (Erişim Tarihi:20 Ağustos 2018)

Uzunlar, U. C. (2018). Dijital Reklam Yeni Trendlerle Buluşuyor. Fikirmod Blog: https://blog.fikirmod.com.tr/2018/09/dijitalreklam-yeni-trendlerle-bulusuyor/ (Erişim Tarihi:20 Kasım 2018)

Yılmaz, G. (2008). "Kapitalizmde Zaman-Mekan Sıkışması",

http://www.yenidenatilim.com/FileUpload/ks892/File/yilmaz.pdf(Erişim Tarihi:09.02.2019).

Webtekno. (2017) Tinder'da Profil Açılan Robot, 2 Saatte 92 Eşleşme Aldı. Webtekno: https://www.webtekno.com/tinder-da-profil-acilan-robot-2-saatte-92-eslesme-aldi-h55528.html adresinden alındı / (Erişim Tarihi: 17 Ağustos 2018)

World, T. P. (2015). Yes, Teens and Adults Use Instagram Differently. Third Parent Protective Parenting for the Digital World: http://blog.thirdparent.com/yes-teens-and-adults-use-instagramdifferently/ (Erişim Tarihi: 17 Ağustos 2018)

Whitwam, R. (2011). How Steve Jobs Killed The Stylus And Made

Smartphones Usable. Extreme Tech: http://www.extremetech.com/computing/98923-how-steve-jobs-killed-thestylus-and-made-smartphones-usable. (Erişim Tarihi:20 Eylül 2018)

Wheeler, S. (2012). In: Connected Minds, Emerging Cultures: Cybercultures In Online Learning. Wiley Online Library: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-9647.2012.00833.x (Erişim Tarihi: 11 Eylül 2018)

(https://wearesocial.com/, Erişim tarihi: Temmuz 17, 2018).

ÖZGEÇMİŞ

1992 İstanbul/Üsküdar doğumlu olan Meltem Gülhan, ilköğretimine Üsküdar Sabri Artam İlköğretim Okulu'unda başlamıştır. Üsküdar Burhan Felek Lisesi'nde lise eğitimini tamamlayarak, 2010 yılında Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık bölümünü kazanmış, 2014 yılında mezun olmuştur. 2015 yılında ABD'nde American Language Center'da İngilizce dil eğitimi almış ve 2016 yılında Türkiye'ye dönüp Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Tasarımı ve Bilişim Teknolojileri Anabilim Dalı, Görsel İletişim Tasarımı ve Reklamcılık Yüksek Lisans Programı'na başlamıştır. 2017 yılının güz döneminde Erasmus Plus Programı ile Portekiz'de bulunan Porto Üniversitesi'nde öğrenim görmüştür. Halen Cornea Digital'de Adwords Hesap Yöneticisi olarak çalışmaktadır.