

T.C
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR İÇİNDE İNTERNET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MEHMET GÜZEL

ANABİLİM DALI : İLETİŞİM

PROGRAMI : İLETİŞİM BİLİMLERİ

DANIŞMAN : DOÇ. DR. HÜRRİYET KONYAR

KOCAELİ, 2006

ÖNSÖZ

Bu çalışma, her şeyden önce kişisel gözlemlerle başlayan bir sürecin ürünü olarak nitelenebilir. Araştırmacı, kendisi de bir genç olarak çevresinde ve kendisinde yaşadığı değişiklikleri sorunlaştırarak araştırmaya başlamıştır. Bir tarafta vazgeçilmezlerimizden biri olan internet ve internetin sınırsız olarak nitelenen imkanları, gençlik için sundukları, diğer tarafta ise gerçek hayattan kaçış ve özgürleşme çabaları...İnternetin çelişkili doğasında bir arayış, bir anlamlandırma çabası bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmuştur.

Uzun ve yorucu bir çalışma sürecinin sonunda, ilk olarak Kocaeli’de kapısını ilk çaldığım zamandan beri hiçbir konuda desteğini esirgemeyen, değerli tez danışmanın Doç. Dr. Hürriyet Konyar’a teşekkürü bir borç bilirim. Sadece akademik anlamda değil her konuda vermiş olduğunuz destek ve yüreklendirmeniz olmasaydı bu çalışma bitmezdi.

Araştırmamın jürisinde yer almayı kabul eden değerli hocalarım, Doç. Dr. Mete Çamdereli ve Doç. Dr. Hasan Akbulut’a sundukları katkılar için sonsuz teşekkürler..

Çalışmamın her aşamasında doğrudan ve dolaylı olarak destek olan bütün dostlarıma,

Son olarak, akademisyenlik umuduyla çıktığım bu yolda her türlü fedakarlığı ve hoşgörüyü gösteren aileme ne kadar teşekkür etsem azdır. Onları az görülen türden bir adanmışlık hikayesidir. Emeginiz ödenemez...

İstanbul, Mayıs 2006

Mehmet Güzel

KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
İLETİŞİM YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR İÇİNDE İNTERNET

ÖZET

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

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

Tezi Hazırlayan : Mehmet GÜZEL
Tez Danışmanı : Doç. Dr. Hürriyet KONYAR
Tez Kabul Tarih ve No :
Jüri Üyeleri : Doç. Dr. Mete ÇAMDERELİ
: Doç. Dr. Hasan AKBULUT

KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
İLETİŞİM YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR İÇİNDE İNTERNET

ABSTRACT

At this study, internet is dealt with the process of globalization as basic cultural forms and identities which are constituted in a cultural atmosphere and which these topics are being circulated rapidly in a technological system. The basic goal of this study is to make an analysis of how the basic cultural forms and identities that are constituted with globalization process are montaged and become diffused. For this aim, firstly, the varieties that are revealed technological developments which are accelerated in economic area in 1970's, are studied and the relationship between this varieties in cultural area and communication, technology of computer is emphasized. Especially, it is focused on global network is constituted by technology of internet and communication and how the global culture is formed as basic culture forms.

The internet site is called www.bizlergenciz.com is analysed by establishing relation between basic cultural forms, culture of internet, culture of youth and identity, after the meaning is cleared by cultural and technological properties, forms, imaginary atmosphere, imaginary reality of internet. The aim is to reveal how the relation between internet that is launched as new, boundless and a free atmosphere and basic culture elements with culture of youth is established. In this methodology part, the configuration and the language of www.bizlergenciz.com site is revealed by the analysis of the forms that presents how it montaged youth and identity.

Tezi Hazırlayan : Mehmet GÜZEL

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Hürriyet KONYAR

Tez Kabul Tarih ve No :

Jüri Üyeleri : Doç. Dr. Mete ÇAMDERELİ

: Doç. Dr. Hasan AKBULUT

İÇİNDEKİLER DİZİNİ

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER DİZİNİ.....	iv
KISALTMALAR DİZİNİ.....	vi
ŞEKİLLER VE GRAFİKLER DİZİNİ.....	vii

I. GİRİŞ.....	1
----------------------	----------

II. BÖLÜM

KÜRESELLEŞME

2.1. Küreselleşme ve Ekonomik Gelişmeler.....	5
2.1.1. Kapitalizmin Yeniden Yapılanması Olarak Küreselleşme.....	13
2.1.2. Fordist Dönem.....	13
2.1.3. Postfordist Dönem.....	17
2.2. Küreselleşme, Toplumsal ve Kültürel Değişimler.....	21
2.2.1. Küreselleşmenin Bir Boyutu Olarak Kültür.....	22
2.2.2. Enformasyon Toplumu.....	25

III. BÖLÜM

KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR VE MEDYA

3.1. Kültürel Çalışmalar ve Medyaya Yaklaşımlar.....	27
3.1.1. Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi.....	28
3.1.2. Araççı Yaklaşım.....	31
3.1.3. Ekonomi Politik Yaklaşım.....	32
3.1.4. Kültürel Çalışmalar.....	34
3.1.5. İnternet, Kültür ve Hegemonya.....	36

IV. BÖLÜM

İNTERNET VE GENÇLİK

4.1.1. İnternet Tarihi.....	43
4.1.2 Teknolojik ve Kültürel Bir Alan Olarak İnternet.....	45
4.1.3. İnternet ve Gençlik	51
4.1.4. www. bizlergenciz.com sitesi.....	53
4.1.5.Genç Kullanıcılar ve Kimlik Profilleri.....	54

V. SONUÇ.....	60
----------------------	-----------

YARARLANILAN KAYNAKLAR.....	62
------------------------------------	-----------

KISALTMALAR DİZİNİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ARPANET	: İleri Araştırma Projeleri Ajansı Ağı – <i>Advanced Research Project Agency Network</i>
HTML	: Yüksek tanımlı Metin Düzenleme Dili – <i>Hyper Text Markup Language</i>
HTTP	: Yüksek tanımlı Metin Aktarma Protokolü - <i>Hyper Text Transfer Protocol</i>
ODTÜ	: Ortadoğu Teknik Üniversitesi
WWW	: Dünya Çapında Ağ – <i>World Wide Web</i>

GRAFİKLER DİZİNİ

<u>No</u>	<u>Grafik Başlığı</u>	<u>Sayfa</u>
Grafik 1:	Bizlergenciz.com Adlı Sitenin Ana Başlıkları.....:	53
Grafik 2:	Site Kullanıcılarının Cinsiyet Dağılımı.....:	55
Grafik 3:	Kullanıcıların Eğitim Durumu.....:	55
Grafik 4:	Tartışma Grubundaki Başlıklar ve Mesaj Sayıları.....:	58

I. GİRİŞ

Geçtiğimiz yüzyılın son çeyreğine damgasını vuran, tarihsel açıdan tarım ve sanayi devrimlerinden sonra üçüncü bir devrim olarak nitelenen internet ya da daha geniş bir tanımlamayla iletişim ve bilgisayar teknolojilerinde ortaya çıkan hızlı gelişmelere tanık olmaktadır. Bu gelişmelerle birlikte internetin hızlı ve kapsamlı bir şekilde etkisini arttırması onu bir teknolojik yenilik olmanın ötesine taşıdı. İnternet bir siyaset, ekonomi, kültür ve kimlik alanı olarak tartışılmaya başlandı. İnternetin teknolojik özellikleri sayesinde küreselleştirici bir etkiye sahip olması, 1970’li yıllarda hızlanan “küreselleşme”, “enformasyon çağı”, “sanayi sonrası toplum” tartışmalarının da merkezinde yer almasına neden oldu. Bu nedenle, bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin gelişim süreci 1970’li yıllarla birlikte ortaya çıkan makro gelişmelerin dışında düşünülemez. Küreselleşmenin hız kazanması ve kapitalizmin yeniden yapılanması sürecinde iletişim ve bilgisayar teknolojileri ekonomik, siyasal ve kültürel alanların dönüşmesinde önemli işlevler üstlendi. Özellikle internetin yeni bir kültürel mekan, gerçeklik, özgürlük alanı ve ekonomik bir pazar olarak ortaya çıkması, küresel değerlerin, kültürel formların, kimliklerin, alışkanlıkların hızlı bir şekilde dolaşıma sokulmasını sağladı. Bir bakıma internet küresel sistemin kültürel mecrası halini aldı.

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

İnternetin teknik özellikleri sayesinde dünya çapında yayılması kültürel alanda her türlü alışverişi ve ilişki biçimlerini hızlandırdığı ve ülkeler, topluluklar, kültürler

arasındaki karşılıklı etkileşimi arttırdığı söylenebilir. Türkiye özelinde baktığımızda ise 1990'lı yıllarda kullanılmaya başlanan internet, üzerinden geçen on yılı aşkın sürede iletişim ve kültürel alanda vazgeçilmez bir ortam halini almıştır.

İnternetin Türkiye'ye girmesi ve yaygın olarak kullanılmaya başlandığı yıllar, kapitalizmin küresel anlamda yeniden yapılanmasına paralel olarak kritik yıllardır. 1980'li yıllarda başlayan küresel yeniden yapılanmaya eklemleme süreci ve neoliberal politikalar göz önüne alındığında Türkiye'nin ekonomik, siyasal ve kültürel açıdan önemli değişimler yaşadığı söylenebilir. Piyasa ekonomisine geçilmesiyle birlikte piyasa merkezli, tüketimle şekillenen bir kültürel durumun ortaya çıktığı söylenebilir.

12 Eylül darbesiyle birlikte ortaya çıkan çalkantılar, özgürlüklerin kısıtlanması, toplumsal muhalefetin bastırılması gibi etkenler, 1980'lerin başında doğan ve 1990'lı yıllarda hayata atılacak olan gençleri derinden etkiledi. 80 sonrası kuşak olarak nitelenen siyasete ilgisiz ve yalnızlaşmış bu kesim, kendini ifade etme, toplumsal bir kimlik kazanma, birey olma, özgürleşme, hayata dair inisiyatif alma noktalarında sürekli engellerle karşılaştı. İşte böyle bir ortamda toplumsal/kültürel bir alan olarak internet, gençlik için “yeni bir dünya”ya açılan pencere olarak gündemimize girdi. Gençlik, toplumsal yaşantısındaki sıkışmışlığı, yalnızlığı, durağanlığı sanal alemin sınırsız dünyasında gidermeye başladı. Gençlik, eğlenmeye, arkadaşlık kurmaya, alışveriş yapmaya, tüketmeye ve özgürce hareket etmeye başladığını düşündüğü bu mecrada aynı zamanda küresel sistemin kültürel mantığının pazarlanmasına da eklemleme başladı. Tüketim kültürüyle, eğlenceyle, modayla, imajlarla, hedonizmle ifade edilebilecek olan başat kültürel formlar ve kimlikler internet dolayısıyla gençlerin ilgi odağı oldu. Dolayısıyla gençlik artık gerçek yaşamda kuramadığı ilişkileri, kimlikleri ve kültürel ortamı internette yaşamaya başladı.

Ağ vasıtasıyla birbirine bağlanan kültürlerin, kimlikleri birbirini etkilemesi kaçınılmazdır. Küresel sistemin kültürel mecrası olarak nitelenebilecek olan internet doğal olarak küresel ölçekte ve başatlaşmış bir kültürü ağlar arasında sınırsız sayıdaki noktaya çeşitli yollarla taşımaktadır. Özellikle internette pazarlama ve alışveriş imkanlarının ortaya çıkması interneti daha da cazip hale getirmiştir. Bunun yanında internette her kesime hitap eden sayfaların ortaya çıkması beraberinde çeşitli kültürel formları ve kimlikleri de ortaya çıkarmıştır. Kadınlar ya da gençler için farklı sitelerin

açılması gibi. Bu minvalde yapılanan internette, gençlikle ilişkili olarak eğlenceyle, modayla, imajlarla, oyunlarla, sanal ilişki biçimleriyle ve tüketimle dolayımlanmış başat kültürel formların ve kimliklerin nasıl ortaya konduğu ve bunun nasıl bir kültürel duruma işaret ettiği bu çalışmanın temel amacı olarak ifade edilebilir. Ayrıca, internetin Türkiye'ye giriş koşulları ve gençliğin internetle kurduğu ilişki bağlamında yeni, sınırsız ve özgürleştirici bir alan olarak ortaya çıkan internette, başat kültürel öğelerle gençlik arasındaki ilişkinin nasıl kurulduğunu bulgulamak da amaçlanmıştır. Bu amaçla, bizlengenciz.com adlı internet sitesinin çözümlemesi yapılarak sitenin, nasıl bir gençliğe hitap ettiği, nasıl bir gençlik profili sunduğu ve gençliğe kültürel alanda neler vaat ettiği? gibi soruların yanıtları aranacaktır. Bunları yaparken ne tür kodların kullanıldığı ve nasıl bir bağlama oturtulduğu gibi soruların da cevaplaması amaçlanmaktadır. Diğer taraftan Türkiye'deki İnternet incelemelerinin özellikle kültürel alanla ilgili olanlarının sınırlı olması göz önünde alındığında bu çalışmanın, alandaki yapılacak çalışmalara katkı sunması da amaçlanmaktadır.

Bu çalışmada internet, küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan teknolojik gelişmelere paralel olarak küreselleşme süreçlerine yaptığı katkılarla birlikte ele alınmıştır. Dolayısıyla internet ve son dönemde yaşanan küresel ölçekteki gelişmeler arasında karşılıklı bir ilişkinin olduğu varsayılmıştır. Çünkü bir taraftan küresel ölçekte yaşanan teknolojik gelişmeler internetin yayılmasını hızlandırırken; diğer taraftan İnternet de sınırları aşarak hem ekonomik hem de kültürel alanda küreselleşmeye önemli katkılar sunmuştur. Ayrıca internetin son 25-30 yıllık süreç içinde dünya ölçeğinde yayılmasıyla ilişkili olarak ekonomik ve siyasal alanlarla birlikte en fazla kültürel alanda etkili olduğu varsayılmıştır. Ayrıca İnternet, her ne kadar teknolojik bir yenilik ve fiziksel ağlardan oluşan bir ortam olsa da, bu çalışmada, iletişim/etkileşim ve eğlence ortamı olma özelliğiyle, toplumsal/kültürel bir mecra olarak sınırlandırılmış ve bu bağlamda ele alınmıştır.

Bu çalışmada, toplumsal/kültürel bir mecra olarak ele alınan internet kültürel çalışmalar yaklaşımının medya konusundaki bakış açısı bağlamında değerlendirilecektir. Kültürel çalışmalar yaklaşımına göre kültürü biçimlendiren aktörlerin başında medya gelmektedir. Medya günümüz toplumunda kültürel alanı şekillendiren, ona yön veren ve toplum için kültürel referans çerçevesi çizen etkili bir

araç olarak görülmektedir. Özellikle medyanın başat kültürel formları oluşturmada ve toplumsal anlamda bir ortak duyu yaratma konusundaki potansiyeli kültürel çalışmaların ilgi odağıdır. Kültürel çalışmalar kuramcılarınca yeni zamanların en etkili aracı olarak nitelenen İnternet diğer kitle iletişim araçlarında olduğu gibi kültürel formlar ve kimliklerin anlamlandırılması açısından önemli bir analiz birimi olarak ele alınmaktadır.

Kültürel çalışmalar yaklaşımında temel yönelim metinlerin analizi yönündedir. Özellikle internetteki metinlerin kültürel bağlamla birlikte analiz edilmesi bu alanın anlaşılması açısından önemli ipuçları vermektedir. Bu çalışma özelinde internetin sunmuş olduğu metinlerle çoğunlukla yerleşik, başat değerleri ve kültürel formları etkili bir şekilde temsil etmek konusunda önemli bir potansiyele sahip olduğu düşünülmektedir. Bu açıdan site çözümlemesi yapılırken ele alınacak metinler, materyaller, profiller ve kültürel göstergelerin nasıl bir kültürel durumu yansıttığı üzerinde durulacaktır.

Çalışmanın genelinde literatür tarama yöntemi kullanılmış olup konuyla ilgili kaynaklar taranmış ve çalışmanın kuramsal çerçevesi çizilmiştir. Daha sonra oluşturulan kuramsal çerçeveye paralel olarak, tartışılan konular bizlergenciz.com adlı site üzerinden çözümlenmeye çalışılmıştır. Bu yapılırken iki aşamalı bir yol izlenmiştir. İlk olarak sitedeki başlıklar, materyaller, sunulan içerikler, kısaca bir metin olarak ele alınan site Althusserci anlamda çağırma, bir kimliğe ve kültürel forma davet etme bağlamında çözümlenmiştir. İkinci olarak ise siteyi aktif olarak kullanan, içerikleri takip eden ve toplumsal bir ortam olarak gördükleri arkadaş arama ve tartışmalar bölümüne dahil olan gençlerin profilleri çıkarılarak, kendilerini nasıl bir kimlikle sundukları ele alınmıştır.

II. BÖLÜM

KÜRESELLEŞME

2.1. Küreselleşme ve Ekonomik Gelişmeler

Bu çalışmasının temel çerçevesini oluşturan küreselleşme, ekonomik, kültürel ve politik bileşenleriyle birlikte bir süreçler bütünü olarak ele alınacaktır. Çalışmanın ilk bölümünde önce küreselleşmenin genel bir tasviri yapılacak ve küreselleşme ile ilgili yaklaşımlar ele alınacaktır. Daha sonra ise kapitalizmin yeniden yapılanması ve küreselleşmesi bağlamında ekonomik dönüşümler analiz edilecektir. Kısaca fordizmden postfordizme geçiş olarak kavramsallaştırılabilecek bu süreç, yeni ekonomik ve kültürel yapılanmayı içinde barındıran dinamiklerle birlikte çözümlenecektir.

Son yıllarda ortaya çıkan ve sıklıkla kullanılan birçok kavramın hayatımıza girdiğini görmekteyiz. Küreselleşme de bu kavramlardan biridir. Birçok kavram gibi küreselleşme de kitabi anlamda alıştığımız tanıımı yapılabilecek bir kavram değildir. Çok fazla değişkeni ve yaklaşımı barındırması nedeniyle, yapılabilecek tanımlar sınırlı kalmaktadır. Bu nedenle küreselleşme bir süreçler bütünü olarak ele alınacaktır.

Küreselleşme, içinde farklı değişkenleri barındıran bir olgu ve süreçler bütünü olarak ifade edilebilir. Ekonomik, siyasal ve kültürel alan küreselleşmeyi açıklayan temel dinamiklerdir. Küreselleşme tarihsel olarak değerlendirildiğinde köken olarak görece eski tarihlere dayanmaktadır. Hatta bazı kuramcılar tarafından coğrafi keşiflere kadar götürülmektedir. Ancak kavram günümüz açısından daha çok 20. yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan ve kapitalizmin yeniden yapılanmasıyla ilişkilendirilebilecek gelişmelerle açıklanabilir. Özellikle bu dönemde teknolojik gelişmelerin hız kazanması, üretim ve tüketim süreçlerinde önemli rol oynamaya başlaması ve küresel ölçekte yoğunlaşması, kapitalizmin girdiği krizden çıkma sürecini hızlandırmıştır. Bir başka ifadeyle, bu dönemde kapitalizm, küreselleşmenin sağladığı olanaklarla bir dünya sistemi olma yolunda önemli mesafe kaydetmiştir. Bu çalışmada, teknolojik gelişmeler ve kapitalizmin yeniden yapılanması temel odak noktasını oluşturacağı için küreselleşme bu bağlamda ele alınacaktır.

Kavram olarak küresel sözcüğünün kökeni 400 yıl öncesine gitse de küreselleşme oldukça yenidir. İlk olarak 1960'larda ortaya çıkan küreselleşme kavramı, 1980'lerde ise sıkça kullanılmaya başlanmıştır. 1990'lara gelindiğinde ise bilim adamlarının önemini kabul ettiği bir sözcük haline gelmiştir¹. Bauman'ın belirttiği gibi küreselleşme “parolaya dönüşen bir moda deyim, sihirli bir sözcük, geçmiş ve gelecek tüm gizlerin kapılarını açacak bir anahtardır.”² Yine Bauman küreselleşmenin süreç yönüne vurgu yaparak, küreselleşmeyi dünyanın kaçamayacağı kaderi, geri dönüşü olmayan bir süreç”³ olarak nitelemektedir. Başkaya ise fazlasıyla ideolojik anlamlar yüklendiğini düşündüğü küreselleşme kavramını, yansız anlamı söz konusu olduğunda, “insanlar, toplumlar, uluslar arasındaki karşılıklı ekonomik, ticari, siyasi, sosyal ve kültürel ilişkilerin dünya ölçeğinde gelişmesi, yaygınlaşması.”⁴ şeklinde tanımlamaktadır. Ancak bu yansız tanımlamanın dışına çıkıldığında küreselleşme süreci, dünya üzerinde yaşayan her ulusun, her toplumun ve her insanın hep beraber gerçekleştirmekte karar kıldığı bir olgu değildir. Küreselleşme, küreselleşmeyi düşünsel, kültürel ve ekonomik bir proje olarak tasarlayıp uygulamaya yönelenlerin olayıdır. Kısaca küreselleşme düşünsel, kültürel ve ekonomik bağlamda yani bütününde, öznesinden bağımsız düşünülemez. Kuşkusuz bu özne tarihsel, düşünsel ve ekonomik olarak Batı'nın, Batı uygarlığının kendisidir.⁵

Marshall ise küreselleşmenin dünya çapında ortaya çıkan ekonomik, siyasal ve kültürel bir sistem olarak şekillenmesinin genel bir tasvirini şu şekilde yapmaktadır:

Dünya çapında uydu enformasyon sisteminin varlığı; küresel tüketim ve tüketim kalıplarının ortaya çıkması; kozmopolit yaşam tarzlarının gelişmesi; olimpiyat oyunları, futbolda dünya kupası ve uluslar arası tenis turnuvaları gibi dünya çapındaki spor dallarının gelişmesi; ulus-devletlerin hakimiyetinin gerilemesi, global bir askeri sistemin ortaya çıkması; aids gibi tüm dünyaya yayılan sağlık problemleriyle karşılaşılması Milletler Cemiyeti ve Birleşmiş Milletler gibi dünya çapında siyasal sistemlerin kurulması... insan hakları kavramının, kapsamının genişlemesi ve dünya dinleri arasındaki etkileşimler. Daha önemlisi *küresellik dünyayı tek bir yer olarak kavrayan yeni bir bilincin şekillenmesini kapsamaktadır* ve küresellik bu doğrultuda ‘bir bütün olarak dünyanın somut yapılaşması’ şeklinde, yani ‘dünya’nın sürekli yeniden kurulan bir çevre olduğu düşüncesinin küresel düzeyde yayılması ekseninde tarif edilmiştir. Çağdaş

¹ Bozkurt Veysel. **Küreselleşme: Kavram, Gelişim ve Yaklaşımlar.**

<<http://seterisparibus.net/dunya/kuresellesme.html>> 2004, s.1.

² Bauman Zygmunt, **Küreselleşme: Toplumsal Sonuçlar.** (Çev: Abdullah Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999, s.7.

³ Bauman, **a.g.e.**, s.7.

⁴ Başkaya Fikret, **Kavram Sözlüğü: Söylem ve Gerçek.** İstanbul: Maki Yayınları, 2005, s.325.

⁵ Erkızan Hatice Nur, “Küreselleşmenin Tarihsel ve Düşünsel Temelleri Üzerine”. **Doğu-Batı**, (18), 2002, s.57-71.

küreselleşme kuramına göre, küreselleşme bütünüyle çelişkili iki süreç olan türdeşleşme ve farklılaşmadan oluşur.⁶

Bauman'a göre küreselleşme birleştirdiği kadar böler de; birleştirirken böler-yerkürenin tek tipliliğini artıran nedenlerle bölen nedenler özdeştir. İş ve finans dünyasının ve enformasyon akışının yerküre çapında ortaya çıkışının yanı sıra bir "yerelleşme", mekan sabitleme süreci de işlemektedir... Bazıları için küreselleşme olarak görülen şey başkaları için yerelleşme anlamına geliyor.⁷ Aynı şekilde Hall da küreselleşmenin çelişkili, iki uçlu yönüne vurgu yaparak, sürecin yerel-küresel olmak üzere ikili etkileşimler şeklinde ilerlediğini ve bu bağlamda farklılıkların ve direnme noktalarının ortaya çıkma potansiyelinin olduğunu belirtir.⁸

Küreselleşmeyi kapitalizmin endüstriyel gelişmesiyle ilişkilendiren Suğur, kavramı "kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasına paralel olarak ekonomik, politik ve kültürel düzeyde çok yönlü olarak iç içe girdiği ve dünyanın bir ucunda oluşmakta olan olayların, kararların, çalışmaların ve etkinliklerin yöresel ve ulusal sınırlar ötesindeki toplumları etkileyebilmesi olarak tanımlamaktadır."⁹ Bu tanımlama, McLuhan'ın "evrensel köy" benzetmesiyle işaret ettiği, birbirinden daha fazla haberdar olan bir dünya düzenine denk düşen, küresel ölçekte işleyen ve sınırları aşarak toplumları ve kurumları yeni zaman-mekan bileşimlerinde entegre edip bağlayarak, gerçekte ve deneyimde dünyayı birbirine daha bağlı duruma getiren süreçler¹⁰ şeklindeki çözümlemelerle örtüşmektedir.

Waters (1995) tamamlanmamış bir olgu olarak değerlendirdiği küreselleşmenin ekonomik, siyasal ve kültürel olmak üzere, hayatın üç alanında etkili olduğunu belirtmektedir. Ekonomik alan mal ve hizmetlerin üretimi, dağıtımı ve tüketimini içermektedir. Siyaset alanında gücün yoğunlaşması, savunma ile ilgili örgütlenmeler, bunların kurumlaşmış olarak otorite ve diplomasiye yansımaları yer almaktadır. Kültürel alan ise olaylar, etkiler, anlamlar, inançlar ve değerleri temsil eden sembollerin üretimini

⁶ Gordon Marshall, **Sosyoloji Sözlüğü**. (Çev. Osman Akınbay ve Derya Kömürcü) Ankara: Bilim ve Sanat, 1999, s.449

⁷ Bauman, **a.g.e.**, s.8.

⁸ Hall Stuart, "Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik", Der., A. King. **Kültür, Küreselleşme ve Dünya-Sistemi**. (Çev: Gülcan Seçkin ve Ü. Hüsrev Yolsal), Ankara: Bilim ve Sanat, 1998, s.47.

⁹ Suğur Nadir, "Küreselleşme Üzerine", **Birikim** (73), 1995, s.56-66.

¹⁰ Larrain George, **İdeoloji ve Kültürel Kimlik**. (Cev. N. Domaniç), İstanbul: Sarmal Yayınevi, 1995, s.207.

kapsamaktadır.¹¹ Wallerstein ise küreselleşme olgusunu kapitalist ekonomik sistemin işleyişine bağlı olarak incelemektedir. Wallerstein'a göre küreselleşmeyle birlikte kapitalizmin bir dünya sistemi olması kaçınılmazdır:

Küreselleşme, kapitalist sermayenin sınır tanımayan yayılmacılığının ve buna bağlı olarak ortaya çıkan uluslararası işbölümünün bir yansımasıdır. Küresel dönüşümler kapitalist sermayenin sürekli genişlemek istemesinin doğal bir sonucudur. Kapitalist dünya ekonomisinin genişlemeye her zaman gereksinimi olmuştur ve bu nedenle son 400 yılda Avrupa merkezli bir sistemden bütün küreyi kapsayacak bir sisteme geçmiştir.¹²

Giddens'a göre küreselleşme modernitenin bir sonucudur ve bu süreç, kapitalist modernitenin dayandığı ekonomik, politik ve kültürel gelişmelerin dünya çapında yaygınlaşmasından başka bir şey değildir... bu nedenle Giddens küreselleşme sürecinin 'geç modernite' (late modernity) olarak ele alınmasının doğru olacağını belirtmektedir.¹³ Giddens modernliğin sonucu olarak gördüğü küreselleşmeyi, köken olarak batı ile ilişkilendirmektedir. Ne var ki modernlik, küreselleştirici eğilimleri açısından batılı değildir. Süreç içindeki etkileşimler yeni bağımlılıklar, yeni oluşumlar ortaya çıkarabilecektir.¹⁴

Giddens'a göre küreselleşme ancak zaman ve mekansal (time and space) bağlamında açıklanabilir. Modern çağ öncesinde toplumlar birbirinden zaman ve mekansal açıdan çok uzaktı ve toplumlar arası iletişim oldukça sınırlı boyutlardaydı.¹⁵ Bu bağlamda Giddens küreselleşmeyi, zaman ve mekansal olarak birbirinden oldukça uzakta gelişen olayların yerel oluşumları biçimlendirmesi ve dünya ölçeğindeki toplumsal ilişkilerin yoğunlaşması olarak değerlendirmektedir. Ayrıca Giddens küreselleşmenin dört boyutta ele alınması gerektiğini iddia etmektedir:

Birincisi dünya kapitalist ekonomisidir. Buna göre kapitalizmin 16. ve 17. yüzyıllarda ortaya çıkmasıyla birlikte, küresel dünya düzeni siyasal güçten çok ekonomik güce dayanmaktadır. Çünkü dünya kapitalist ekonomisi ticaret ve sanayi bağlantı merkezleri yolu ile bütünleşmiştir. Bu nedenle dünyamızdaki ekonomik küreselleşmede en önemli rolü oynayan kapitalist dünya ekonomisidir. İkincisi ulus-devlet sistemidir. Giddens'a göre ulus-devletler küresel politik düzenin en önemli üyesidirler, çünkü ulus-devletler bölgesel ve uluslararası ekonomik politikaların yürütülmesi, uygulanması ve

¹¹ Aktaran, Aslanoğlu Rana., **Kent, Kimlik ve Küreselleşme**. Bursa: Asa Kitabevi, 1998, s.137.

¹² Aktaran, Suğur, **a.g.e.**, 1995, s.61.

¹³ Suğur, **a.g.e.**, 1995, s.58.

¹⁴ Aslanoğlu, **a.g.e.**, 1998, s.130.

¹⁵ Aktaran, Suğur, **a.g.e.**, 1995, s.57.

düzenlenmesinde oldukça etkin rol almaktadırlar. Küreselleşmenin üçüncüsü boyutunu ise dünya askeri düzeni oluşturmaktadır. Askeri gücün küreselleşmesi ve silahlanma ve birden fazla ülkenin (örneğin NATO) silahlı güçlerini birleştirmeleridir. Böylece belirli bir bölgede olan çatışma o bölgedeki ulusların bağlı bulunduğu uluslar arası askeri örgütleri kolayca harekete geçirebilmekte ve yerel çatışmalar bütün dünyayı ilgilendiren bir küresel sorun haline gelebilmektedir... Giddens küreselleşmenin dördüncü ve son boyutunu uluslar arası işbölümü olarak açıklamaktadır. Endüstriyel gelişmeye bağlı olarak gelişmiş ve az gelişmiş ülkeler arasındaki farklılaşmaları da kapsamına alan ve sürekli genişleyen bir küresel işbölümünden söz etmek mümkündür.¹⁶

Robertson, küreselleşme sürecinin coğrafi keşifler, güneş merkezli evren teorisi, dünyanın ilk haritasının yapılması böylece Yer'e ilişkin ilk genellemelerde bulunması ile başladığını belirtir. Ancak bir kavram olarak küreselleşmeyi hem dünyanın küçülmesine hem de bir bütün olarak dünya bilincinin güçlenmesine gönderme yaptığı şeklinde değerlendirmektedir.¹⁷ Dolayısıyla Robertson'a göre, her ne kadar küreselleşmenin gönderme yaptığı süreçler ile eylemler bazı kesintilerle birlikte birkaç yüzyıldır gelişim halindeyse de, küreselleşme tartışmasının ana odak noktası görece yakın dönemler üzerinedir. Küreselleşmeye ilişkin literatürde Robertson'un yazıları gözden geçirildiğinde önce küreselleşme, daha sonra günümüzdeki küreselleşme süreçlerini anlamlandırırken, küre-yerelleşme kavramları üzerinde yoğunlaştığı görülür.¹⁸

Robertson'a göre küreselleşme, devletler arası etkileşim süreçlerinin bir sonucu olmasından çok, sosyal ve kültürel süreçlerin işleyişine bağlıdır. Küreselleşme dünyanın bir bütün olarak yapılanması ile ilgili olan somut gelişmelerin kavramsallaştırılmasıdır. Ona göre, dünyanın, sosyal ve kültürel faktörlerin etkileşimi sonucu yerel ve küresel düzeyde sürekli olarak yeniden üretilmesi, küreselleşme kavramının özünü oluşturmaktadır.¹⁹

Robertson küreselleşme kavramını, insan toplumlarının gelişimin belirli tarihsel aşamalarına bağlı olarak açıklamaktadır. Robertson küreselleşmeyi, 15. yüzyıldan başlamak üzere, tarihsel süreçte beş aşamalı model çerçevesi içerisinde ele almaktadır:

¹⁶ Aktaran, Suğur, **a.g.e.**, 1995, s.57-58.

¹⁷ Robertson Roland, **Küreselleşme: Toplum Kuramı ve Küresel Kültür**, (Çev: Ümit Hüsrev Yolsal), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 1999, s. 21.

¹⁸ Aktaran, Aslanoğlu, **a.g.e.**, 1998, s.131.

¹⁹ Aktaran, Suğur, **a.g.e.**, 1995, s.59.

1. Evre: Oluşum Evresi, Avrupa’da on beşinci yüzyılın başlarından on sekizinci yüzyılın ortalarına değin sürdü. Ulus topluluklarının yavaş yavaş ortaya çıkışı ve ortaçağın “ulus ötesi” sisteminin çöküşü... birey anlayışının ve insanlığa ilişkin düşüncelerin öne çıkarılması.
2. Evre: Başlangıç Evresi, Avrupa’da on sekizinci yüzyılın ortasından 1870’lere değin sürdü. Uluslar arası ve ulus ötesi düzenlemeler ile iletişime ilişkin yasal sözleşmelerin ve iletişimle uğraşan aktörlerin hızla artması... Ulusçuluk-uluslar arasıculuk meselesinin temalaştırılması.
3. Evre: Yükseliş Evresi, 1870’lerden 1920’lerin ortasına kadar sürdü. Bu dönem artık ulusal toplum kavramının kabul gördüğü, ulusal ve bireysel kimlik kavramının tartışıldığı dönem... Küresel iletişim biçimlerinin sayısı ile hızındaki aşırı artış. Küresel yarışmaların –örneğin, olimpiyatların ve Nobel Ödüllerinin- gelişimi. İlk dünya savaşı.
4. Evre: Hegemonya için Mücadele Evresi, 1920’lerin ortalarından 1960’ların sonuna değin sürdü. Yükseliş döneminin sonunda ortaya çıkan baskın küreselleşme sürecinin kırılğan terimlerine ilişkin tartışmalar ve savaşlar. Milletler Cemiyeti’nin, ardından da Birleşmiş Milletler’in kurulması. Ulusal bağımsızlık ilkesinin kabulü... Soykırımın ve atom bombasının kullanılması.
5. Evre: Belirsizlik Evresi, 1960’ların sonunda başladı ve 1990’ların başında kriz belirtileri gösterdi. Küresel bilincin artması, aya ayak basılması, soğuk savaşın sona ermesi, küresel iletişim araçlarındaki hızlı artış... Uluslar arası sistemin daha akışkan hale gelmesi –iki kutupluluğun sona ermesi.. Küresellikten arındıran/yeniden küreselleştiren bir hareket olarak İslam. Rio de Janeiro’daki Yeryüzü Zirvesi.²⁰ Robertson bu betimlemelerinin yalnızca bir taslak olduğunu, bu bileşenler arasındaki ilişkilerin yorumlanması, çözümlenmesi ve bu bileşenlerin her birinin özerkleştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

²⁰ Robertson Roland, **Küreselleşme: Toplum Kuramı ve Küresel Kültür**, (Çev: Ümit Hüsrev Yolsal), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 1999, s.99-101.

Robertson’a göre küreselleşme, farklı yaşam biçimlerinin karşılaşmasını içine alan bir süreçtir. Bu durumda küreselleşmeyi modernliğin bir sonucu olarak gören Giddens’in görüşlerine katılmamaktadır. Ona göre, küreselleşme batı kökenli bir proje olarak modernitenin sonucu değildir. Artan oranda küreselleşmiş bir dünyada uygarlığın, toplumsallığın, etnik, bölgesel, bireysel kimliklerin, bireysel bilinç artışının etkisi vardır. Bu doğrultuda Robertson küreselleşmeyi şu şekilde tanımlamaktadır:

Kültürel olarak homojenleştirici güçlerin diğer kültürler üzerindeki egemenliğinin ‘zaferi’ şeklinde değerlendiren bakışlara katılmamaktadır. Küreselleşmenin böyle kavramsallaştırılması sosyolojinin alt disiplinlere bölünmesinde yaşadığı gibi bir durumu ortaya çıkaracaktır. Aradaki bağlantılar, süreçler, ilişkiler geri planda kalacak, yerellik neredeyse küreselliğin bir alt disiplini olarak incelenmeye başlanacaktır. Bu ise parça-bütün, tikel-evrensel sorunsallarının bir başka boyutta tekrarıdır.²¹

Bu bağlamda küreselleşme yerine süreçlerin önemini, küreselleşmenin heterojen yönünü vurgulayan küre-yerelleşme (glocalisation) kavramını önermektedir.²² Robertson’un küre-yerelleşme tanımı ile vurguladığı gibi, küreselleşme süreci küresel olan ile yerel olanın, ya da daha genel bir ifadeyle *evrensel ile tikel olanın iç içe geçmelerinin* sonucudur. Küreselleşme bu çerçevede dünyanın bir bütün olarak sıkışması ve yerelliklerin birbirine bağlanması ile gerçekleşmektedir.²³

Küreselleşme sürecinde yerel ile küresel olan arasındaki ilişkiyi açıklarken Robertson bu süreçlerin gerçekleştirilmesinde medyaya büyük önem atfetmektedir:

Yaşanan medyalaşma (mediasation) süreci, kitle iletişim kurumlarının hızla büyümesi ve iletişim ağları aracılığı ile “mal” haline gelmiş simgelerin giderek genişleyen alıcılara ulaşmasıdır. Uluslararası iletişim alanında global ile yerelin etkileşimi yoğunlaşmaktadır. Bunun sonucunda yeni parçalanmalar “yerellikler” oluşmaktadır. Çeşitli kültürlerin birbirleriyle karşılaştıkları alan medyadır. Yerelliklerin tanımlanması, standartlaşması ve birbirine karşıt olan uç noktaların törpülenmesi medya aracılığı ile yapılmaktadır.²⁴

²¹ Aktaran, Aslanoğlu, **a.g.e.**, 1998, s.133-134.

²² Aktaran, Aslanoğlu, **a.g.e.**, 1998, s.134.

²³ Robertson Roland, . “Toplum Kuramı, Kültürel Görecelik ve Küresellik Sorunu.” Der., A. King. **Kültür, Küreselleşme ve Dünya-Sistemi.** (Çev: Gülcan Seçkin ve Ü. Hüsrev Yolsal), Ankara: Bilim ve Sanat.Yayınları, 1998, s.102.

²⁴ Aktaran, Aslanoğlu, **a.g.e.**, 1998, s.135-136.

Genel olarak toplamak gerekirse, küreselleşmeyi hızlandıran birbiriyle bağlantılı üç faktörden söz edebiliriz. Birincisi inanılmaz hızda ucuzlayarak, yaygınlaşan enformasyon teknolojileri, uluslar arasındaki değişim/sürecinde, küresel dönüşümleri hızlandırmıştır. Ayrıca iletişim ve bilgisayar alanındaki patlama, küresel piyasaların gelişmesine ivme kazandırmıştır. İkinci olarak ekonomik faktörler: gelişmiş ülkelerde iç piyasaların doyması, 1970’lerdeki kriz sonrası dış piyasalara açılma isteği ve bu çerçevede yeni uluslararası ekonomik işbölümünün önem kazanması şeklinde özetlenebilir. Son olarak ise ideoloji faktörü ön plana çıkmaktadır. Özellikle Doğu bloğunun yıkılması sonucunda liberal piyasa ekonomisine yönelik güven duygusunu arttırmıştır. Kısa sürede devletçi ekonomilerin piyasa mekanizması içinde serbest ticaret ve yabancı sermaye ile ilişkiye geçmeleri ulus-devlet anlayışında da aşınmaya neden olmuştur.

Bu çalışma bağlamında küreselleşme olgusu kapitalizmin yeniden yapılanma süreçlerini meşrulaştıran bir söylem olarak algılanmaktadır. Bu nedenle küreselleşme Batı merkezli bir proje olarak ele alınacaktır. Bir başka ifadeyle kapitalizm, yeni birikim düzenini kurmak isteyenlerin bu birikim düzenini gerçekleştirmek için kullandıkları bir kavramdır. McLuhan tarafından 1960’lı yıllarda kullanılan küreselleşme kavramı bugün kapitalizmin yapılanmasının temel argümanlarından biri durumuna geldiği için yeniden karşımıza çıkmaktadır.²⁵

Sonuçta, küreselleşme 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra kendisini ekonomik, kültürel ve siyasal alanda kabul ettirmiş ve hegemonyasını kurmuş bir süreç ve kaçınılmaz bir gerçeklik olarak karşımızda durmaktadır. Küreselleşme söylemiyle verilmek istenen mesaj, gelişmekte olan ülkelerin kendilerini “küresel eğilimlere” teslim ettikleri zaman, ekonomik refahı yakalayabilecekleri şeklindedir. Ancak küreselleşmeyi kaçınılmaz bir süreç olarak kabul etmek yerine; içinde farklı karşıtlıkları barındıran ikili bir süreç olarak açıklamak daha anlamlı olacaktır. Unutmamak gerekir ki bugün dünyada, bir yandan küreselleşmeden, ulus aşırı şirketlerden, uluslararası enformasyon akışının öneminden, uluslararası örgütlerden ve ulus-devletin sonundan söz edilse de; öte yandan etnik ve dinsel çatışmalar, ulusal bağımsızlık arayışları ve ‘kültürel kimlik’ üzerine tartışmalar sürmektedir.²⁶

²⁵ Geray Haluk ve Başaran Funda, **İletişim Ağlarının Ekonomisi**. Ankara: Siyasal Yayınevi, 2005, s.51.

²⁶ Kejanlıoğlu Beybin, **Türkiye’de Medyanın Dönüşümü**. Ankara: İnge Kitabevi, 2004,s.30.

Çalışmanın bu bölümünde küreselleşmeyle ilgili genel tanımlamalar ve yaklaşımlar özetlenmeye çalışıldı. Bundan sonraki bölümde ise küreselleşmenin günümüz açısından - kapitalizmin yeniden yapılanması olarak - gönderme yaptığı süreçler ele alınacaktır.

2.1.1. Kapitalizmin Yeniden Yapılanması Olarak Küreselleşme

Geride bıraktığımız yüzyıl içinde kapitalizm, 1929 ve 1973 dönemlerinde olmak üzere iki kriz yaşamıştır. Bu dönemlerden özellikle 1973 krizinden sonra kapitalizmin girmiş olduğu yeniden yapılanma süreci, teknolojik gelişmelerin de etkisiyle, küresel bir hal almıştır ve kapitalizm girmiş olduğu bu krizden küresel olarak yayılmış bir dünya sistemi olarak çıkmayı başarmıştır. Bu bölümde, kapitalizmin sözü edilen yeniden yapılanma süreci ele alınacaktır.

2.1.2. Fordist Dönem

20. yüzyıl kapitalizmi endüstriyel yaşamın örgütlenmesi açısından 1950–1970 ve 1970’den sonrası olmak üzere iki ayrı dönemde ele alınmakta ve sırasıyla fordizm ve postfordizm olarak adlandırılmaktadır.²⁷ Urry bu süreci örgütlü kapitalizmden örgütsüz kapitalizme geçiş olarak nitelemektedir.²⁸ Hall ve Jacques ise bu süreci radikal bir dönüşüm olarak görüp “yeni zamanlar”²⁹ olarak kavramsallaştırmışlardır.

Küreselleşmenin ekonomik yapılanmasını açıklamak bir anlamda kapitalizmin geçirmiş olduğu yeni yapılanma sürecini de –fordizmden postfordizme geçiş- anlamamızı gerekli kılıyor. Çünkü kapitalizmin ekonomik anlamda hızlı bir yapılanmaya girmesi ve diğer gelişmelerle birlikte kapitalist ekonomik ilişkilerin farklılaşması, doğal olarak toplumsal ve kültürel alanda da farklılaşmaları beraberinde getirmiştir. Bu farklılaşma, toplumsal ve kültürel alanda bilişim ve iletişim teknolojinin başatlığına, yeni bireysel ve kolektif öznelerin ortaya çıkışına kısaca, Hall’un ifade ettiği şekilde “yeni zamanlar”a gönderme yapar.

²⁷ Dağtaş Banu, “Tüketim Kültürü ve Reklamın Toplumsal Yeniden Üretimi.” *İletişim*, (9), 2001, s.163-176.

²⁸ Urry John, “Örgütlü Kapitalizmin Sonu”. Der., S. Hall ve M. Jacques. **Yeni Zamanlar 1990’larda Politikanın Değişen Çehresi**. (Çev: Abdullah Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995, s.96.

²⁹ Hall, Stuart ve Jacques, Martin. **Yeni Zamanlar 1990’larda Politikanın Değişen Çehresi**. (Çev: Abdullah Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995 s.106.

Küresel çapta yaşanan bu ekonomik süreç en kaba biçimiyle şu şekilde özetlenebilir: Sanayi devriminin ilk iki yüzyılı boyunca istihdamın odağı çiftliklerden fabrikalara kaydı. Şimdi bir kere daha kayıyor; fabrikalardan büro ve atölyelere.³⁰ Bu aslında fordizm olarak bilinen yirminci yüzyıl üretiminin egemen biçiminden yeni bir biçime, postfordizme kayış olarak nitelenebilir.

Fordizm kavramı genel olarak Amerika’da Henry Ford tarafından geliştirilen ve daha sonra kapitalist endüstriyel üretim sürecinde uygulanan ilkeleri tanımlamak için kullanılmıştır.³¹

Fordizm, en kısa biçimiyle bir birikim rejimi olarak tanımlanabilir. Olağanüstü bir sermayeci olan Henry Ford’un, Michigan Eyaleti DeaBorne kentindeki otomobil fabrikasında uyguladığı yöntemler *fordist birikim rejiminin* ana hatlarını ortaya koymuştur: Henry Ford, bir yönetim bilimci olan F.W Taylor tarafından geliştirilen “bilimsel yönetim” kuramını otomobil üretim sürecine uygularken, emeğin yeniden üretimini de “8 saatlik işgücü ve 5 dolar ücret” ilkesi üzerine oturtmuştur. Ford, tarih olarak 20. yüzyılın başında ortaya çıkan uygulamaları ile yepyeni bir toplum düzeni kurduğuna inanmıştır. Bir başka deyişle Ford, bir sanayici olarak Taylor’un yönetim ve örgüt kuramını alıp üretime uygulamış ve buna ek olarak yaptığı uygulamanın toplumsal ve politik ideolojisini formüle etmiştir... Ford’a göre fabrikalarda çalışan işçilerin üretilen malların alıcısı olması gerekmektedir; aksi takdirde verimlilik artışı ile büyüyen üretimin pazarda satılması olanaklı olmayacaktır. Ford, fabrikalarında çalışan işçilerin ürettikleri otomobilleri satın almalarını öngörmektedir. Böylece bir taraftan pazarın üretime paralel olarak büyüme sorunu ya da darboğazı aşılmış olacak, diğer taraftan işçiler sistem ile uyumlu hale gelecektir... Ford’un çözümlemesi aynı zamanda bir yaşam biçimi anlamına gelmektedir ve bunu gerçekleştirmesi gerekmektedir. Pazarın sürekli olarak genişleyip, büyümesi için işçilerin “yeterli” ücret alması ve kendine ayıracak bol zamanlarının olması gerekmektedir.³²

³⁰ Murray Robin, “Fordizm ve Postfordizm”. Der., S. Hall ve M. Jacques. **Yeni Zamanlar 1990’larda Politikanın Değişen Çehresi**. (Çev: Abdullah Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995, s.46

³¹ Daha ayrıntılı açıklamalar için Bkz. Murray, 1995; Kumar, 1995; Harvey, 2003; Dağtaş, 2001; Suğur, 1999

³² Harvey David, **Postmodernliğin Durumu**. (Çev: Sungur Savran), İstanbul: Metis Yayınları, 2003, s.148.

Gramsci tarafından Amerikan endüstriyel yaşam biçimi belirtirken kullanılan fordizmi anlatan temel unsurlar şunlardır: a) üretimin standartlaştırılması, b) otomasyon yoluyla kitlesel üretimin yapılması, c) sosyal refah devletinin düzenleyici ve kontrol edici rolü, d) üretimde merkezi örgütlenme ve Taylorist yönetim anlayışı, e) kalifiye düzeyi düşük işçilerin büyük işletmelere yoğunlaşması.³³

Murry de benzer biçimde Henry Ford'un öncülüğünü yaptığı seri üretim sisteminin hakim olduğu bir sanayi dönemi olarak nitelediği fordizmi, dört ilkeye dayandırmaktadır:

a) Ürünler standartlaştırılmıştır; bu her parçanın ve her görevin de standartlaştırılabileceği anlamına gelmektedir. Zanaatçı üretiminin tersine – orada her parça özel olarak tasarlanmak, yapılmak ve yerleştirilmek zorundadır -seri üretilmiş bir dizi otomobil için aynı far lambası aynı modele aynı biçimde yerleştirilebilir, b) Eğer görevler aynıysa, bazıları mekanize edilebilmektedir; böylece seri üretim işletmeleri her model için çoğu üründen ürüne aktarılamayan özel amaçlı makineler geliştirmişlerdir, c) Geriye kalan görevler bilimsel idare ya da Taylorizm'e tabidir; burada her görev bileşenlerine ayrılmakta, iş inceleme uzmanlarınca zaman -ve- hareket ilkesine göre yeniden tasarlanmakta ve elle çalışan işçilere işin nasıl yapılması gerektiği talimatı verilmektedir, d) Sabit tezgahın yerini yürüyen bant almıştır; böylece bir işçi bir üründen diğerine gitmek yerine, ürün işçinin önünden gelip geçecektir... Bu devrimci üretim sistemi, yirminci yüzyıl boyunca, işlenmiş yiyecekten mobilyaya, giyeceklerle, yemeklere hatta İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra gemi yapımına, sektörden sektöre taşınacaktı.³⁴

Bu yapılanmalar ve getirdikleri kültür sıklıkla sanayileşme ile eş tutulur ve modern çağın ayrılmaz bir parçası olarak görülür. Murry'e göre fordizmin etkisi yalnızca ekonomide değil, politikada (kitle partisi) ve daha geniş kültürel alanlarda –ister Amerikan futbolu ister klasik bale, sınai tasarım ya da modern mimari olsun- hissedilir. Bu bakış açısının teknolojik *gururu*, kitlesel tüketim karşısında üretimdeki diktatörlüğü sunan Faustvari, pazarlığı ve hepsinden önce ilerleme ve zamanımızın ekonomisi adına yıkıcılığı, hep birden fordizmi modernliğin merkezine yerleştirir.³⁵

Murry'nin bu yaklaşımına paralel olarak Harvey'de fordizmin modernlikle bağıni kurarak ona özgü olan şeyin vizyonu olduğunu belirtir: kitle üretiminin kitle tüketimi, emek gücünün yeniden üretiminde yeni bir sistem, emeğin denetiminde ve yönetiminde

³³ Suğur Nadir, "Fordizm, Postfordizm ve Ötesi". *Anadolu Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* (1), 1999, s.134-153.

³⁴ Murray, **a.g.e.**, 1995, s.47.

³⁵ Murray, **a.g.e.**, 1995, s.50.

yeni bir politika, yeni bir estetik ve psikoloji, kısacası, rasyonelleştirilmiş, modernist, popülist yeni bir tür demokratik toplumdur.³⁶ Harvey bu değerlendirmesine ek olarak fordizmi yalnızca bir kitle üretim sistemi olarak değil, daha çok bütünsel bir yaşam tarzı gibi ele almaktadır: Kitle üretimi, kitle tüketiminin yanı sıra ürünün standartlaşması demektir; bu ise yepyeni bir estetik ve kültürde bir metalaşma demektir. Fordizm aynı zamanda çok belirtik biçimler altında modernizmin estetiğinden yararlandı ve ona katkıda bulundu (en çok da modernizm işlevsellik ve etkinlik eğilimleriyle uyuyordu)...³⁷

Antonio Gramsci, *Hapisane Defterleri*'nde, Amerikanizm ve Fordizmin “hiç görülmemiş bir süratle ve amacı konusunda tarihte eşi olmayan bir bilinçlilikle, yeni tip bir işçi ve yeni tip bir insan yaratma konusunda bugüne kadar tanık olunan en büyük kolektif girişim” olduğunu kaydediyordu. Yeni çalışma yöntemleri “belli bir yaşama, düşünme ve hayatı hissetme tarzından koparılamaz.” Gramsci'ye göre, cinselliğe, aileye, ahlaki baskı biçimlerine, tüketim deliliğine, devlet politikalarına ilişkin sorunlar hep “yeni tür çalışmaya ve üretim sürecine uygun” özgül bir işçi tipi yaratma çabasıyla ilintiliydi.³⁸

Fordist sistemin yerleşik hale gelmesinin tarihi aslında yarım yüzyıl süren uzun ve karmaşık bir öyküdür. Çoğu ulaşılan sonucu hedeflememiş politik tercihler ya da kapitalizmin özellikle 30'lu yılların büyük depresyonunda belirgin olarak ortaya çıkan kriz eğilimlerine basit reflekslerle verilmiş cevaplar olan sayısız, birey, şirket, kurum ve devlet kararına bağlı olmuştur.³⁹

Harvey, 1945'ten sonra fordizmin bütünüyle olgunlaşmış ve özgül bir birikim rejimi olduğunu belirterek bu durumu şu şekilde betimlemektedir:

Fordizm, o andan başlayarak 1973'e kadar büyük ölçüde ayakta kalan uzun canlılık döneminin zeminini oluşturdu. Bu dönem boyunca, gelişmiş kapitalist ülkelerde kapitalizm yüksek ama görece olarak iktisadi büyüme hızlarına ulaşıyordu. Hayat standartları yükseliyor, kriz eğilimleri kontrol altında tutuluyor, kitle demokrasisi korunuyor ve kapitalistler arası savaş tehlikesi uzaklaştırılıyordu. Fordizm güçlü bağlarla Keynesçiliğe bağlanıyordu.

³⁶ Harvey, *a.g.e.*, 2003, s.148.

³⁷ Harvey, *age.*, 2003, s.158-159.

³⁸ Hall Stuart ve Jacques Martin. **Yeni Zamanlar 1990'larda Politikanın Değişen Çehresi**. (Çev: Abdullah Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995 s.117.

³⁹ Harvey, *a.g.e.*, 2003, s.149.

Kapitalizm dünya çapında enternasyonalist bir canlılık macerasına eğilim gösteriyordu; sömürgecilikten yeni kurtulmuş bir dizi ülke de bu ağa takılıyordu...⁴⁰.

Fordizmin politika ve kültür alanındaki durumunu örgütlü kapitalizm olarak kavramsallaştıran Urry, bu yüzyılın üçte ikilik bir bölümünün ilk yarsında Batılı toplumları nitelenmek için kullandığı “örgütlü kapitalizm”i şu şekilde çözümlemektedir:

Bu tür bir örgütlenmenin bağlantılı bir dizi özelliği vardır: insanların yaşamında geniş ulusal ekonomilerle toplumsal ve politik kurumların artan hakimiyeti; sermaye yoğunlaşmasının yükselen oranı; ortalama işyeri büyüklüğünün artması; birlikte çalışan bankalar, sanayi ve devletler; giderek daha fazla kentleşen konut ve işletme yerleşimi; artan bir oranda ulus çapında gerçekleşen bir toplu pazarlık; bugüne kadarki en büyük hacmine ulaşan sınai erkek işçi sınıfı; ve ulus çapında örgütlenen toplumsal sınıfların cepheleşmesini yansıtan politika ve kültür. Politika, Britanya’da olduğu gibi, çoğunlukla toplumsal sınıf ayrımlarına göre yapılmıştır. İnsanlar ağırlıklı olarak sınıfsal bakımdan homojen yörelerde yaşıyor ve oylarını ağırlıklı olarak şu ya da bu sınıfa göre kullanıyordu; sınıflar sadece homojen olmasalar da diğer politika biçimleri, şekillenmelerini toplumsal sınıf ayrımlarından alıyordu. İşçi sınıfı ve emekçi hareketinin birçok ülkedeki inkar edilemez gücü işçilerin tikel gruplarının öncü rolünden geliyordu; ağırlıklı olarak imalat sanayi ve madencilikteki büyük işletmelerde çalışan, belli başlı büyük kentlerde yaşayan erkek işçilerin öncülüğünden. İşyeri düzeyindeki ilişkiler toplumsal çatışma ve politik yaşamı yapılandırıyordu.⁴¹

Urry’nin genel olarak örgütlü kapitalizmden kastettiği emeğin örgütlülüğü biçiminde özetlenebilir. Ancak Urry, geçtiğimiz yirmi yılda bu gelişmelerin çoğunun Batı’da tersine döndüğünü ve bir kapitalist örgütsüzleşme sürecinin canlılık kazandığını belirtmektedir. Bir başka ifadeyle bu kapitalist örgütsüzleşme süreci fordist birikim rejiminden postfordizme geçiş olarak nitelenebilir.

2.1.3. Postfordist Dönem

1970’li yıllarla birlikte fordizmin daha çok yaygın olarak uygulandığı gelişmiş kapitalist ülkelerde kitlesel üretimin iç ve dış pazarlarda meydana gelen ani değişiklikleri karşılayamadığı ve sistemin kendi içinde hızlı bir şekilde tıkanmaya gittiği öne sürülmektedir. Kitlesel olarak üretilen mallara olan talebin doyması, taleplerde meydana gelen aşırı farklılaşma, kullanılan teknolojik donanımın farklı türden üretim yapabilecek

⁴⁰ Harvey, **a.g.e.**, 2003, s.152

⁴¹ Urry, **a.g.e.**,1995, s. 96-97.

esnekliğe sahip olmaması ve artan krize bağlı olarak endüstri ilişkilerinin bozulması gibi etkenlerin fordist sistemi oldukça olumsuz etkilediği kabul edilmektedir.⁴²

Kapitalizmin yeniden yapılanma sürecinin üretim alanına yansıması, yeni bir mekansal anlayışın ortaya çıkması biçiminde yorumlanabilir. Bu yorum, kapitalist üretim sürecinin mekansal boyutu olarak tanımlanan Taylorist-Fordist düzenlemenin postfordist bir düzenlemeye dönüştüğünü öngörmektedir. Postmodern düşünürlere göre bu sürecin önemli itkisini bilişim ve iletişim alanında ortaya çıkan teknolojik devrim oluşturmuştur. Şaylan, bu süreci şu şekilde açıklamaktadır:

20. yüzyılın son çeyreği içinde kapitalist üretim biçiminin son derece kapsamlı, derin ve hızlı bir değişim yaşadığı söylenebilmektedir. Bu değişim tüm üretim sürecini etkilemiş; örneğin emek açısından yepyeni koşulların gündeme gelmesine neden olmuştur. Bilimsel teknolojik devrim ile üretim sürecine giren ve giderek başat konuma gelme eğilimi gösteren CAD ya da CAM (computer aided design ve computer aided management) uygulamaları, otomasyon ve robotik gibi yenilikler, emeğin üretim sürecindeki rolünü, işlev ve ağırlığını köklü bir biçimde değiştirmeye başlamış görünmektedir. Aynı biçimde kitlesel tüketim alanında ortaya çıkan yeni süreçler ve yönlendirme mekanizmaları da tüm ekonomik düzeni köklü bir biçimde etkilemektedir.⁴³

Fordizmin yalnızca bir ekonomik örgütlenmeyi değil, bütün bir kültürü nitelemesi gibi postfordizm de çok daha geniş ve derin toplumsal ve kültürel gelişmelerin adıdır. Postfordizm standartlaşmış ürünleri, sermaye yoğunlaşmasını, “taylorist” iş örgütlenmesi ve disiplini ile birlikte seri üretim döneminden farklı, bütünüyle yeni bir devri anlatan bir terimdir.⁴⁴ Postfordizm, kapitalizmin yeniden yapılanmasındaki ekonomik boyutu daha geniş bir toplumsal, kültürel ve ideolojik bir boyuta taşımaktadır. Postfordist yaklaşıma göre yeni zamanların merkezi sanayileri, enformasyon teknolojileri ve mikro elektroniğe dayalı üretimdir... İşgücü geleneksel imalat sektöründen hizmet sektörüne doğru kaymakta, beyaz ve mavi yakalı, vasıflı ve vasıfsız arasındaki geleneksel ayrım çizgileri ortadan kalkmaktadır... Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte üretimin mekansal örgütlenmesi değişmektedir.⁴⁵

Suğur, postfordist üretim biçiminin temel özellikleri şu şekilde sıralamaktadır:

a) Taleplerde farklılaşma, kitlesel talepteki doygunluk tüketicilerin herkesin sahip olmadığı farklı türden malların talep edilmesine neden olmuştur. Bu da kitlesel talep ile uyumlaştırılmış olan kitlesel üretim yapısının yanıt veremeyeceği bir değişim

⁴² Suğur, a.g.e., 1999, s.139.

⁴³ Şaylan Gencay, **Postmodernizm**. Ankara: İmge Kitapevi, 2002, s.138.

⁴⁴ Hall Stuart ve Jacques Martin, a.g.e., 1995 s.107.

⁴⁵ Timisi Nilüfer, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**. Ankara: Dost Yayınevi. 2003, s.104.

yapısını ifade etmektedir. b) Üretimde farklılaşma, taleplerde ortaya çıkan farklılaşma ister istemez üretimde de bir farklılaşmayı gerekli kılmaktadır. Bir işletme için asıl hedef miktar bazında çok az dahi olsa tüketicilerin her türlü istek ve zevklerini karşılayabilecek farklı ürünler piyasaya sürmektir. Bunun gerçekleşebilmesi için işletmelerin esnek teknolojik donanımına sahip olmaları kaçınılmaz olarak karşımıza çıkmaktadır. c) Esnek üretim, fordist üretim anlayışında istihdam edilen işgücü ve kullanılan teknoloji kitlesel üretime uygun bir şekilde daha önceden belirlenmiş özel amaçlı işlevleri yerine getiren bir üretim sistemine sahiptir. Buna karşın esnek üretim yapan bir işletmenin istihdam ettiği işgücü beceri düzeyi yüksek olmakla birlikte üretim sürecinde birden fazla işlevi yerine getirebilecek bir özelliğe sahiptir. Aynı şekilde işletmenin kullandığı teknoloji çok amaçlı olduğu için işletmenin üretimde yapacağı değişiklikler de kolay olmakta ve böylece işletme üretim sürecinde bir esnekliğe sahip olmaktadır. d) Küçük ölçekli üretim, belli bir mekanda kümelenmiş bulunan işletmeler sahip oldukları belirli avantajları (üretim bilgisi, nitelikli işgücü ve gelişmiş teknolojik donanım) karşılıklı işbirliği yolu ile kullanarak esnek üretimi gerçekleştirmektedirler. e) Üretim sürecinde yatay işbölümü ve yönetsel ademi merkezileşme, esnek üretim karar verme sürecinde çalışanların daha aktif bir katılımına dayanmaktadır. Bu nedenle üretim sürecindeki örgütlenme ve işbölümü yatay olmaktadır. f) İş ve işgücü istihdamı esnekliği, esnek teknolojik donanım üretim sürecinde kullanılan işgücünün fordist anlayıştan farklı olarak değişen üretim miktarına ve ürün çeşitlenmesine paralel olarak birden fazla işlevi yerine getirebilecek el becerisine sahip olmasını gerekli kılmaktadır. Böylece esnek üretim yapan bir işletme hem işgücünde maksimum yararlanabilmiş hem de çalışanlar yaptıkları işlerden daha fazla haz alabilmişlerdir.⁴⁶

Suğur, bu çözümlemesiyle postfordist yapılanmayla kapitalizmin 1970’li yıllar ile birlikte içine girdiği yeni koşullar ve o koşulların gerektirdiği yeni bir insan, üretim, işletme, örgütlülük ve teknolojik yapının nasıl oluşturulması gerektiğinin bir profilini sunmaktadır.

Harvey esnek birikim rejimi olarak nitelediği postfordizmi, fordizmin katılığından ayıran niteliklerin temelinde esnekliğin yattığını belirtmektedir. Postfordizm emek süreçleri, işgücü piyasaları ve tüketim kalıpları bakımından esnekliğe yaslanır. Temel özelliklerinden biri, yepyeni üretim sektörlerinin, finans hizmetlerinde yepyeni yöntemlerin, yeni piyasaların ortaya çıkması ve hepsinden önemlisi ticari, teknolojik ve örgütsel yeniliklerin temposunun büyük ölçüde hızlanmış olmasıdır.⁴⁷

Urry örgütsüz kapitalizm olarak nitelediği bu dönemi, tek tek toplumların tutarlılıklarını, bütünlüklerini ve birliklerini zayıflatan ekonomik, toplumsal ve politik ilişkilerin “küreselleşmesi” olarak değerlendirmektedir. Bu türden gelişmeler, yıllık

⁴⁶ Suğur, a.g.e., 1999, s.139-143.

⁴⁷ Harvey David, **Postmodernliğin Durumu**. (Çev: Sungur Savran). İstanbul: Metis Yayınları, 2003, s.170.

ciroları tek başına çok sayıda ulus-devletin ulusal gelirini katlayan çokulusu şirketlerin büyümesini; coğrafi bakımdan uzak birimlerin örgütsel olarak birleşmelerini mümkün kılan elektronik yolla iletilen enformasyon teknolojisindeki çarpıcı gelişmeyi; tek tek ulus-devletlerin özerkliğine sınırlar koyan uluslararası devlet örgütlenmelerinin kırılgan büyümesini; ortak bir kültürel deneyimde dünya nüfusun yüzde 20-30'unu aynı anda bağlantıya geçirebilen kitle iletişim araçlarının gelişimi...⁴⁸ şeklinde özetlenebilir.

Urry'ye göre üretimin uzamsal örgütlenmesinde muazzam değişimler meydana gelmektedir; şirketler artık dünya çapında iş yapabilme, farklı ücret ve greve gitme oranlarının avantajlarından yararlanarak ülkelere girip çıkabilme, küresel bir strateji uyarınca işlemlerini alt birimlere bölebilme ve yeni bir işi kazanmak ya da elde tutabilmek için işçileri kendi aralarında rekabete zorlayabilme kapasitesi taşıyorlar.⁴⁹

Harvey'e göre içinde bulunduğumuz durum Lash ve Urry'nin (1987) öne sürdüğü gibi kapitalizmin daha örgütsüzleşmiş hale geldiği anlamını taşımaz. Çünkü içinde yaşadığımız durumun en ilginç yönü, kapitalizmin çevreye yayılma, coğrafi akışkanlık, işgücü piyasalarında, emek süreçlerinde, tüketici piyasalarında esnek tavırlar ve bunların yanı sıra kurumlarda, ürünlerde ve teknolojide büyük dozlarda yenilikler aracılığıyla yine de nasıl daha da sıkı biçimde örgütlenmiş bir hale geldiğidir.⁵⁰

Hall'un yeni zamanlar olarak değerlendirdiği postfordizmle ilgili temel karakteristik değişimleri bazı başlıklar altında toplamak mümkündür. Birincisi, yeni enformasyon teknolojilerine bir kayma görülmektedir. İkinci olarak; emek sürecinin daha esnek, uzmanlaşan ve ademi merkezileşen bir biçim almasıyla ve bunun sonucunda, eski imalatçı temelin düşüşüyle oluşan bir değişim ve bilgisayar temelli ileri teknoloji sanayileri ve bölgelerinde büyüme görülmektedir. Üçüncü olarak, tüketimin, tercih ve ürün farklılaşması, pazarlama, paketleme ve tasarımla birlikte yaşam tarzı, zevkler ve kültür sayesinde tüketicilerin hedeflemesi... Dördüncüsü, vasıflı erkek kol emeğine dayalı işçi sınıfı oranında bir düşüş, hizmet ve beyaz yakalıları sınıfında ise ters orantılı bir yükseliş görülmektedir. Beşincisi, yeni uluslararası işbölümü ve ulus-devlet

⁴⁸ Urry, **a.g.e.**, 1995, s.99.

⁴⁹ Urry, **a.g.e.**, 1995, s.100.

⁵⁰ Harvey, **a.g.e.**, 2003 s.183.

kontrolünden daha büyük oranda özerklikleriyle çokulusluların egemenliğinde olan bir ekonomi vardır. Altıncısı ise yeni finans piyasalarının “küreselleşmesi”dir.⁵¹

Sonuç olarak, küreselleşme olarak tanımlanan bu yeni ekonomik, kültürel ve siyasi yapılanma (Kumar’ın (1999:69-70) yaptığı çözümlemeyle şu şekilde özetlenebilir:

Ekonomide: Küresel bir pazarın ve küresel şirketlerin yükselişi ve etkin üretim ve düzenleme birimleri olarak ulusal girişimlerin ve ulus-devletin çöküntüye uğraması; kitlesel pazarlama ve kitlesel üretimin yerini alan esnek uzmanlaşma ve üretimin dağılarak ademi merkezileşmesi; daha düz hiyerarşiler ve örgütlerde komutadan ziyade iletişime ağırlık verilmesi; dikey ve yatay çözülme ve taşeronluğun, acenteliğin ve firma içi pazarlamanın ve işlevlerin demet haline getirilmesinin artışı; değişken günlerde çalışan, kendi kendinin patronu olan ve evde çalışan işçilerin sayıca artması. Politika ve sanayi ilişkilerinde: Toplumsal sınıfların bölük pörçük olması, sınıfa dayalı ulusal partilerin ve sınıfsal oy kullanma biçiminin çöküşü ve yöre, ırk, toplumsal cinsiyet ya da tekil sorun odaklı politikaya dayalı toplumsal hareketlerin ve “şebeke”lerin yükselişi; ulus üstü ya da ulus altı hareketler, kitle sendikalarının ve merkezi ücret pazarlığının çöküşü ve yerleştirilmiş atölye bazlı pazarlığın yükselişi; standartlaşmış kolektivist refah uygulamalarının dağılarak tüketici tercihinin ve refah uygulamalarında kişiye özgü koşulların yükselişi. Kültür ve ideolojide: Bireyci düşünce ve davranış tarzlarının yükselişi ve desteklenmesi; bir girişimcilik kültürü; eğitimde evrenselciliğin ve standartlaşmanın sona erishi ve çeşitli tarzlara, çocuğun ve ebeveynin tercihlerine göre ayarlanabilen eğitimin doğuşu; değerler ve hayat tarzlarında bölük pörçük olma ve çoğulculuk; postmodernist eklektizm ve kültüre popülist yaklaşımlar; ev içi hayatın ve boş zaman uğraşlarının özelleşmesi.⁵²

2.2. Küreselleşme, Toplumsal ve Kültürel Değişimler

Küreselleşmeyle birlikte ekonomik ve siyasal alanda yaşanan makro düzeydeki değişikliklerin kültürel alanı da içine alarak farklı bir manzara oluşturduğunu söyleyebiliriz. Ekonomik alanda sermayenin sınır tanımadan dünya çapında dolaşıma girmesi, üretim ve tüketim süreçlerini de etkilemiştir. Üretim ve tüketim süreçlerinde yaşanan değişiklikler doğal olarak kültürel alanda küresel anlamda önemli değişikliklere neden olmuştur.

⁵¹ Hall, a.g.e., 1995, s. 107-108.

⁵² Kumar Krishan, **Sanayi Sonrası Toplumdan Post-modern Topluma**. (Çev: Mehmet Küçük), Ankara: Dost Kitabevi, 1995, s.69-70.

2.2.1. Küreselleşmenin Bir Boyutu Olarak Kültür

Küreselleşme kavramına yönelik tüm tanımlarda, genel olarak ekonomik boyuttaki değişikliklerin diğer alanlardaki değişiklikleri öncelediği görülmektedir. Ancak Waters küreselleşmenin hızını arttıran temel unsur olarak insanlar arasındaki kültürel sembol alışverişinin artışı vurgulamaktadır.⁵³

Küreselleşme tüketim kültürünü ön plana çıkardığından, kültüre ilişkin değerlendirmelerde “kültürel homojenleştirici bir araç” olarak tüketimin işlevi belirginleşmektedir. Kültürel homojenlik ulusa ait kültürel arka planların göz ardı edilerek, dünya insanları arasındaki kültürel sembollerin takasının hızlanması anlamı taşımakta ve bu süreç yerel-ulusal kültürde değişimlere neden olmaktadır.⁵⁴ Daha önce de belirtildiği gibi küreselleşmenin ekonomik tabanını oluşturan postfordist üretim ilişkileriyle birlikte aşırı boyutlara ulaşan üretim, aşırı bir tüketimi de zorunlu kılarken, bu aşırı tüketimin gerçekleşebilmesi için belli ilkeleri içeren bir mekanizmanın varlığı zorunlu hale gelmiştir. George Ritzer, Toplumun McDonaltilaştırılması adlı kitabında bu mekanizmayı oluşturan ilkeleri şöyle sıralamaktadır:

Verimlilik, yani tüketiciye tüketmesi gereken ürünü elde etmenin “kendisine sağlayacağı yararlar”ın diğerlerinin içinde en iyisi olduğunun söylenmesi; öngörülebilirlik, yani ürün ve hizmetlerin her zaman ve her yerde aynı olacağının garanti edilmesi ile tüketicinin elde edeceği ürünün uluslararası standartlarından emin olarak, güvenle o ürünü alabilmesi; hesaplanabilirlik ile ürünlerin miktarı ve sunulan hizmet kastedilmektedir, yani tüketici elde edeceği ürüne ne kadar hızlı ve ne miktarda sahip olabilecektir. İnsan unsuru yerine insansız teknolojiyi geçirerek yapılan denetim ise, tüketimin eksiksiz yapılabilmesi için uygulanan ölçütleri ifade etmektedir. Ritzer, seri üretim biçiminin özelliklerini oluşturan bu ilkelerin günümüzde giderek toplumun her alanına yayıldığını belirtmekte, tüketimin, bürokrasi, eğlence dünyası, eğitim gibi toplumun diğer alanlarında da aşırılaştırılabilmesi için bu ilkelerin uygulanmaya başladığını söylemektedir.⁵⁵

Kültürel alandaki değişmeyi tanımlamada, tüm toplumlarda tüketimin sosyal işlevinin aynı olması, toplumların ortak paydası niteliğini taşımakta ve tüketim kültüründe bu işlev, kimliğin temel kaynağı ve bireyin kendisini ifade etmesinin bir aracı olarak

⁵³ Aktaran, Yetim Nalan, “Küresel Üretim Yapılanmasına Kültürel Yanıtlar: Ulusal-Yerel”. **Doğu Batı**, (18), 2002, s. 133-146.

⁵⁴ Yetim, **a.g.e.**, 2002, s.134.

⁵⁵ Aktaran, Konyar Hürriyet, “Tüketim Kültürünün Belirlediği Yeni Toplumsal Kimlikler”. **İletişim**, (6), 2000, s.19-33.

belirginleşmektedir. Kitle iletişim araçlarına yerel, ulusal ve küresel düzeyde ulaşılabilmesi, maddi tüketimden çok değer ve enformasyon tüketimine dayanmaktadır. Bilgi, haber ve imaj akışları yoğunlaşmakta, ülke sınırları medyanın iletişim ağlarında taşınan görüntü ve imajlar için sınır oluşturmamaktadır.⁵⁶ Bunun yanında sınıf zemininde geliştirilen tüketici tercihlerinin yerine bireysel tercihlerin önceliği vurgulanmakta, ürün farklılaşması ve çeşitlenmesi tüketim kültürünü artırmaktadır.⁵⁷

Hall, küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan esnek birikim rejiminin sadece ekonomik bir örgütlenme olmadığı gerçeğine yaslanarak, postfordist dönemin kültürel özelliklerine de vurgu yapmaktadır: “Eğer postfordizm varsa bu ekonomik değişimin olduğu kadar kültürel değişimin de bir anlatımıdır. Kültür artık üretimin ve şeylerin “katı dünya”sına dekoratif bir ekleme, maddi dünya pastasının üstündeki krema değildir. Artık sözcük dünya kadar “maddi”dir. Estetik, tasarım, teknoloji ve stil verme yoluyla “imge”, modern tüketimin büyük oranda bağlı olduğu bedenin temsil tarzı ve kurgusal anlatılaşmasını sağlıyor. Modern kültür, üretim tarzı ve pratiklerinde acımasız bir biçimde maddidir. Metaların ve teknolojilerin maddi dünyası köklü bir biçimde kültürelidir.”⁵⁸

Kültürel alandaki değişikliği Murry’de yaşam tarzlarının ve simgelerin pazarlanması şeklinde özetlemektedir. Piyasa araştırmaları piyasayı yaş (gençlik, genç yetişkinlik, gri güç) ev tipleri (tek yaşayanlar, tek ebeveynli aile) gelir, meslek, konut durumu ve giderek bölgeler bakımından karıştırmaktadır. Yiyecekten giyeceğe ve sağıktan tatil zevkine, mallar karşısında kalıplarını uyumlulaştırarak yaşam tarzlarını çözümlemektedirler... Ürünleri ömrü, moda mallar ve tüketici dayanıklılığı karşısında, kısalıyor... Bu yeni perakendeciliğin en önemli parçası tasarımdır. Tasarımcılar yenilik üretirler, yaşam tarzlarını biçimlendirirler... Tasarımcılar piyasa araştırmacılarıyla birlikte ana caddeleri mal satıcısı olmaktan tarz satıcısı olmaya taşıyorlar.⁵⁹

Hall, kitle üretimi ve kitle tüketimi mantığına dayanmayan; ayrı ayrı pazarların, örgütlenme tarzlarının, yaşam tarzlarının ve pazarlamacılığın yoğunlaşmış özgül biçimlerinin üzerinde yükselen, pazarın, anlık üretimin yönlendirdiği, kitlesel izleyicilere ya da kitlesel tüketicilere seslenme yeteneğinin değil de, küçük özgül gruplar ve bireyler

⁵⁶ Aslanoğlu, **a.g.e.**, 1998, s.157.

⁵⁷ Aktaran, Yetim, **a.g.e.**, 2002, s.135

⁵⁸ Hall, **a.g.e.**, 1995, s.119

⁵⁹ Murray, **a.g.e.**, 1995, s. 52-53.

üzerinde işleyen çekiciliğin yönlendirdiği çok daha esnek rejimler olarak nitelediği postfordist yapılanmayla birlikte yeni bir küreselleşme süreci yaşandığını belirtmektedir. Hall, bu yeni küreselleşme ve kültür arasındaki bağı şu şekilde açıklamaktadır:

Yeni tür küreselleşme İngiliz değil Amerikandır. Kültürel anlamda yeni tür küreselleşme, İngiliz kimliğiyle bitştirilenden çok farklı yeni bir küresel kitle kültürü biçimiyle ve de ulus-devletin daha önceki bir aşamasıyla bitişik kültürel kimliklerle ilintilidir. Küresel kitle kültürü, kültürel üretimin modern araçlarının egemenliğindedir. Dilsel sınırları hızla ve kolayca geçebilen, tüm dillerde anında konuşan görüntünün egemenliğindedir. Popüler hayatın, eğlenmenin ve dinlenmenin yeniden inşasına doğrudan katılan görsel ve grafik sanatların her türlü müdahalesinin egemenliğindedir. Televizyon ve sinemanın, görüntünün görselleşmenin ve de kitle reklamcılığının sunduğu tarzların egemenliğindedir. Küresel kitle kültürü, tüm bu kitle iletişim biçimlerinde kendini gösterir ...⁶⁰.

Hall, küresel kitle kültürü olarak tarif ettiği bu sürecin iki özelliği olduğundan bahseder. Birincisi, bu kültür Batı merkezli olup, daima İngilizce konuşmaktadır. İkinci olarak ise bu kültür türdeşleştirici bir kültürel temsil biçimidir, eskiden de olduğu gibi müthiş derecede özümseyicidir... Farklılıkları özümseyerek daha büyük, her şeyi kapsayan ve aslında Amerikan tarzı bir anlayışı olan çerçevenin içine yerleştirmek istemektedir.⁶¹ Ohmae ise bu kültürel etkileşimi, küresel pazarın “sınır aşan bir medeniyet” ürettiğini öne sürüp bunu da, tahmin edilebileceği gibi, “küreselleşen kot, kola ve spor ayakkabısı markalarını örnek göstererek” tüketici zevk ve tercihlerinin giderek birbirine benzeyerek birleşmesi şeklinde değerlendirmektedir.⁶² Tomlinson ise kültürel alandaki bu küreselleşmeyi, küreselleşmekte olan ve tasavvurların yayılmasında kullanılan Internet, küresel ağlar gibi iletişim ve medya teknolojilerinin merkezi bir konumu olmasına rağmen, bu teknolojilerin gelişim süreçlerinin kültürel küreselleşmeyle özdeş olmadığı şeklinde değerlendirmektedir.⁶³ Ancak, günümüzde kültür ürünlerinin üretim, dağıtım ve tüketimindeki hız ve çeşitlilik geçmişle kıyaslanamayacak durumdadır. Çünkü 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra gelişen yeni iletişim teknolojileri ve çok uluslu medya holdingleri, önceki dönemlere göre daha çeşitli, yoğun, geniş ve hızlı yayılan bir küresel kültür akışına yol açıyor. Küresel kültür akışının hız kazanması, kaçınılmaz olarak ulusal kültürlerin, kimliklerin ve kurumların merkezîyetçiliğinin sorgulanmasını beraberinde getiriyor. Kültür ürünleri ve kitle iletişim araçlarıyla üretilen anlamlar, diğer

⁶⁰ Hall, **a.g.e.**, 1998, s.47-48.

⁶¹ Hall, **a.g.e.**, 1998, s.50

⁶² Aktaran, Tomlinson John, **Küreselleşme ve Kültür**. (Çev: Arzu Eker), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2004, s.29.

⁶³ Tomlinson, **a.g.e.**, 2004, s. 36-37.

bir deyişle kültürel alanın tüketilmesinde ve metalaşarak ticarileştirilmesindeki yayılma, bu sorgulama ve değişim sürecinde önemli bir rol oynuyor.⁶⁴

Kapitalizmin fordizmden postfordizme geçiş ya da daha kapsamlı bir kavramlaştırmayla küreselleşme olarak niteleyebileceğimiz yeniden yapılanma sürecinde, en önemli unsurun bilişim ve iletişim alanındaki teknolojik devrim olduğunu belirtmek yerinde olacaktır. Kapitalizmin tarihi içinde yaşamış olduğu diğer teknolojik devrimlerin (buhar makinesinin üretime uygulanması ve elektrik enerjisinin kullanılması) aksine 1970’lerde ve 1980’li yıllarda gerçekleştirilen mikro elektriğin ve bilgisayarların üretime uygulanışı farklı bir paradigma oluşturmuştur.⁶⁵ Bu noktada kapitalizmin yapılanması sürecinde karşımıza toplumsal bir özellik olarak enformasyon toplumu çıkmaktadır.

2.2.2. Enformasyon Toplumu

Enformasyon toplumu, bilgi çağı, iletişim devrimi gibi yaklaşımların ortaya atılmasının nedeni hiç kuşkusuz, yeni iletişim teknolojilerinin bütün diğer buluşlara ivme kazandırma potansiyelini içermeleri ve yeni bir üretim ve toplumsal bir düzen paradigmasını taşıyabilecek potansiyele sahip olmalarıyla açıklanabilir.⁶⁶ Enformasyon toplumu kavramı toplumsal ilişkiler içinde bilginin belirleyici bir konuma ulaştığını vurgulamak açısından tarihsel bir süreci tanımlamak üzere kullanılan bir kavramdır.

Enformasyon toplumu olarak adlandırılan döneme özgü olan şey, üretimin temel kaynağının bilginin kendisinin ve etkinliğinin oluşturmasının yanı sıra toplumsal ve kültürel süreçlerin de vazgeçilmez bir biçimde yeni teknolojiler ve enformasyona bağımlı oluşudur... Enformasyon toplumu yaklaşımı temel olarak ekonomik, siyasal ve kültürel alandaki değişimleri konu edinmektedir.⁶⁷

⁶⁴ Kırca Süheyla, “Medya Ürünlerinin Küresel Yayılımı, Yerelleştirilmesi: Ulusaşırı Kimliklerin Yaratılması”. *Doğu-Batı*, (15), 2001, s.173-187

⁶⁵ Aktaran: Şaylan, a.g.e., 2002, s. 16.

⁶⁶ Uğur Aydın ve Bilici Mücahit, “Bilgi Toplumu, İnternet ve Demokrasi –Dijital Alemin Genleşen Kamusal Alanı” *Yeni Türkiye*, (19): 1998, s. 488-496.

⁶⁷ Timisi, a.g.e., 2003 s. 89.

Bell'e göre endüstri toplumu mal üreten makineler ve bunların etrafında çalışan işçilerin örgütlenmesiyle ilişkiliyken, sanayi sonrası toplumu, toplumsal kontrol ve değişimi sağlamak üzere bilgi etrafında örgütlenen bir toplumdur.⁶⁸ Masuda'ya göre ise "enformasyon uygarlığı" bilgisayar ve iletişim teknolojilerine yatırım yapan ve pek çok özelliğiyle endüstriyel toplumdan ayırım gösteren toplumdur. Masuda, enformasyon uygarlığının üç belirgin toplumsal etkisi olduğunu varsaymaktadır: 1) teknolojinin, eskiden insanın yaptıklarını üstlenmesi, 2) teknolojinin, insanın yapma olanağı olmayan şeyleri yapması, 3) böylece varolan sosyal ve ekonomik yapıların dönüşmesi.⁶⁹ Yine Masuda'ya göre enformasyon teknolojilerinin önemi yalnızca iletişim ve enformasyonda yeni bir aşama olması değil aynı zamanda yeni bir dünya açmasıyla ilişkilidir. Bilgisayar destekli teknolojinin sonucu olan enformasyon çağı, endüstri devriminden daha büyük bir toplumsal dönüşüme neden olacaktır. Çünkü enformasyon toplumunun ruhu küreselleşmedir.⁷⁰ İletişim teknolojilerinin küreselleştirici etkisi, enformasyon toplumunun temel eksenlerinden birini oluşturmaktadır. Bunlar, kültürel küreselleşmede enformasyonun serbest akışı, bilgi özgürlüğü ve tüketici beğeni ve arzularının yöneteceği bir iletişim ortamı, dünyanın en uzak köşelerinin iletişim teknolojileri aracılığıyla bütünleştirileceği varsayımdır. İletişim alanındaki bu gelişmeler "yeni iletişim düzeni" olarak tanımlanan bir durumun esasını oluşturmaktadır.⁷¹ Bu nedenle, artık iletişim belirli sınırlar içinde gerçekleşen bir etkinlik olma niteliğini aşmıştır. Yeni medya düzeni küresel bir düzen haline gelmiştir.⁷² Bilişim teknolojilerindeki baş döndürücü gelişmeler birbirini izleyerek bir köy kadar küçülen dünyamızı iletişim imkanlarıyla daha da genişletmiştir. Küreselleşmeye koşut bir dijitalleşme süreci, bizi sonunda her şeyin eriyerek sayısal kodlarla ifade edildiği bir dünyayla yüz yüze getirdi. Böyle bir dünyanın merkezine de yepyeni bir iletişim ortamı olan Internet oturdu.⁷³

⁶⁸ Aktaran, Timisi, **a.g.e.**, 2003 s. 89.

⁶⁹ Aktaran, Timisi, **a.g.e.**, 2003 s.95.

⁷⁰ Timisi, **a.g.e.**, 2003 s.96.

⁷¹ Timisi, **a.g.e.**, 2003 s.115.

⁷² Morley David ve Robins Kevin, **Kimlik Mekanları**. (Çev: Emrehan Zeybekoğlu) İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995, s.111.

⁷³ Uğur Aydın ve Bilici Mücahit, **a.g.e.**, 1998, s. 488-496.

III. BÖLÜM

KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR VE MEDYA

3.1. Kültürel Çalışmalar ve Medyaya Yaklaşımlar

Çalışmanın bu bölümünde medya konusundaki yaklaşımların tarihsel bir çözümlemesi yapılacaktır ancak esas ilgi odağını kültürel çalışmaların oluşturacağını belirtmek gerekir. Medya ile ilgili yaklaşımları tarihsel olarak incelediğimizde ilk çalışmaların önemli bir bölümünün Amerika kökenli olduğunu söyleyebiliriz. Amerika’da ortaya çıkan çalışmaların daha çok ampirik, pragmatist ve pozitivist bilim anlayışıyla temellendirilen ve medyanın izleyici üzerindeki etkilerine inceleyen niceliksel araştırmalardan oluştuğu görülmektedir. Bu yaklaşımın yükselişi, Amerikan davranışçı biliminin 1950’lerdeki ve 1960’ların ilk yıllarındaki dünya çapında enerjikliğıyle kurduğu kurumsal hegemonyaya paraleldir⁷⁴. Bu dönemde medyanın Amerikan toplumunda olumlu işlevler gördüğü konusunda bir fikir birliğinden söz edilebilir. Medya çoğulculuğu sağlama bağlamakta ve toplumu bütünleştirici bir işlev görmektedir.⁷⁵ Çoğulcu yaklaşımlar olarak nitelenebilecek bu yaklaşıma göre medya, Amerikan toplumunda diğer kurumlar gibi demokratik toplumun gerçekleşmesini sağlamaya yardımcı özerk bir kurum olarak kavramsallaştırılmıştır.

Çoğulcu bakışa göre, izleyiciler medya mesajlarını önceki ihtiyaçları ve eğilimleri uyarınca sonsuz çeşitlilikte tarzlarla güdüp yönetmeye yetenekli olup, onların uzlaşma girmelerini, uyum sağlamalarını ya da reddetmelerini mümkün kılan “toplumun çoğul değerleri” içinde yaşamaktadırlar.⁷⁶ 1930’larda hakim olan çoğulcu paradigma, medyanın fikirleri biçimlendirme, davranışları yönlendirme ve siyasal sistemleri kabul ettirme gücünün olduğunu düşünüyordu. Bu çerçevede medyanın çocuklar ve oy verme davranışı üzerine etkisi ile ilgili sayısız araştırma yapılmıştır.⁷⁷

⁷⁴ Stuart Hall, “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü” **Medya İktidar İdeoloji**. (Der., Mehmet Küçük), Ankara: Ark Yayınevi, 1999, s. 78.

⁷⁵ Hall, **a.g.e.**, 1999, s. 84.

⁷⁶ Curran James, “Kitle İletişim Araştırmalarında Revizyonizm: Bir Yeniden Değerlendirme Çabası” **Medya İktidar İdeoloji**. (Der., Mehmet Küçük), Ankara: Ark Yayınevi, 1999, s.398.

⁷⁷ Cangöz İncilay, **Kitle İletişim Kuramlarında Etki Sorunsalı ve Bir İzleyici Araştırması**. (Doktora Tezi). Eskişehir, Anadolu Üniversitesi. 1999, s.3.

Ancak, ana damar medya çalışmaları olarak da anılan bu paradigmada ilerleyen yıllarda bir değişiklik yaşanmaya başlanmıştır. Bu değişikliğin yaşanmasındaki en önemli etken Eleştirel Teorisyenler olarak bilinen Frankfurt Okulu düşünürlerinin Nazi Almanyası'ndan kaçarak Amerika'ya göç etmeleri ve burada yaptıkları çalışmaların diğer çalışmaları etkilemesi olmuştur. Ana damar araştırmalarda bir kırılmaya neden olan ve medya çalışmalarında eleştirel yaklaşımın ilk örneğini oluşturan Frankfurt Okulu yaklaşımı, aynı zamanda “kültür endüstrisi” kavramsallaştırmasıyla da kültürel çalışmaların ilk kökenlerini oluşturmaktadır. Dolayısıyla 1960'lı yıllardan sonra medya konusunda gittikçe önem kazanan kültürel çalışmalar yaklaşımına geçmeden önce, bu çalışmaların öncülü niteliğindeki Frankfurt Okulu ve kültür endüstrisi yaklaşımının yanı sıra Frankfurt Okulu ile başlayan ve ana damar iletişim araştırmalarına alternatif oluşturan eleştirel yaklaşımlar içinde gelişen araççı yaklaşımı ve ekonomi politik yaklaşımı da ele almamız gerekiyor. Ancak çalışmanın temel ilgi odağını kültürel çalışmalar oluşturacağından bu yaklaşımlara ana hatlarıyla değinilecektir.

3.1.1. Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi

1.Dünya Savaşı sonrasında Marksist kuramdan radikal bir kopuş görülmesine karşın, Marksist kuramın bir yandan geçmişteki yanlışları açıklayabilme diğer yandan da gelecek için bir hareket çizgisi belirlemek amacıyla Almanya'da bir grup düşünürün çalışmaları görülmektedir. 1922 yılında Felix J. Weil'in maddi kaynak sağladığı bu enstitü Viyana'da kurulmuştur. Almanya'da Hitler'in iktidara gelmesinden sonra dağılan okul, çalışmalarını Amerika'ya göç eden, okulun önemli isimleri olan Theodor Adorno ve Max Horkheimer vasıtasıyla devam ettirmiştir.

Frankfurt Okulu düşünürlerin çalışmaları savaş sonrası yıllarda Batı Avrupa Marksizm'inin yeniden canlanıp biçimlenişinde önde gelen güç kaynağı olurken, aynı zamanda ilk eleştirel iletişim araştırma modeli sunmanın ötesinde kitle iletişiminin ve kültürünün toplumsal kuram açısından önemi de ilk kez vurgulanmaktadır.⁷⁸ Bu anlamda Frankfurt Okulu'nun değerlendirmeleri ilk eleştirel medya çalışmalarına da kaynaklık etmiştir.

⁷⁸ Kellner Douglas, “Kültür Endüstrileri” Der: Erol Mutlu. **Kitle İletişim Kuramları**. Ankara: Ütopya Yayınevi. 2005, s.236

Frankfurt Okulu düşünürleri özellikle Adorno ve Horkheimer Amerika'ya göç etmelerinin ardından oradaki toplumsal ve kültürel ortamın da etkisiyle kitle toplumu ve kitle kültürüyle ilintili olarak medya üzerine çalışmalar yapmışlardır. Okul mensupları, sürgün dönemi boyunca kitle iletişimi ve kültürünün gelişmesine ve tüketim toplumunun yükselişine tanık olmuşlar, ticari yayın sistemlerinin kültürel gücünü ilk elden deneyimlemişlerdir.⁷⁹ Bu yüzden de Frankfurt Okulu üyelerinin kendilerine ilgi odağı olarak seçtikleri konuların arasında “kültür endüstrisi”/ “kitle kültürü”⁸⁰ önemli bir yer tutmaktadır.

Adorno ve Horkheimer'ın ilk kez *Aydınlanmanın Diyalektiği*'nde kullandıkları “kültür endüstrisi” terimi, en genel hatlarıyla kendiliğindenliği olmayan, yönlendirilen, şeyselleşmiş/maddeleştirilmiş, gerçek olmayan bir kültürdür.⁸¹ Aynı zamanda bu kültür kitleler tarafından yapılandırılmış ve tüketimin doğasını belirlemektedir. Onlara göre kültür endüstrisi, kapitalizmin tahakkümünü yaygınlaştırma amacıyla teknolojiyi kullanarak insanları ve onların kültürel anlatımların metaya dönüştürürken aklı da araçsallaştırmaktadır.⁸²

Adorno ve Horkheimer için kapitalist uygarlıktaki merkezi olgu elverişli bir toplumsallaştırıcı kurum olarak ailenin giderek yıkılması ve aracı işlevinin “barbarca anlamsızlık”, benzerlik ve can sıkıntısı üreten “kültür endüstrisi”ne devredilmesidir... “kültür endüstrisi” terimi, her ne kadar başarısız şekilsiz, edilgen ve irrasyonel bir işçi sınıfına dayanıyor olsa da tahakküm yine de yukarıdan geldiğini açıkça ifade etmek üzere tasarlanmıştır. Buna göre kitle iletişim aygıtları baskıcıdır: kapitalizme yönelik eleştiriler boğulur, mutluluk itaatle ve bireyin var olan toplumsal ve siyasal düzene tamamen eklenmesiyle sağlanır.⁸³ Görüldüğü gibi düşünürler kültür endüstrisi ve kitle iletişim araçları arasında paralellikler kurmaktadır. Çünkü onlara göre modern toplumlarda kitle kültürü yaratımında temel öğelerden birisi kitle iletişim araçları olmuştur. Marcuse'un belirttiği biçimde ifade etmek gerekirse “sosyalizasyon ajanı”

⁷⁹ Kellner, **a.g.e.**, 2005, s.234.

⁸⁰ Frankfurt Okulu teorisyenleri zaman zaman analizlerinde kitle kültürü terimini kültür endüstrisi ile birlikte kullanmışlardır. Ancak Eleştirel Teorisyenler, kitleler içinde kökenleri olduğu anlamını taşıdığı için “kitle kültürü” yerine “kültür endüstrisi” terimini genellikle tercih etmektedirler (Swingewood, 1996: 33).

⁸¹ Aktaran, Kızılcılık Sezgin, **Frankfurt Okulu**. Ankara: Anı Yayıncılık, 2000, s.225

⁸² ⁸² Cangöz, **a.g.e.**, 1999, s.19

⁸³ Swingewood Alan, **Kitle Kültürü Efsanesi**. (Çev. Aykut Kansu). Ankara: Bilim ve Sanat.Yayınları, 1996, s.31-32.

olarak işlevde bulunan kitle iletişim araçları modern yapı ve sistemlerde önemli bir ağıt olmuş, hatta ailenin işlevinin yerini almıştır. Bu yüzden, Frankfurt Okulu mensupları Amerika’da toplumu yönlendirme ve malipüle etmede başat formlar olarak gördükleri basın, radyo ve sinema üzerinde yoğunlaşmakta, genel olarak da söz konusu kitle iletişim araçlarının egemen güçlerin sınıfsal çıkarlarına nasıl işlevde bulunduklarını analiz etmektedirler.⁸⁴

Adorno ve Horkheimer’ a göre kültür endüstrisi, öncelikle “büyük kültür acenteleri” tarafından üretilmektedir. Büyük kültür acenteleri, egemen sınıf ve güç odaklarının tekelindedir ve bir fabrika gibi işlev görmektedir. Burada üretilen kültür ise aldatıcıdır ve tüketicileri yanlış yönlendirmektedir.⁸⁵ Tüketimle ilişkilendirilen bu kültürün yaşamasını sağlayan en önemli öge reklamdır.⁸⁶ İleri endüstriyel/kapitalist toplumlarda reklam ve kültür endüstrisi gerek ekonomik gerekse de teknik yönden karşılıklı olarak iç içe geçmiş durumdadır. Adorno ve Horkheimer’a göre kültürün bir ürün ya da meta haline gelmiş olduğu bu sistem homojen bir bütün oluşturmaktadır. Eninde sonunda belli bir tüketici grubunu hedeflediklerinden bir reklam spotu, bir otomobil ya da bir film arasında nitelik olarak hiçbir fark yoktur. Bu düşünürlere göre, bu kültürün temelsizleşmesi ve basitleşmesidir; ayrıca bu sistem bireye seçme hakkı vermek bir yana onun bireyselliğini elinden almaktadır.⁸⁷ Kültür endüstrinde reklamcılığın tüketicileri bu endüstrinin metalarını, ürünlerini almaya mecbur ettiği ileri sürülebilir. Diğer taraftan kültür endüstrisinin bir boyutunu da eğlence içermektedir. Adorno ve Horkheimer kültür endüstrisini “eğlence kurumu” olarak nitelemektedirler. Kültür endüstrisinin mutluluk kaynağı olan haz almayı kültürel mallara, belli bir eğlence anlayışına hapsedmesi söz konusudur. Bu eğlence kavrayışı, hazzı mutluluk kaynağı olmaktan çıkarmakta, iş dışı zamanı da ‘iş’e koşturmaktadır. Eğlence (entertainment) ‘avutucu eğlenme’dir (amusement). “Geç kapitalizmde avutucu eğlenme işin uzantısıdır”. Mekanikleşmiş iş sürecinden kaçıp onunla baş edebilme gücü kazanmak için eğlencenin peşine düşülür...”⁸⁸

⁸⁴ Kızılcıkelik, **a.g.e.**, 2000, s. 222.

⁸⁵ Adorno Theodor ve Horkheimer Max, **Aydınlanmanın Diyalektiği**. (Çev., Oğuz Özgüç), İstanbul: Kibalcı Yayınevi, 1996, s.32.

⁸⁶ Kejanlıoğlu Beybin, **Frankfurt Okulu’nun Eleştirel Bir Uğrağı: İletişim ve Medya**. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005, s.188.

⁸⁷ Cangöz, **a.g.e.**, 1999 s. 20.

⁸⁸ Aktaran, Kejanlıoğlu, Beybin., **a.g.e.**, 2005, s.186.

Sonuç olarak diyebiliriz ki; kültür endüstrisi sistemi, boşuna liberal sanayi ülkelerinde doğmamıştır, bu ülkelere özgü tipik kitle iletişim araçları, özellikle sinema, radyo, caz ve dergiler burada başarılı olmaktadır.⁸⁹ Bu yüzden kültür endüstrisi kitle iletişim araçları yoluyla üretilmekte ve dağıtılmaktadır. Dolayısıyla Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisi kuramının kitle iletişim araçlarıyla olan önemli ilişkisi de buradan kaynaklanmaktadır.

3.1.2. Araççı Yaklaşım

Araççı yaklaşım, ekonomik düzeyin aşağıdan yukarıya her şeyi mekanik bir şekilde belirlediğinden yola çıkarak, medyanın yönetici sınıfın çıkarlarına hizmet ederken, yönetici sınıfın doğrudan müdahalelerine açık kurumlar olduğunu vurgulamaktadır.⁹⁰ Görüşlerini klasik Marksist kurama dayandıran araççı yaklaşım tek yönlü bir ekonomik belirleyicilikten hareketle medyayı yönetici sınıfa hizmet eden bir araç olarak kabul etmektedirler. Dolayısıyla bu yaklaşım ekonomik indirgemeciliğe düşmekten kendisini kurtaramamaktadır. Medyanın hakim sınıfın elinde olduğu için kültürel üretim ve kontrolü de elinde tuttuğu ön kabulüyle araççı yaklaşım, medya metinleri ve izleyiciler üzerinde medyanın etkisi sorununu tartışma dışı bırakmaktadır. Bunun yerine daha çok medya ve sermaye arasındaki ilişkiler ele alınmaktadır. Araççı yaklaşım büyük basın gruplarının sosyal oluşumunu, diğer sermaye sahipleriyle ilişkisini ve üretim sürecindeki baskıları inceleyerek sonuç çıkarmaya çalışmaktadır.⁹¹ Araççı yaklaşım, tıpkı çoğulcu yaklaşımlardaki gibi, iktidarın bireysel uygulanmasına ve gazete üretimi içindeki anahtar bireylerin ve grupların çıkarlarına, amaçlarına odaklanmaktadır. İhmal ettikleri ise genel olarak medya üretiminin somut dinamikleridir.⁹²

Araççı yaklaşımın önemli isimleri Edward S. Herman ve Noam Chomsky, medyanın, güçlülerin söylemin öncüllerini saptama, halkın neyi göreceğine, duyacağına ve düşüneceğine karar verme gücüne sahip olduğunu ve kamuoyunu “yönetme” yetkisine sahip olduğunu savunmaktadırlar. Ayrıca, büyük reklamcılar seçmeci şekilde bazı gazeteleri ve televizyon programlarını destekleyerek ertesi günün ruhsat verme

⁸⁹ Adorno Theodor ve Horkheimer Max, **a.g.e.**, 1996, s.21.

⁹⁰ Dursun Çiler, **Televizyon Haberlerinde İdeoloji**. Ankara: İmge Kitabevi. 2001, s.27

⁹¹ Cangöz, **a.g.e.**, 1999 s. 22.

⁹² Dursun, **a.g.e.**, 2001, s.27.

otoritesi (latter-day licencing authority) gibi işlerler.⁹³ Buna paralel olarak da Chomsky'ye göre, "...medya haberlerin ve çözümlemelerin çatısını yerleşik ayrıcalıkları destekleyen bir çerçevede kurarak ve bu doğrultuda her türlü tartışmayı sınırlayarak, birbiriyle sıkı sıkıya kaynaşmış olan devletin ve şirketlerin çıkarlarına hizmet etmektedir".⁹⁴

Kısaca, araççı bakış açısında medya, tamamen ekonomik düzeydeki (altyapısal) sınıfsal çıkarların ve sahiplik/mülkiyet ilişkilerinin üstyapıya taşındığı veya yansıtıldığı ideolojik egemenliğin bir kanalı olarak konumlandırılmaktadır. Bu süreçte medya, egemen sınıf çıkarlarının korunması için kitlelerinin bilinçlerinin şekillendirilmesindeki etkin rolüyle ele alınmaktadır.

3.1.3.Ekonomi Politik Yaklaşım

Graham Murdock, Peter Golding ve James Curran gibi dünürlerin temsil ettiği ekonomi politik yaklaşım, araççı yaklaşıma nazaran daha esnek bir Marksist çizgi izlemesine rağmen kültürel çalışmalarla kıyaslandığında daha geleneksel bir çizgide olduğu söylenebilir.

Murdock ve Golding, araççı yaklaşımın aksine ekonomin nihai belirleyiciliğini kabul etmezler. Ekonomik belirlemeyi daha esnek bir tarzda düşünen araştırmacılar, her şeyin eninde sonunda ekonomik güçlerle doğrudan doğruya ilişkilendirilebileceğini ima eden Marx'ın son kertede belirlenme tasarımını sürdürmek yerine, belirlenmeyi ilk kertede işliyor olarak gören Hall' takip etmektedirler.⁹⁵ Bu nedenle Hall'ın etkisiyle ekonomi merkezli çalışılmamakta ve medya metinleri araştırılması gereken bir aşama olarak ele alınmaktadır.

Murdock ve Golding, medya endüstrilerini, çağdaş kültürün çözümlemesine başlamakta hareket noktası olarak görürken, Thompson'ın medyaya ilişkin

⁹³ Golding Peter ve Murdock Graham, "Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik". (Der: Süleyman İrvan), **Medya Kültür Siyaset**. Ankara: Alp Yayınevi, 2002, s.68.

⁹⁴ Chomsky Noam, **Medya Gerçeği**. (Çev. Abdullah Yılmaz), İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık. 1999, s.27.

⁹⁵ Golding Peter ve Murdock Graham, **a.g.e.**, 2002, s.69.

değerlendirmelerinden yola çıkmaktadırlar. Thompson, çağdaş toplumlarda kitle iletişim araçlarına sembolik formların üretilme ve dolayımınma tarzlarının dönüşümünde köktenci bir rol vermektedir...böyle merkezi bir alanı, kapitalizmin kendi dinamiklerine terk etmenin sonuçları ve bu sonuçları önleyici müdahaleler, ekonomi politik yaklaşımın temel sorunsalını oluşturmaktadır.⁹⁶

Murdock ve Golding ekonomi politiğin çalışma alanlarını üç boyutta değerlendirmektedirler. Birincisi, kültürel malların üretimiyle ilişkili olarak ekonomi politik kültürel üretimin kültürel tüketim silsilesi üzerinde sınırlandırıcı bir etki yaptığı varsayımı, ikinci olarak, medya ürünlerindeki mevcut temsillerin, onların üretimi ve tüketimindeki maddi gerçeklerle bağlantılı ilişkilendirilme biçimlerini göstermek için metinlerin ekonomi politiğinin incelenmesi ve son olarak da maddi ve kültürel eşitsizlik arasındaki ilişkiyi göstermek için kültürel tüketimin ekonomi politiğin incelenmesi.⁹⁷

Ekonomi politik yaklaşım, sahne gerisindeki geniş iktidar ve mülkiyet modellerinin medya ürünlerini üretmenin mahiyeti ve işleyişi üzerindeki somut sonuçlarıyla ilgilenir. Neyin üretildiğini analiz ederken bunun bizi nereye götürdüğünü görmek için medya çıktısının ekonomi politiğine yönelmemiz gerekiyor.⁹⁸ Sonuçta ekonomi politik yaklaşımın, medyanın hem ekonomik örgütlenmesiyle hem de kültürel ürünlerinin, çıktılarının bu ekonomik ve politik yapıyla olan bağına kurarak kapsamlı bir medya analizi ve eleştiri yaptığını söyleyebiliriz.

Ekonomi politik yaklaşım Frankfurt Okulu'nun devamı olarak şekillense de medya analizlerinde daha esnek bir tavır takındığını söyleyebiliriz. Bir başka ifadeyle, ekonomi politikçiler altyapıya oldukça önem vermelerine rağmen kültür ve politikanın da ele alınması gerektiğini savunmaktadırlar. Sonuçta, Frankfurt Okulu ile başlayan eleştirel medya çalışmalarının Marksist paradigmanda yaşanan değişimlere paralel bir seyir izlediğini söyleyebiliriz. katı bir ekonomik belirlenimcilikten kültürelci bir aşamaya geçişte iki noktanın etkili olduğunu söyleyebiliriz. Birincisi, tarihsel olarak dünya ölçeğinde yaşanan ekonomik, siyasal ve kültürel değişimlerin yeni analiz birimlerini ve yöntemlerini gerekli kılmasıdır. İkincisi ise bu değişimlere paralel olarak Marksizm'in yeniden yorumlanarak, üstyapı kurumlarına özel bir ilginin

⁹⁶ Dursun, **a.g.e.**, 2001 s.43.

⁹⁷ Golding ve Murdock, **a.g.e.**, 2002, s.76.

⁹⁸ Golding ve Murdock, **a.g.e.**, 2002, s.85.

gösterilmesidir. Kısaca, ekonomik belirlenimcilikten bir kopuş ve kültürel alanın daha önemli hale gelmesi medya konusundaki yaklaşımları da etkilemiştir.

3.1.4. Kültürel Çalışmalar

Kültürel Çalışmalar, iletişim sözlüğünde “kültürün ve toplumun incelenmesine yönelik disiplinler arası yaklaşımlar alanı”⁹⁹ olarak tanımlanmaktadır. Özellikle edebiyat, toplumbilim, tarih ve daha az düzeyde olmakla birlikte linguistik, semiotik, antropoloji ve psikanaliz gibi değişik kurumlaşmış söylemlerin sınırlarında dolaşarak, bunlarla başarılı ortaklıklarda bulunarak beslenmektedir.¹⁰⁰ Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi’nin İngiltere’nin Birmingham kentinde 1964 yılında kurulmasından ve ilk çalışmaların burada yapılmasından dolayı İngiliz Kültürel Çalışmaları olarak da adlandırılmaktadır.

Sosyal bilimlerde Kültürel Çalışmalar yaklaşımı köken olarak 1930’larda oluşan Frankfurt Okulu’na kadar uzanmakla birlikte, kültür temelli analizler özellikle 1980’li ve 1990’lı yıllarda artmıştır. Bu artışa yol açan etkenlerin başında toplumsal değişimde “değer” (value) bazlı hareketlerin yer alması gelir. Reel sosyalizmin çöküşü ile beraber ‘izm’ler arasındaki mücadelenin gerilemesi, cinsiyet, etnik köken, ırk, din gibi kültür ağırlıklı toplumsal taleplerin ve çatışmaların ortaya çıkmasına olanak tanımıştır. Yeni medya teknolojileri de bir yandan kültürel eşitlik ve özerkliğe olanak tanırken, diğer yandan kültür üzerindeki müdahaleleri kolaylaştırmıştır.¹⁰¹ Bu çalışmanın ilk bölümünde açıklanan kapitalizmin kendi içinde yaşadığı yapısal dönüşüm sonucu, refah devleti anlayışının terk edilmesi, çok uluslu şirketlerin ekonomik ve toplumsal alana hakim olması, tüketim odaklı kültürel formların ve parçalanmış kimliklerin ortaya çıkması ve sınıf temelli kimliklerin zayıflaması, kültür alanının analizini cazip hale getirmiştir. Bu nedenle de eleştirel bir toplum analizinden hareket eden kültürel çalışmalar Marksizm’i yeniden yorumlayarak, toplumu, sınıf olgusunu aşan paradigmlarla incelemeye çalışmışlardır.

⁹⁹ Mutlu Erol, **İletişim Sözlüğü**. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2004, s.197.

¹⁰⁰ Türkoğlu Nurçay, **Kitle İletişimi ve Kültür**. İstanbul: Naos Yayınları, 2003, s.56.

¹⁰¹ Aktaran, Dağtaş, **a.g.e.**, 1999, s.335.

Eleştirel bir toplum analizinden hareket eden kültürel çalışmaları Marksizm iki noktada etkilemiştir. Birincisi, kültürü anlamak için, toplumsal ve tarihi yapı ile ilişki kurmak gerekir. Buna göre bir kültürel konuyu (text) ve uygulamayı (practice) doğru anlayabilmek için, onu toplumsal ve tarihsel üretim ve tüketim koşulları içerisinde analiz etmeliyiz. İkinci nokta ise kapitalist sanayi toplumunun etnik, cinsel ve sınıfsal açıdan eşitlikçi olmayan temeller üzerine oturtulan bir toplu biçimi olarak algılanması gerektiğidir. Kültürel çalışmalara göre bu eşitsizliğin oluşturulduğu araçlarda biri de kültürdür. Bu açıdan kültür, tabi grupların, egemen grupların çıkarlarını yansıtan anlamların zorla kabul ettirilmesine karşı direndiği bir sürekli mücadele alanıdır. Bu da kültürü, ideolojik kılan şeydir.¹⁰² Bu noktada kültür ve ideoloji arasında böyle bir bağın kurulması ve kültürün yeniden yorumlanması kültürel çalışmaların temel ilgi odağını oluşturmaktadır. Bu nedenle de kültürel çalışmalarda ideoloji temel çalışma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle Stuart Hall'ün, kültürel alanı ideolojik mücadelenin verildiği bir mecra olarak kavramsallaştırması ve Antonio Gramsci'nin hegemonya kavramıyla açıklaması kültürel çalışmaların ideolojiye verdiği önemi göstermektedir. Bu yüzden kültürel çalışmaların ideoloji kavramsallaştırmasını ve kültürel alanda anlamların inşa edilmesinde kitle iletişim araçlarına atfettikleri önemi birlikte değerlendirmemiz gerekiyor.

Stuart Hall'ün başkan olmasıyla birlikte kültürel çalışmalarda, medya metinlerinin anlam sisteminin çözümlenmesiyle medya-ideoloji ilişkisi ön plana çıkmıştır. Şüphesiz ideoloji kültürel çalışmalardaki temel kavramdır. Birden çok bağlamda ele alınmaktadır, ancak, Hall'ün tanımı en çok kullanılanıdır. Hall, ideolojik mücadele sürecini açıklayabilmek amacıyla, Antonio Gramsci'nin 'hegemonya' kavramı çerçevesi içerisinde 'telaffuz' (articulation) kuramını geliştirdi. Hall'e göre kültürel konu ve uygulamalar, dil üretimindeki niyetin ne olduğu bağlamında bir sefere dair ve bütün hepsi için garanti edilen anlamla birlikte kayda geçilmezler; anlam her zaman telaffuz eyleminin bir sonucudur (telaffuz ise dilin 'kullanımı sırasındaki üretimin' aktif bir sürecidir). Bu notada kültürel konu ve uygulamalar çok aksanlıdır; yani farklı bağlamlarda farklı aksanlarla telaffuz edilebilirler. Demek ki anlam toplumsal bir üretilimdir ve dünya, anlam üzerine kurulmalıdır...bu yüzden kültürel çalışmalar için kültür alanı hem ideolojik mücadelenin yapıldığı hem 'birleşme' ve

¹⁰² Storey John, **Popüler Kültür Çalışmaları**. (Çev. Koray Karşahin), İstanbul: Babil Yayınları, 2000, s.10-11

‘direniş’lerin olduğu hem de hegemonyanın kazanılıp kaybedildiği geniş bir alandır.¹⁰³ Bu bağlamda, Hall’e göre günümüz toplumunda, anlam üzerinde ideolojik mücadelenin verildiği kültürel kurumların başında medya, bu çalışmanın sorunsalı özelinde düşünüldüğünde ise Internet gelmektedir.

3.1.5. Internet, Kültür ve Hegemonya

Küreselleşmenin hızlanması ve kapitalizmin yeniden yapılanma sürecinde iletişim ve bilgisayar teknolojilerinin önem kazanması, interneti küresel sistemin kültürel mecrası haline getirmiştir. Geleneksel kitle iletişim araçlarının önüne geçen Internet gündelik hayatı ve kültürel alanı hızlı bir şekilde dönüştürmektedir. Artık gündelik hayatın örgütlenmesinde Internet dolayısıyla gerçekleşen toplumsal etkileşim daha ağırlık kazanmaktadır. Internet yeni zamanların en etkili iletişim aygıtı olarak nitelenebilir. Çünkü Internet teknik özellikleri sayesinde, küresel ölçekte çok kolay, hızlı ve kapsamlı bir yayılma gücüne sahiptir. Dolayısıyla Internet diğer kitle iletişim teknolojileriyle birlikte, küreselleşmeyle gelen başat kültürel değerlerin temel taşıyıcısı ve dağıtıcısı konumundadır. Bu noktada, interneti teknik ve ekonomik olarak örgütlenmiş bir araç olmanın ötesinde düşünmek gerekir. Sınırları aşma konusunda emsalsiz olan Internet, kültürel alanı hızlı bir şekilde küreselleştirmeyi başardı. İnternetin kültürel alandaki bu başatlığı, yeni toplumsal ve bireysel ilişki biçimlerinin, yeni kimliklerin, yeni kültürel formların oluşmasını olanaklı hale getirerek, bir anlamda küresel ölçekte başatlaşmış ve aynı zamanda homojenleşmiş küresel bir kültürün inşasını sağladı. Dolayısıyla, bir devrim olarak nitelenen Internet, birçok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen bir iletişim ağı. olmanın ötesinde, makro düzeyde yeni bir kültürel, siyasal ve ekonomik alan olarak analiz edilmelidir.¹⁰⁴ Kısaca, Internet, küresel sistemin hegemonyasını kurduğu ve yaydığı en temel mecra olarak nitelenebilir.

Internet bir enformasyon otoyolu olarak başlangıçta devlet sübvansiyonuyla üniversite ve araştırma kurumları tarafından yaygın olarak kullanılırken, bugün artık ticarileşmiş bir pazar olarak özel bireylere kültürel hizmet satan bir özel pazar halini almaktadır. Schiller, küresel enformasyon otoyollarının Amerikan emperyalizminin

¹⁰³ Storey, **a.g.e.**, 2000 s. 11-12..

¹⁰⁴ Polat Necla, “Sanal Dünyada Duygusal Doyum” **İletişim**, (16) 2002, s. 93-117.

genişlemesinin yeni bir boyutu olduğunu söylemektedir. Enformasyonun özgür akışı ilkesi Amerikan kültür endüstrisinin dünya çapındaki yayılmasını gizleyen bir ideolojidir. Özgür iletişim ilkesi altında Amerika, ulaşım ve enformasyon teknolojileri aracılığıyla kültürel egemenliğini kurmaktadır.¹⁰⁵ Bu kültürel egemenliği sanal pazar şeklinde ifade edebiliriz. İnternette surf yaparken karşımıza çıkan reklamlar, ticarileşmenin sadece bir ayağını oluşturur. Reklamlar, tüm Internet kullanıcılarını tüketici olarak algılamının ötesinde bir metaya dönüştürmektedir. Çünkü Internet sitelerinin, kaç sörfçünün siteye uğradığını gösteren sayaçları aynı zamanda o siteye verilen reklamların bedelini de belirlemektedir...tüm bunlar internetin ya da yeni iletişim ortamının, kendini diğer medyalardan ayıran başlıca özelliklerinin, etkileşim ve izleme/gözlem kapasitesinin tüketim ekonomisinin kullanımına sunulmasından başka bir şey değildir, ki anlamı, kapitalizmin Pazar erişiminde etkin ve derinleştirici yeni bir ortama kavuşmasıdır¹⁰⁶

Internet teknolojisinin özü İngilizciye dayanmakta, hatta Internet üzerindeki küresel iletişime katılmak bir ölçüde bu dilin deyimlerini de bilmeyi gerektirmektedir. Şu andaki gelişme biçimi internetin ABD'nin kültürel alışveriş penceresi olduğunu göstermektedir. Aynı biçimde Internet sitelerinin %96'sından fazlası en zengin 27 ülkeye aittir¹⁰⁷. Dolayısıyla bu yapılanma, başat hegemonik ilişkilerle birlikte dünya çapında enformasyon zengini küçük bir ülkeler ve bireyler grubuyla, bu özel iktidar biçiminden dışlanmış olan çoğunluk arasındaki mücadele şeklinde betimlenebilir.

Hall, yeni zamanların en etkili iletişim aracı olarak nitelenebilecek olan Internet ve diğer kitle iletişim araçlarına önemli işlevler atfetmektedir. O'na göre medya, 20. yüzyılın ileri kapitalizminde nicel ve nitel olarak kültürel alanda tayin edici ve temel bir önderlik tesis etmiştir. Kitle iletişim araçları ekonomik, teknik, toplumsal ve kültürel kaynakları bazında, ayakta kalabilmiş daha eski, daha geleneksel kültürel kanallardan nitel olarak daha büyük bir dilimi yönetimi altına almıştır¹⁰⁸. Bu noktada, günümüz kapitalist toplumlarında, hızlı bir gelişim gösteren kitle iletişim teknolojilerinin küresel ölçekte bir hegemonyanın kurulmasında nasıl işlev gördüğünü anlamamız

¹⁰⁵ Aktaran, Timisi, **a.g.e.**, 2003, s.221.

¹⁰⁶ Başaran Funda,. "İnternetin Ekonomi Politikası". Der. M.Binark ve B. Kılıçbay. **İnternet, Toplum, Kültür**. Ankara: Epos Yayınları, 2005, s.41.

¹⁰⁷ Subaşı, Necdet **Sanal Cemaat Örüntüleri**, [http:// medyakronik.com](http://medyakronik.com), 2001,s.2

¹⁰⁸ Hall, **a.g.e.**, 1999, s.232.

gerekmektedir. Çünkü başat ideolojinin ve kültürel değerlerin oluşturulması toplumsal alanda bir hegemonyanın kurulmasına bağlıdır.

Gramsci burjuva devletinin baskıcı yönünün yanı sıra 'ikna edici' yönünün olduğunu öne sürmekte, bu iknayı hegemonya kavramı ile açıklamaktadır...kapitalist toplumda çoğunluğun rızasını sağlamaya yardımcı olan üstyapı kurumlarının başında medya gelir. Diğerleri eğitim, aile, hukuk, sendika gibi sivil toplum kurumlarıdır. Bu kurumlar hegemonyanın kurulmasını sağlayan kurumlardır¹⁰⁹

Hegemonya kavramı, bir yönetici gücün kendi hakimiyeti için hükmettiği insanların rızasını alma biçimi anlamında kullanılır. Hegemonya güç ve rızanın bileşimine dayanır. Gramsci'ye göre liberal kapitalist devlette zorun arkasında işleyen rıza, sistemin devamı için önemli bir unsurdur¹¹⁰. En temel hegemonik strateji "ortak duyu"nun inşasıdır. Eğer yönetici bloğun fikirleri sınıf temelli değil de, ortak duyu olara kabul edilirse, bu sınıfın ideolojik hedefleri gerçekleşir ve ideolojik işleyiş gizlenir.¹¹¹ Toplumsal sistemdeki tüm değer ve düşünceler varolan yönetici sınıfı destekler...hegemonya değerler üzerinde bir uzlaşmadır ve genellikle "ortak duyu"nun içine yerleşir, ancak yönetici sınıfın çıkarıdır.¹¹²

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

"Hegemonya, toplumdaki temel ekonomik süreçler üzerinde etkin bir üstünlük sağlamış olan hakim sınıf ittifakının ya da yönetici bloğunun toplumun hayat tarzı, anlayışı, biçimi, kültür ve medeniyet düzeyini bir sınıfın dar çıkarlarına uygun olarak dönüştürme bile, bir bütün olarak hakim toplumsal ve üretim sisteminin gelişimini ve genişlemesini destekleyen bir yönde dönüştürebilecek ve yeniden biçimlendirecek süreçlerdeki üstünlüğü kuşatır. Bu önderlik anlayışında önemli olan nokta, hegemonyanın hukuksal ve meşru ölçütlerden ziyade, tabi durumdaki sınıfların ve toplumsal grupların aktif rızalarının kazanılması yoluyla sağlanmasıdır."¹¹³

Hegemonya kavramı Gramsci tarafından sınıfa eklemlenen güç ilişkilerini açıklamak için kullanılırken, kültürel çalışmalarla beraber cinsiyet, ırk, din, etnik,

¹⁰⁹ Dağtaş, a.g.e., 1999, s.34.

¹¹⁰ Hall, a.g.e., 1999, s.222.

¹¹¹ Fiske John, **İletişim Çalışmalarına Giriş**. (Çev: Süleyman İrvan). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005, s.225.

¹¹² Dağtaş, a.g.e., 1999, s.346.

¹¹³ Hall, a.g.e., 1999, s.119.

köken, ve anlama eklemlenen güç ilişkilerini açıklamak için kullanılmaktadır. Kısaca, medyada bir ortak duyu oluşturulurken üzerinde uzlaşılan değerler devlet de olabilir, erkek egemen ideoloji de, beyaz ırkın üstünlüğü de¹¹⁴ Görüldüğü gibi medya kültürel alanda değerlerin üretilmesi, dağıtılması ve anlamlandırılması sürecinde önemli bir işlev görmeye başlamıştır. Medya kültürel alandaki önderliği çoğunlukla başat kültürel değerlere paralellik gösterecek şekilde yerine getirmektedir. Hall, böylelikle ortak duyunun ve rızanın üretimine yardımcı olan kitle iletişim araçlarıyla ilgili iki noktayı vurgulamaktadır. Kitle iletişim araçları:

- a) Grupların ve sınıfların öbür gruplara ve sınıflara ilişkin bir hayat, anlam, pratik ve değer 'imgesi' inşa etmelerinin temelini sağlamaktan,
- b) Çağdaş sermaye ve üretim koşulları altında daha karmaşık hale gelen ve bölük pörçük parçalardan oluşan toplumsal totalitenin çoğulcu bir 'bütün' olarak kavranabilmesi için gereken imgeleri, temsilleri ve düşünceleri sağlamaktan giderek daha çok sorumlu hale gelmektedir¹¹⁵

Bu sorumluluğu yerine getirirken, yine Hall'ün deyişiyle medya, ideolojik bir 'iş' üstlenmektedir. Medya toplum ve dünyayı basit ama anlamlı terimlerle sınıflandırmamıza yardımcı olur. Bu ise toplumu bir ortak duyu etrafında toplamakla mümkündür. Ortak duyu temelde toplumda var olan sınıfsal çelişkileri gizleme yetisine sahip olmakla birlikte, diğer taraftan başat toplumsal sistemin/kültürün lehine işleyen bir süreci temsil eder. Dolayısıyla, başat değerler sistemiyle paralellik gösteren ortak duyunun inşası medyanın anlam üretme işleviyle yakından ilişkilidir. İşte bu anlam üretimi ve ortak duyunun inşası medyanın ideolojik iş boyutunu anlamamızı gerekli kılar. Bu ideolojik iş, birincisi, üniter bir yönetici sınıfın 'dünyasından' daha fazla sayıda ve çeşitlilikte dünyayı temsil ederek ve sınıflandırarak modern dünyanın 'çoğulluğunu' yansıtmak, ikinci olarak ise toplumsal bilgiyi inşa ederken yeğlenen anlamlar ve yorumlar içinde yapacağı sınıflandırma ve düzenleme ile belli gerçekliklerin içerilmesi ve diğerlerinin dışta bırakılması şeklinde açıklanabilir¹¹⁶

¹¹⁴ Dağtaş, a.g.e., 1999, s.347.

¹¹⁵ Hall, a.g.e., 1999, s.233.

¹¹⁶ Hall, a.g.e., 1999, s.233-234.

Meydanının ideolojik işi yerine getirmesinin önemi anlamlandırmayı başat ideolojilerin repertuarı içinde bir yerlere yerleştirmesinde yatar.¹¹⁷ Medya toplumsal/kültürel alandaki bu ideolojik inşayı yerine getirirken sürekli olarak toplumdaki sınıfsal çelişkileri perdeleyerek gündelik hayat, yaşam biçim, eğlence, tüketim, moda gibi kategoriler oluşturarak bu minvalde bir anlamlandırma çerçevesi oluşturmayı tercih eder. Medya, toplumu bir bütün ve sınıfsal bir yapılanma olarak açıklamaktan kaçınarak erkeklik, gençlik, kadınlık, tüketim, eğlence gibi alanlar oluşturma yoluna gitmektedir. Bugün Internet üzerinde kadın, erkek, gençlik, moda, eğlence gibi kategorilerde yayın yapan çok sayıda sitenin olması, bu alanlarda başat değerlerle uyumlu kültürel formların, alışkanlıkların, kimliklerin oluşturulmaya çalışılmasıyla açıklanabilir.

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

Küreselleşmeyle gelen ve yeni iletişim teknolojileriyle özellikle internetle birlikte yayılan bu kültür, türdeşleştirici bir kültürel temsil biçimidir, eskiden de olduğu gibi müthiş derecede özümseyicidir... farklılıkları özümseyerek, daha büyük her şeyi kapsayan ve aslında Amerikan tarzı bir anlayışı olan çerçevenin içine yerleştirmek istemektedir¹¹⁸. Bu kültürel etkileşimi internetle ilişkilendirecek olursak, Ohmae'nin belirttiği gibi küresel pazarın "sınır aşan bir medeniyet" ürettiğini öne sürüp bunu da tahmin edilebileceği gibi "küreselleşen kot, kola ve spor ayakkabısı markalarını örnek

¹¹⁷ Hall, a.g.e., 1999, s.237.

¹¹⁸ Hall, a.g.e., 1998, s.49.

göstererek” tüketici zevk ve tercihlerinin giderek birbirine benzeyerek birleşmesi¹¹⁹ şeklinde değerlendirebiliriz. Aynı şekilde küresel ağlarla yayılan bu kültürün en temel özelliği yaşam tarzlarının ve simgelerin pazarlanmasıdır. İnternet, bu pazarlamada ve başat değerlerin yayılmasında önemli bir kültürel mecra görevi görmektedir.

Küreselleşmenin kültürel mecrası ve yayılma alanı olarak ele aldığımız internetin, kültürel anlamda bir hegemonya oluşturmasını ele alırken iki noktayı vurgulamamız gerekiyor. Birincisi, internetin önemi öncelikle teknik özellikleri bazında ön plana çıkmaktadır. Teknik olarak yayılma hızı ve geniş kitlelere ulaşma konusundaki yeteneği düşünüldüğünde internetin küresel anlamda kültürel alanın ele etki altına alınmasında önemli bir rol oynamaktadır. İkinci olarak ise İnternet kullanıcılarının küresel ağların sunduğu imkanlarla sınırsız sayıdaki materyallerden yararlanmaları ve interneti kültür ve kimlik inşalarında kullandıkları ve etkilendikleri bir mecra olarak görmelerini gösterebiliriz

Bu noktada, Stuart Hall’ün medya konusundaki düşüncelerine geri dönece olursak, öncelikle kodlama ve kod açılma (encoding/decoding) konusuna bakmak gerekir. En temelde Hall ve İngiliz Kültürel Çalışmaları’nın medya konusundaki yaklaşımları, dayandıkları toplumsal yapı ve bu yapı ile kitle iletişim araçlarının arasında kurdukları ilişkilendirme üzerinde temellenir. Düşünürler, bu ilişkilendirme yapılırken, siyasal kültürel ve ekonomik yapılanmanın birlikte, bütüncül bir şekilde anlaşılması gerektiğini vurgular. Hall, medya iletilerinin üretimi ve tüketimini ‘yeniden üretim’ kavramı çerçevesinde ele alır. Bu bağlamda, üretim pratiklerine ilişkin kullanılan bilgiler, tarihsel olarak tanımlanan teknik beceriler, profesyonel ideolojiler, kurumsal bilgi, tanım ve varsayımlar iletilerin kendisini biçimlendirir¹²⁰ Bu yüzden de medyayı, iletilerin üretilmesi için toplumsal, ekonomik ve teknik olarak örgütlenmiş aygıtlar olarak ele alırlar. Sembolik iletilerin üretimi, geniş bir şekilde anlam üreten göstergeler sistemi olarak anlaşılan dilin aktarımından geçmeksizin gerçekleştirilemez. Olaylar kendi başlarına anlam iletmez. Olayların ister gerçek, ister kurmaca olsun anlaşılabilir kılınabilmesi için sembolik biçimlere dönüştürülmesi gerekir. Bu işleme kodlama adı verilir. Kodlama olaylara anlamlar yükleyen kodları seçmek, olayları kendilerine anlam yükleyen göndergesel bir bağlama yerleştirmek demektir Hall’e göre

¹¹⁹ Aktaran, Tomlinson, **a.g.e.**, 2004: 29.

¹²⁰ Aktaran, Dağtaş, **a.g.e.**, 2001, s.338.

bu kodlar, anlamı başat ideolojilerin repertuarı içinde bir yerlere yerleştirir ve o bağlam içinde bir anlam üretimini olanaklı kılar. Bu nedenle kodlama da ideolojik işleyişin bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır.¹²¹

Kültürel çalışmaların medya ve ideoloji konundaki görüşlerini etkileyen düşünürlerin başında gelen Louis Althusser de medya metinlerinin kodlanmasıyla ilişkilendirebileceğimiz davet etmeyi, medyanın en yaygın ve en görünmez ideolojik pratiklerinden biri olarak “çağırma” ya da “seslenme” diye nitelemektedir...her iletişim birisine seslenir ve seslendiği kişiyi toplumsal bir ilişki içine yerleştirir. Kendimizi seslenilen olarak gördüğümüzde ve iletişime yanıt verdiğimizde kendi toplumsal dolayısıyla ideolojik inşamıza katılırız. Tüm iletişimlere bize bir biçimde çağrı yapar ya da seslenir: örneğin bir çift yüksek topuklu ayakkabı, kadını (ya da erkeği) çağırır ve bu çağrıya ayakkabıları severek ya da giyerek yanıt verenler kendilerini ataerkil bir özne olarak konumlandırırlar¹²². Aynı şekilde, İnternet üzerindeki alanlarda insanlara kadın/erkek kimliği, gençlik, tüketim, moda, eğlence gibi kategorilerle seslenilmektedir. Bu çağrılara bir şekilde cevap verenler ya da ona göre davrananlar, seçilmiş ve kurgulanmış kimlikle ve kültürel formlar dolayımında inşa edilirler.

¹²¹ Hall, **a.g.e.**, 1999, s.236.

¹²² Fiske, **a.g.e.**, 2003, s.224.

IV. BÖLÜM

İNTERNET VE GENÇLİK

4.1.1. İnternet Tarihi

Dünyadaki milyonlarca bilgisayarın birbirine bağlandığı devasa bir ağı ifade eden İnternet, birçok teknolojik yenilik gibi askeri ve savunma amaçlı olarak ortaya çıkmıştır. Bugün dünyanın büyük bir bölümünü saran İnternet, görece kısa bir dönemde yayılmış ve insanlar tarafından etkin bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Öyle ki İnternet, artık çağımızın vazgeçilmez iletişim aracı olmuştur.

Amerikan askeri savunma projesi olarak geliştirilen¹²³ ve 1980’li yılların sonundan itibaren bireysel kullanıma sunulan İnternet, 1990’lı yıllarda artık devletler düzeyinde, hatta devletler-üstü düzeyde tanınan, sahiplenilen ve bir düzene tabi tutulması için üzerinde sayısız proje geliştirilen toplumsal, küresel, ideolojik bir olgu ve hatta bir mitos haline gelmiştir.¹²⁴ Amerika ve Sovyet-Rusya arasındaki soğuk savaşın sürdüğü yıllarda, nükleer bir felaket sonrası haberleşmeyi sürdürmek amaçlı geliştirilen ARPA (Advanced Research Project Agency), bir iletişim ağı ve savaş koşullarında yok olmayacak bir sistem olarak tasarlanmıştır. Bu amaçla yapılan araştırmada merkezi olmayan askeri bir bilgisayar ağının tüm ülkeye yayılabileceği ve bir nükleer saldırıya karşılık, karşı saldırı yapabileceği gösterildi. ARPA projesi bu ağı destekledi ve ARPANET adını aldı. 1969’da ilk fiziksel ağ California’da kuruldu. İlk kurulan bilgisayar ağı tüm ülkede sadece 4 noktada terminale bağlıydı. 1972 yılında terminal sayısı 23’e ulaştı ve elektronik posta kavramı ortaya çıktı. 1976’da radyo ve uydu bağlantıları

¹²³ İnternet incelemeleri yazınında ve internet tarihi araştırmalarında internetin her şeyden önce askeri bir proje olarak hayata geçtiği ve uzun bir süre böyle kaldığı konusunda bir uylasım vardır. Oysa Jon Marshall, internetin beş kültürün kesişmesiyle oluştuğunu göstermektedir. Bunlar askeri, finansal, akademik, devlet bürokrasisi, programcı ya da *hacker* kültürleridir. Bunlar kimi zaman çatışma, kimi zaman işbirliği içerisinde internetin anlamını kazanmasını ve yaygınlaşmasını sağlamışlardır (Kılıçbay, 2005:16).

¹²⁴ Kılıçbay Barış, “Bir Teknoloji Söyleminden Parçalar: Enformasyon ve İletişim Teknolojileri Kuramlarına Tarihsel Bakış”, Der. M.Binark ve B. Kılıçbay. **İnternet, Toplum, Kültür**. Ankara: Epos Yayınları, 2005, s.16.

sayesinde ABD ve Avrupa bu ağ üzerinde birleştirildi. 1979'da ilk bilgisayar haber grupları ortaya çıktı. 1980'lerde soğuk savaşın etkisini yitirmesiyle akademik ve ticari çevreler bu bilgisayar sistemine ilgi göstermeye başladı. O zamanlar sistem sadece elektronik posta amacıyla kullanılıyordu. 1991'de Tim-Berners Lee, World Wide Web'i (WWW) icat etti. Bu sistem “hypertext” denen daha görsel bir temele dayanıyordu ve araştırmaların ve bilgilerin paylaşılmasını kolaylaştırmak amaçlanıyordu. WWW'nin ortaya çıkması aynı zamanda ticari çevreleri de motive etti. Bu tarihte kullanıcı sayısı 617,000'e ulaştı ve bilgisayar ağı bugünkü anlamda Internet adını alabildi. 1990'larda Internet kullanıcı sayısı ve fiziksel yapısı katlanarak arttı. Ticari kurumlar, üniversiteler, organizasyonlar ve devlet kurumları bu gelişime ayak uydurdular. Bağlantı noktalarına isim verilmeye başlandı ve bu kurumlar kendi adlarına Internet siteleri açmaya başladılar. 1994'de Internet üzerinde ilk siber banka kuruldu. Pizza Hut Internet üzerinden sipariş almaya başladı. AT&T, MCI gibi iletişim firmalarının hemen hepsi internete yatırım yapmaya başladılar.¹²⁵

Türkiye'ye ise Internet teknolojisi ilk olarak 1987 yılında Ege Üniversitesi'nin öncülüğünde kurulan, Türkiye Üniversite ve Araştırma Kurumları Ağı ile geldi. 12 Nisan 1993'te de Ankara – Washington arasında kiralık hatla kurulan bağlantı ile Türkiye internetle tanıştı. Aynı yıl ODTÜ ve Bilkent Üniversitesi ilk Türk web sitelerini yayına verdi. 1994 yılında da kurumlara ve firmalara Internet hesapları verilmeye başlandı. Bu arada ilk servis sağlayıcısı Tr.net de hizmete girdi. 1993'te ODTÜ ve Bilkent'in yaptığı ilk “tr” uzantılı iki web sitesiyle başlayan Internet yolculuğunda bu rakam bugün 27 bine ulaştı. Özel sektörün internete gösterdiği ilgi ve yatırımların artması, kısa sürede bir “Internet patlaması” yaşanmasına neden oldu (www.elkitabiyayin.com/id/019/01.htm). Bu hızlı yayılım süreci içinde Internet artık dünyada ve Türkiye'de üniversiteleri, eğitim kurumlarını, resmi ve ticari kuruluşları, çeşitli toplum örgütlerini, bilgisayar meraklılarını ve bilgiye ulaşma gereksinimini hissedene herkesi birbirine bağlamış durumdadır.¹²⁶

Ortaya çıkışından bu yana yaklaşık kırk yıl geçen internetle ilgili çarpıcı rakamlardan söz edebiliriz. Kaliforniya Üniversitesi'nde Ağustos 2003'te yapılan bir NetCraft araştırmasına göre, dünyada 42,8 milyon web sunucusu olduğunu ölçülmüş.

¹²⁵ İnternetin tarihiyle ilgili daha ayrıntılı bilgiler için bkz. Başaran, 2005; Timisi, 2003; Uğur ve Bilici, 1998; Gürçan, 1998; Anar, 2000; Hafner ve Lyon, 2000).

¹²⁶ Gürçan Halil İbrahim, “İnternet, Küreselleşme ve Sanal Toplum **Yeni Türkiye**, (20): 1998, s. 4445-4447.

Dünya nüfusunun 7 milyar olduğu günümüzde İnternet nüfusunun 1,1 milyarı geçtiği öngörülmektedir. İnternetteki sayfa sayısının 70 milyar, günlük mektup (e-posta) sayısının da 60 milyar olduğu tahmin ediliyor.¹²⁷ Türkiye’ye baktığımızda ise 13 yıllık bir geçmişi olan internetin, bugün kullanıcı sayısı yaklaşık 15 milyon civarındadır.¹²⁸

4.1.2 Teknolojik ve Kültürel Bir Alan Olarak İnternet

Ağların ağı olarak tanımlanan İnternet, fiziksel ya da elle tutulur bir araç olmaktan ziyade, birbirine bağlı sayısız küçük bilgisayar ağlarından oluşan büyük bir bilgisayar ağıdır.¹²⁹ İnternetin en önemli özelliği, birebir iletişim kurmasından önce “interaktif” iletişim sağlamasıdır. İnternet ile tek taraflı bilgi vermek yerine kullanıcının taleplerine göre yönlenen bir bilgi akışı gündeme gelmiştir. Birden fazla bilgisayarda bulunan bilginin tek bir kullanıcının kullanımına olanak sağlayan İnternet, ayrıca görüntü, ses, bilgi alışverişi de sağlar.

İnternet küresel bir düzenin iletişim ortamı olarak değerlendirilebilir. Healy, internetin uygarlığın demir yollarıyla başlayan ilişki kurma ve yayılma anlayışının son halkası olduğunu söylemektedir. Kellner ise internetin devlet ve ekonomik çıkarların dışında yapılanmasına dikkat çekerek, bu özelliğin geleneksel egemenlik ilişkilerini tehdit ettiğini belirtmektedir... Poster’e göre ise İnternet bir iletişim aracı olmanın ötesinde bir toplumsal mekandır. Bu mekan yeni toplumsal ilişki biçimlerinin yaratılmasında araçtır.¹³⁰ Bu anlamda bilgisayar şebekelerinin insanın diğer iletişim biçimlerinin yerini almadığını ancak insanın iletişimde bulunabilme mekanlarına bir yenisini eklediğini söyleyebiliriz.

İnternet teknolojisi ve kapılarının açtığı sanal dünya, fiziksel dünyanın bedensel, mekansal ve zamansal sınırlarından bağımsız bir alan kurgusu üzerine inşa edilmiştir.¹³¹ İnternet merkezi olmayan yapısıyla “modern” merkezîyetçi yaklaşıma ters düşmesiyle moderniteden çok postmoderniteye yakın durmaktadır. Özetle, İnternet, radikal bir

¹²⁷ Çakmak Vedat, “İnternet Kaç Bucak” <<http://www.bianet.org/12/4/2006>

¹²⁸ <http://www.e-kolay.net/bilgisayar/haber.asp>

¹²⁹ Timisi, **a.g.e.**, 2003 s.121.

¹³⁰ Timisi, **a.g.e.**, 2003, s24.

¹³¹ Alemdaroğlu Ayça ve Demirtaş Neslihan, “Mynet’te Erkeklik Halleri”. **Toplum ve Bilim**, (101), 2004, s. 206-225.

ademimerkeziyetçilik, masrafsız ve kolay çoğaltmanın yanı sıra ani üretim gibi imkanlarıyla her şeyin sayısal dille ifade edildiği yeni bir dünyanın mimarisini ifade etmektedir.¹³²

İnternet, teknik özellikleri aracılığıyla diğer iletişim teknolojilerinden ayrılarak, zaman ve mekan sınırlarını aşarak birey-birey ve birey-grup iletişimine izin vermektedir. Etkileşim özelliği sayesinde ise grupların aynı anda karşılıklı iletişimini, tıpkı bir yüz yüze iletişimde olduğu gibi kolaylaştırmaktadır.¹³³ İnternetin bu özelliği onu daha çok yeni toplumsal ilişkiler alanı olarak öne çıkarmaktadır. Dolayısıyla, günlük hayatta yaşamış olduğumuz birçok ilişki biçimi İnternet sayesinde farklı bir boyuta taşınmaktadır ve sanal mekan, sanal gerçeklik, sanal cemaatler ve kimlikler gibi yeni kavramlar hayatımıza girmektedir.

İnternetin site, enformasyon otoyolu, uluslararası otoyolları gibi terimlerle karşılanması bir benzetme olmanın ötesinde bu alanın mekansallığını konumlandıran bir söyleme işaret etmektedir. İnternet üzerinde oluşan alan yaygın olarak sanal mekan¹³⁴ şeklinde tanımlanmaktadır. Tomas'a göre sanal mekan... “yeni iletişim teknolojileri üzerinde endüstri sonrası iş/çalışma mantığının bir uzantısı olarak bireylere potansiyel çalışma mekanlarının paralel dünyaları arasında doğrudan ve bütünlüklü bir erişim sağlayan bir alandır.” Bu alan organik insanın saf dijital enformasyonun oluşturduğu sanal dünya ile olan etkileşimini yansıtmaktadır. Sanal mekan, insan hafızasının ve kimliğinin küresel olarak dolaşıma girdiği, insanlar arası ilişkinin veri-enformasyon temelli kolektivitesi aracılığıyla tekno-ekonomik terimler içinde insan olmanın anlamını yeniden tanımlayan ve yeniden inşa eden bir alandır.¹³⁵

¹³² Uğur ve Bilici, **a.g.e.**, 1998,s.490.

¹³³ Timisi, **a.g.e.**, 2003, s.26.

¹³⁴ Sanal mekan tanımı, terimi ilk kullanan William Gibson'a aittir. Gibson “Neuromancer” (1984) isimli romanında endüstri sonrası toplumsal yaşamın izlerini sürerek sanal mekanı “mekanı olmayan yer” olarak tanımlamaktadır. Sanal mekan kodlara, veri tabanlarına, elektrik sinyallerine indirgenemez. Gibson'a göre, sanal mekan bilgisayar kullanıcılarının uzlaşım ortak halüsinasyonudur. Gerçek bir yer gerçek bir dünya değil hayali bir yerdir. William Gibson, Amerikalı bir bilim kurgu roman yazarıdır. Gibson gelecekteki çürümüş şehir yaşamı ve postpunk kuşağın yaşam tarzı içinde çağdaş teknolojinin durumunu öngören romanlar yazmıştır. Neuromancer kitabında Gibson sanal mekanı şöyle tanımlamaktadır... “her ulustan milyarlarca yasal kullanıcının matematiksel kavramları öğrenen çocukların yaşadığı anlaşılabilir halüsinasyon... insan sistemindeki her bilgisayarın kayıtlarından yansıtılan verilerin grafiksel sunumu. Kavranamayacak bir karmaşıklık. Zihnin uzaysızlığında ışık çizgileri; öbekler ve takım yıldızları şeklinde düzenlenen veriler...” (Gibson,1984:Aktaran Timisi, 2003:147).

¹³⁵ Timisi, **a.g.e.**, 2003, s.148.

Benedikt de sanal mekanı endüstri sonrası dünya yaklaşımı içinde açıklamaktadır. Sanal mekan küresel olarak birbirine bağlanmış bilgisayar temelli ve erişimli, çok boyutlu, yapay ya da sanal gerçekliktir.¹³⁶ Benedikt, sanal mekanda enformasyona dayalı kurumların ve çalışmanın tıpkı sıradan fiziksel mekanda olduğu gibi bir tarza, kimliğe, mimariye ve çalışma gerçekliğine sahip olduğunu söylemektedir. Sanal mekan, bir coğrafya, bir fiziksel mekana, bir doğa ve yasaya sahiptir. Sanal mekanda sıradan insan ve bilgi işçisi enformasyonun doğrudan arayabilir, yönlendirebilir, yaratabilir veya kontrol edebilir. Eğlenebilir ya da kendini eğitebilir, arkadaşlık ya da dayanışma arayabilir, egemenlik kazanıp kaybedebilir. Gerçekte olacağı gibi yaşayıp ölebilir.¹³⁷ İnternet fiziksel mekan ve toplumsal ilişkilerle olan paralelliği sayesinde, sanal topluluklar ve kimlikler oluşturabilmektedir.

İnternet daha önce tarihte hiç tanık olunmamış tarzda “yeni tür ilişkileri” ve bu ilişkiler sonucu ortaya çıkan sanal cemaatleri (virtual communities) gündeme getirdi.¹³⁸ Anderson, ulusu hayal edilmiş bir siyasal topluluk olarak tanımlamaktadır. Ulus kendine aynı zamanda hem egemenlik hem de sınırlılık içkin olacak şekilde hayal edilmiş bir cemaattir. Hayal edilmiştir çünkü en küçük ulusun üyeleri bile diğer üyeleri tanımayacak, onlarla tanışmayacak, çoğu hakkında hiçbir şey işitmeyecektir. Ama yine de her birinin zihninde toplumlarının hayali yaşamaya devam edecektir. Anderson’a göre aslında yüz yüze temasın geçerli olduğu ilkel köyler dışındaki bütün cemaatler hayal edilmiştir.¹³⁹

Anderson, topluluk duygusunu besleyen kaynakların kapitalizmin başlangıç ve gelişim süreciyle yakından ilişkili olduğunu söylemektedir. Üretim araçlarındaki değişimin toplumsal ilişkilere yansımaları olarak nitelenebilecek bu yorumlama tarzı, bugün kapitalizmin yeni bir yapılanma içine girdiği küreselleşme dönemi için de geçerlidir. Kapitalist üretimin başlangıcından günümüze kadar varolan üretim biçiminin yarattığı toplumsal ilişkiler fiziksel mekanda sınırları siyasal olarak tanımlanmış toplulukları ortaya çıkarmıştır. Enformasyon ekonomisinin örgütlenme biçimi ise enformasyon teknolojileri çerçevesinde gelişen bir esnek üretim biçimidir. Bu anlamda yeni toplumsal oluşumun yeni kolektiviteler yaratacağı da diyalektiğe içkin olarak kabul edilmelidir. Endüstriyel kapitalizmin cemaat duygusunu yaratmadaki inşa süreçleri, bu kez farklı bir biçimde

¹³⁶Timisi, **a.g.e.**, 2003, s.148.

¹³⁷Timisi, **a.g.e.**, 2003, s.149.

¹³⁸Gürhani Nihal, On-Line (Çevrimiçi)Toplumun Doğuşu, [http:// sinemafanatik.com](http://sinemafanatik.com), 2004.

¹³⁹Anderson Benedict, **Hayali Cemaatler** Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması (Çev. İskender Savaşır), İstanbul: Metis Yayınları, 2004, s.20.

enformasyonel kapitalizmin gereksinim duyduğu topluluğu yaratmadaki inşa süreçleriyle yer değiştirecektir.¹⁴⁰

İnternet bütün konuşmaların yazıldığı sessiz bir dünyadır. Bu dünyada varlık, beden ve mekandan arınmış ve yalnızca kelimelere dönüşmüş bir biçimde vücut bulmaktadır. Bu anlamda İnternet hayal edilmiş ve hayali bir mekan olarak tanımlanabilir. İnternetteki sanal cemaat kavramı, insan ve teknolojinin şaşırtıcı bir biçimde bir araya gelmesinden doğmuştur. Aynı anda her yerde bulunan bilgisayar ağlarının, fiziksel mekandan bağımsız, milyonlarca insanın siber uzayda bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Sanal cemaatler, kişisel ilişkiler ağının yaratılması için yeterli sayıda insan bir araya geldiğinde İnternet vasıtası ile yaratılan sosyal gruplardır.¹⁴¹ Sanal cemaatlerde geleneksel cemaatlerde olduğu gibi coğrafi / fiziki bir mekandan söz etmek mümkündür. Sanal cemaatlerin mekanı siber uzaydır. Rheingold, sanal cemaatleri, insanların hissettiklerini, düşündüklerini ve ilişkilerinin, web ortamında tartışmalarının, paylaşımlarının sonucunda ortaya çıkan bir bütün olarak görmektedir. İnternet ortamındaki etkileşim bir sosyal anlam taşıyıcı ve sonuç itibarı ile bir sosyal durum oluşturur. Bilgisayar toplumlarında oluşturulan sosyal anlam, haber grupları, IRC, mesaj listeleri araştırmaların odağını oluşturmaktadır. Bu araştırmalar göstermiştir ki; grup üyeleri ifadeci iletişimin yeni formlarıyla oynamak için yaratıcı bir şekilde sistem özelliklerinden faydalanmışlardır. Gelişmekte olan bu özellikler gruba ait anlam yetisini geliştirir ise o zaman bu grup bir toplum olarak görülme potansiyeline sahiptir.¹⁴²

Bir toplumu oluşturma aşamaları olan ifade formları, kimlik, ilişki gibi öğeler internete de uyarlanabilir. Bilgisayar toplumları genellikle anonimdir. Fakat bir süre sonra insanlar on-line kimlikler yaratırlar. Kullanıcıların cinsiyetleri, görünüşleri, cinsel kimlikleri ve umum ile ilgili diğer özellikleri nasıl değiştirdikleri, dönüştürdükleri aynı zamanda niye birçok kimlik aldıklarına yönelik birçok araştırma yapılmıştır... Sanal toplumları en çekici kılan unsurlardan birisi, uygarlıkla gelen tüm maskeleri bir tarafa bırakmayı kolaylaştırmasıdır. İnsanlar bir nick-name (takma ad) arkasına saklanabilirler. Sosyal kontrolün olmadığı bir ortamda “üstben”den gelen toplumsal baskıları atarak, olabildiğince “ben”lerini özgür bırakmanın keyfini çıkartabilirler.¹⁴³ İnternet teknolojisi ve

¹⁴⁰ Aktaran, Timisi, **a.g.e.**, 2003, s.159.

¹⁴¹ Gürhani, **a.g.e.**, 2004, s.2.

¹⁴² Gürhani, **a.g.e.**, 2004, s.3.

¹⁴³ Gürhani, **a.g.e.**, 2004, s.3.

kapılarının açtığı sanal dünya, fiziksel dünyanın bedensel, mekansal ve zamansal sınırlarından bağımsız bir alan kurgusu üzerine inşa edilmiştir. Özellikle internetteki sohbet ortamlarındaki anonimlik cinsiyet değiştirmeye olanak sağlamak ve bedenden bağımsızlaşmak internetin insanları daha özgür ve eşit kıldığı yönündeki düşünceleri güçlendirmektedir.¹⁴⁴

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 fantazy ve tahayyül dünyasına katıldığımız takdirde artık kendimizi nasıl istiyorsak o şekilde sunmayı başarmak elimizdedir.¹⁴⁵ Bu özelliğiyle sanal alem çekiciliğini arttırmakta ve kendisini topluma alternatif bir alan olarak göstermektedir. Çünkü onda cisimleşmiş varlık ve karşılaşmalar yoktur. Burası sanki “öteki”lerle bedenleri yokmuş gibi ilişki kurmaya imkan veren yeni bir sosyal hareket alanıdır... Sanal alanın uzak, dokunulmaz ve kurgusal bir yer olması onu bütün ilgilerin odağına yerleştirmektedir. O, arzu ve düşüncelerimizin içinde daha rahat gezip, sörf yapabileceği farklı bir dünya olarak görülmektedir. Sınırlılıkları ve kusurlarıyla şu anda ve burada olan gerçekliğin yerini alma potansiyelinden söz edilebilmektedir.¹⁴⁶

Birey kimliğini arzu ettiği şekilde konumlandırmak için giyinme tarzlarından, dil kullanım biçimlerine, boş zaman etkinliklerine, müzik tüketimine ve medya kullanma örüntülerine değin farklı materyal ve kültürel öğelere başvurur.¹⁴⁷ Bu açıdan Internet de yeni bir ifade ve sosyal ilişkiler mekanı olmasından dolayı yeni kimliklerin inşa edildiği bir

¹⁴⁴ Alemdaroğlu ve Demirtaş, **a.g.e.**, 2004,s.206.

¹⁴⁵ Robins Kevin, **İmaj-Görmenin Kültür ve Politikası**. (Çev. Nurçay Türkoğlu), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999, s. 148.

¹⁴⁶ Robins, **a.g.e.**, 1999 s. 63

¹⁴⁷ Binark Mutlu, “Kimlik(lenme) , Dipnotsuz İletişim ve Etnik Laflama Odaları” Der. M.Binark ve B. Kılıçbay. **İnternet, Toplum, Kültür**. Ankara: Epos Yayınları. 2005, s. 118-137.

mecra yaratmaktadır. Cameron Bailey online dünyada kimliklerin seçilip, oynandığını, değiştirildiğini veya verili olarak ele alındığını belirtirken, bu dünyanın katılımcı bireyinin, kendisini, ancak dil aracılığıyla ifade etmesinden ötürü, kimlik kurgulamasının çok yönlü eylemesinden yararlanabileceğini öne sürer. Birey seçici bir kurgu yapabilir ya da yalan söyleyebilir. Bailey’e göre bedene “sanal bir deri” giydirilebilir.¹⁴⁸ Kullanıcılar sürekli olarak kendilerine uygun bir kimlik biçme ya da biçilmiş kimlikleri kendilerine mal etme durumundadırlar. Diğer taraftan ortamın anomik yapısı çok sayıda farkı kimliğin bir anda üretilmesine, hızlı bir şekilde tüketilmesine ve yerine yenilerinin inşa edilmesine olanak vermektedir. Ayrıca siber ortamdaki genel ahlaki değerlerden uzaklık, insanların yüzlerine takabilecekleri sayısız maskeler ve “yeni kimlikler” kullanıcılara cazip gelmektedir.¹⁴⁹

Kimliği bir sembolik etkileşim süreci ve zaman içinde değişen ve yeniden biçimlenen bir anlatı olarak ele aldığımızda, elektronik iletişim araçlarının -özellikle Internet- gelişiminin kimlik oluşum sürecinde etkili olduğu görülmektedir. Bu araçlar öncesinde sembolik materyaller yüz yüze ilişkiler sonucunda kazanılıyordu. İnsanların çoğu için kimlik formasyonu, yaşadıkları mekanla ve yerellikle sınırlıydı. Bilgileri yerel bilgilerdi ve bunların aktarım biçimi sözlü iletişime dayalı ve hayatın gerçeklerine göre adapte olmuş biçimdeydi. Yine de yerel içinde kamuoyu önderleri, gezginler ve otoriter kişiler, kimliğin biçimlenmesinde etkili modellerdi.¹⁵⁰ Ancak günümüzde bu koşullar iletişim araçlarının gelişmesiyle aşılmıştır. Kimlik biçimlenme süreci artan bir biçimde kitle iletişim mesajlarına bağımlı hale gelmiştir. Gündelik yaşamın mekansallığı içindeki birey, Internet aracılığıyla uzak deneyimlerin tanığı haline gelmiştir. Bu süreç birey ve grup kimliğinin oluşumunu tamamlamada oldukça etkili hale gelmiştir.

İletişim teknolojileri tarihinde ilk kez Internet aracılığıyla bireyler, iletişimde bulunduğu ötekinin biyolojik ve toplumsal varlığını, sesini, görüntüsünü, cinsiyetini, kısaca bireysel tarihini dikkate almaksızın iletişimde bulunabilmektedirler... Bireyler kimlikle oynamanın yeni olanaklarına erişebilir; cinsiyete ilişkin bilgiler görünür olmadığı için kullanıcı, cinsiyetini başkasına tanımlamada özgür olabilmektedir. Hiç tanımadığı birine karşı kendi kimliğini gizleyerek, ismini, cinsiyetini, toplumsal rolünü ve statüsünü

¹⁴⁸ Aktaran, Binark, **a.g.e.**, 2005, s.118-137.

¹⁴⁹ Gürhani, **a.g.e.**, 2004, s.5.

¹⁵⁰ Timisi, **a.g.e.**, 2003, s.170.

değiştirerek iletişimde bulunmak mümkündür. Anonimlik bütünüyle geçerlidir. İletişim kurgulanmış kimlikler aracılığıyla yapılır hale gelmiştir.¹⁵¹

Sonuç olarak İnternet, çok çeşitli teknik ve kültürel özellikler taşıması nedeniyle bugün sadece bir iletişim teknolojisi olarak ele alınmamaktadır. İnternet ekonomik, siyasal, toplumsal ve kültürel boyutlarıyla birlikte değerlendirilen ve birçok açıdan önemli potansiyele sahip bir araç olarak karşımızda durmaktadır. İnternette insanlar bir taraftan haberleşip bilgi edinirken, diğer taraftan ekonomik faaliyetlerini gerçekleştirip alışveriş yapabilirler. Çeşitli biçimlerde siyasal katılım sağlayıp oy kullanabilirler hatta muhalefet yapabilirler. Yine aynı ortamda toplumsal bir gruba dahil olup kendilerine bir kimlik ve aidiyet alanı yaratabilirler. Kısaca, insanlar internetin ‘sınırsız’ ve ‘güvenli’ olarak nitelenen dünyasında sayısız gezinti yapabilirler.

4.1.3. İnternet ve Gençlik

Çalışmanın bu bölümünde, kuramsal çerçevesi çizilen İnternet ve sağlamış olduğu kültürel ortamda kurduğu hegemonik ilişkilerin nasıl işlediğini bulgulamak için hedef kitesini gençlerin oluşturduğu bizlergenciz.com adlı site analiz edilecektir. Çalışma için gençliği hedef alan ve genç kullanıcıların yoğun olarak ilgi gösterdiği bir sitenin seçilmesinde iki neden etkili olmuştur. Birincisi, internete ulaşabilmek ve ondan yararlanmak belirli bir eğitim ve teknolojiye hakimiyet düzeyi gerektirmektedir. Bu noktada gençler, hem yeni teknolojileri takip etmeye istekli olmaları, hem de eğitim düzeyleriyle teknolojiyi etkin bir şekilde kullanabilme potansiyelleriyle internetle daha yoğun bir ilişki kurmaktadır. Doğal olarak internette genç kullanıcıların ön plana çıkması, böyle bir seçimde etkili olmuştur. İkinci olarak ise gençler ve internetin doğasından kaynaklanan özellikler etkili olmuştur. Gençlik doğası gereği, yeniliklere açık, arayış içinde olan ve toplumla çatışmalı bir konumda özgürleşme çabası taşıyan yönleriyle internetle bir yakınlık kurmaktadır. Çünkü İnternet, hiyerarşinin olmadığı, sınırsız bir hareket alanı sağlayan, özgürlükçü bir ortam olarak nitelendirilen yönleriyle gençliğin ilgi alanını oluşturmaktadır. İnternet teknolojisi ve kapılarının açtığı sanal dünya, fiziksel dünyanın bedensel, mekansal ve zamansal sınırlarından bağımsız bir alan kurgusu üzerine inşa edilmiştir. Bu kurgunun toplumsal güç ilişkilerinden

¹⁵¹ Timisi, **a.g.e.**, 2003, s.172

bağımsız bir özgürlük alanı sunduğu, insanların yapabilir, edebilirliklerini artırdığı, düş dünyalarını genişlettiği düşüncesi¹⁵² gençliği toplum içinde çatışmalı olduğu konularda ve toplumda karşılığını bulamadığı çeşitli ilişki biçimlerini beden ve mekandan hatta cinsiyetten arınarak toplumsal baskılardan uzak bir biçimde yaşamak amacıyla internete yöneltmektedir. Ayrıca sanal ortamın katılımcılara kendilerine uygun bir ‘kimlik biçme’ ya da biçilmiş kimlikleri egzersiz etme olanağı vermesi¹⁵³ kendilerine yeni kimlikler oluşturmayı amaçlayan gençleri bu ortama taşımaktadır.

Genel olarak İnternet incelemelerinde tıpkı yazılı ve görsel-işitsel medyayı inceleyen iletişim araştırmalarındaki üç boyut gibi, sahiplik, metin ve tüketici/kullanıcı olmak üzere genelde iletişim sürecinin üç ögesinden birisi üzerinde yoğunlaşmaktadır¹⁵⁴. Ayrıca E.H Bassett ve Kathleen O’Riordan’a göre, İnternet araştırmalarında iki temel yönseme vardır. “uzam” ve “metin” incelemeleri. İnternet araştırmalarında “uzam”, bu uzamın nasıl kullanıldığı, uzama dahil olan toplumsal aktörlerin neler yaptığı bu uzamın toplumsal bir uzama nasıl dönüştüğü soruları ile ele alınmaktadır. İkinci yönsemede ise sanal ortamın kendisinin metin olarak ele alınmasını içerir.¹⁵⁵ Bu bağlamda, bu çalışmada bizlergenciz.com adlı gençlik sitesi iki kategori altında çözümlenecektir. İlk olarak, siteyi aktif olarak kullanan, içerikleri takip eden ve toplumsal bir ortam olarak gördükleri arkadaş arama ve tartışmalar bölümüne dahil olan gençlerin profilleri çıkarılarak, kendilerini nasıl bir kimlikle sundukları ele alınacaktır. İkinci olarak ise sitedeki başlıklar, materyaller, sunulan içerikler, kısaca bir metin olarak ele alınacak olan site Althusserci anlamda çağırma, bir kimliğe ve kültürel forma davet etme bağlamında çözümlenecektir.

¹⁵² Alemdaroğlu ve Demirtaş, **a.g.e.**, 2004, s. 206.

¹⁵³ Binark Mutlu, **a.g.e.**, 2005, s.124.

¹⁵⁴ Binark, Mutlu. “İnternet’i ve/ya Bilgisayar Dolayımı İletişim Ortamını İncelemek İsteyen Bir Araştırmacının Soruları ve Sorunları”. Der. M.Binark ve B. Kılıçbay. **İnternet, Toplum, Kültür**. Ankara: Epos Yayınları. 2005, s.177.

¹⁵⁵ Binark, **a.g.e.**, 2005 s.183.

4.1.4. www.bizlergenciz.com

www.bizlergenciz.com adlı site gençler için sanal ortamda yeni bir toplumsal alan olarak nitelenebilir. Site gençlere farklı aktiviteler ve farklı kimlikler sunmaktadır. Sitede, arkadaş aramadan, eğlenceye, tartışma platformlarından, mizaha, kadınlar için güzellik ve diyet önerilerine kadar geniş bir yelpazede hizmetler sunulmaktadır. Site üç ana başlık altında toplanabilir(Bkz. Grafik-1).

Site kurucusunun verdiği bilgilere göre, sitede en çok ilgi çeken ve en çok sayfa gösterimi yapılan bölüm “arkadaş arama” bölümüdür. Bunu ikinci sırada “tartışmalar” bölümü ve üçüncü sırada “komik resimler” bölümü izlemektedir. Siteyi günlük olarak ziyaret eden farklı kullanıcı sayısı 1.500, günlük gösterilen sayfa sayısı 9.000 olarak belirtilmiştir. Ayrıca site kurucusu iç mesajlaşma sisteminin yoğun olarak kullanıldığını ifade ederek bunun nedenini kişilerin mesajlaşırken e-posta adreslerini gizli tutmak istemelerine bağlamaktadır. Bunun nedeni internetin sunduğu bedenden arınma ve kimliksizleşmenin kullanıcıya sağladığı rahatlık ve özgürlük hissi yaratmasıyla açıklanabilir. Sitede bu güne kadar gönderilen mesaj sayısının bir milyonun üzerinde olduğu düşünüldüğünde gençlerin bu alana gösterdiği ilgiyi anlamak daha kolay olmaktadır.

GENÇLER BURADA	EĞLENCE	BAYANLARA ÖZEL
Arkadaş arama	Komik Resimler	Sağlık
Tartışmalar	Oyunlar	Güzellik
Anı Defteri	Mizah Yazıları	Diyet
Anketler	-----	-----

Grafik 1: Bizlergenciz.com Adlı Sitenin Ana Başlıkları

Sitenin amacı kurucuları tarafından su şekilde özetlenmektedir: “*Gençleri bir noktada toplayacak, birbirleriyle iletişimini sağlayacak, ihtiyaçlarına cevap verecek, iyi vakit geçirmelerini sağlayacak bir site yaratmak ve bu hizmeti herkese açık ve ücretsiz*

olarak sunmak.... Bu misyonla başladık yolumuza. Gençlere yönelik bir site yaratabileceğimizi düşündük, çünkü bizler de genciz! Uzun süren çalışmalar sonucu, bu misyonu gerçekleştirebileceğini düşündüğümüz bir site yarattık ve işte şimdi karşınızdayız! Amacımız, gençlere, bilgi alışverişinde bulunabilecekleri, birbirleriyle tanışabilecekleri, çeşitli konuları birbirleriyle tartışabileceği, hatta gizlice içlerini dökebileceği ve hoşça vakit geçirebileceği bir site sağlamak. Burası bizim değil, sizin siteniz. Tamamen ücretsiz olan bu site, sadece sizin desteğinizle ayakta durabilir. Sizin katılımınız arttıkça, bizim de bu siteyi devam ettirme isteğimiz artacaktır.”

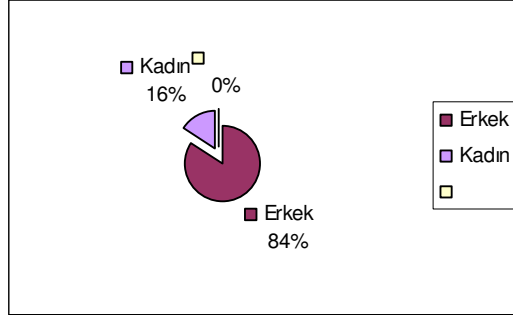
Sitenin ana sayfasındaki “gençler için genç site..” başlıklı açılış yazısı sitenin genel yapısı, amaçları ve içeriği hakkında daha detaylı bilgiler sunmaktadır. Yazı şu şekilde özetlenebilir: “Zordur gençliği anlamak ve anlatmak. Hayatımızın en hareketli, duygularımızın en yoğun olduğu dönemdir, hayatımızın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

4.1.5.Genç Kullanıcılar ve Kimlik Profilleri

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

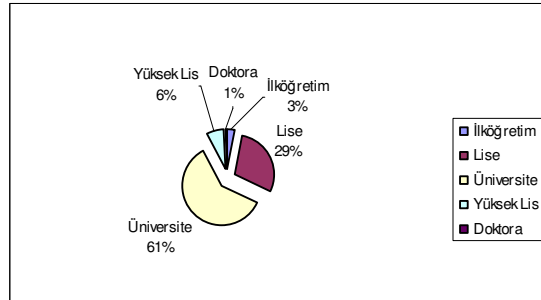
“Gençler için genç site” sloganıyla yola çıkan bizlergenciz.com adlı sitenin kullanıcı profillerini çıkarmak nasıl bir gençlik kimliğiyle karşı karşıya olduğumuzu

anlamak adına önemlidir. Site kurucusundan edinilen bilgilere göre siteye üye kişi sayısı, 49.465 olarak saptanmıştır.¹⁵⁶ Kullanıcıların cinsiyete göre dağılımında erkeklerin baskın bir orana sahip olduğu görülmektedir. Öyle ki sitedeki erkek üye sayısı 41.648 iken kadın üye sayısı 7.815’de kalmıştır.



Grafik 2: Site Kullanıcılarının Cinsiyet Dağılımı

Site kurucusunun verdiği bilgilere göre kullanıcıların çoğunu üniversite öğrencisi ve mezunu kişiler oluştururken küçük bir dilimini lise öğrencisi ve ilköğretim mezunları oluşturmaktadır (Bkz. Grafik-3). Bu da göstermektedir ki Internet teknolojisine ulaşmak ve kullanmak belirli bir eğitim seviyesiyle yakından ilişkilidir. Konuyla ilgili yapılan birçok araştırma bu durumu destekler niteliktedir.¹⁵⁷



Grafik 3: Kullanıcıların Eğitim Durumu

Kullanıcıların mesleklerine baktığımızda ise eğitim durumlarına paralel bir tablo görmekteyiz. Kullanıcıların öğretmenden, halkla ilişkiler uzmanına; mimardan, muhasebeciye çeşitli meslek dallarından geldiklerini söyleyebiliriz. Bu durum, eğitim düzeyinde olduğu gibi meslek ve ekonomik düzeyle internete ulaşım ve kullanım arasındaki bağı göstermektedir. Ekonomik düzey ve eğitim arttıkça internete ulaşım da

¹⁵⁶ Sitedeki üye sayısı ile ilgili bilgiler Mayıs 2006'ya aittir. Sitenin sürekli güncellenmesi ve yeni üyelerin katılmasıyla bu sayı her geçen gün artmaktadır.

¹⁵⁷ Bkz. Polat, 2002; Alemdaroğlu ve Demirtaş, 2004.

kolaylaşmaktadır. Konuya kullanıcıların cinsiyetleri açısından baktığımızda ise erkeklerin Internet erişiminde ve kullanımındaki üstünlüğü Türkiye özelinde açıkça gözlemlenmektedir.¹⁵⁸ Genelde erkek rumuzlarına sahip katılımcılar kadın rumuzlarına sahip katılımcılardan çok daha fazladır. Erkeklerin sanal alandaki egemenliği, erkeklerin hem çalışma hayatında daha çok yer alması ve teknolojik imkanlara daha yakın olmaları hem de Internet kafelerde zaman geçirme özgürlüğüne kadınlara kıyasla daha çok sahip olmalarıyla ilintilidir.¹⁵⁹ Yine bu durumla ilişkili olarak site kurucusunun yapmış olduğu yorumda dikkat çekicidir: “Bay üyelerin çokluğunun nedeni, sadece genel olarak internet’e bağlananların arasında bayların çokluğu olması değil, aynı zamanda diğer benzer sitelerde olduğu gibi, arkadaş arama modülünün bir etkisi.”

Bizlergenciz. com sitesi de arkadaş arama bölümüyle bu tür aktivitelere olanak tanımaktadır. Sitedeki bu bölümün amacı gençlerin yeni arkadaşlar edinmelerine imkan sağlamaktır. Bu bölümü kullanan gençler öncelikle kendilerine bir kimlik profili oluşturmak zorundadırlar. Herkesin ulaşmasının mümkün olduğu bu profiller, gençlerin kendilerini nasıl bir kimlikle sunduklarını anlamak açısından önemlidir.

İlişki arayışı konusunda da cinsiyete göre bir farklılaşmadan söz edilebilir. Erkekler daha çok arayan konumunda ve her türlü ilişkiye açık bir profil çizerken kadınların daha seçici davrandıklarını söyleyebiliriz. Erkelerin çoğu ilişki kuracağı kişinin karşı cinsten olmasını özellikle belirtirken kadınlar cinsiyet belirtmemiştir. Kadınlar e-posta arkadaşlığı ve arkadaşlık konusunda istekli görünürken, erkelerin daha çok kısa süreli ilişki arayışında olduklarını söyleyebiliriz. Gençler internette yeni ilişkiler kurmayı amaçlamaktadırlar. Örneğin, İlayda28 rumuzlu kullanıcı: “...dostluklar önemlidir, madem medeniyet şimdi sanal dostluklar kurmaktan geçiyor biz de katılalım dedik. Yeni kişiler tanımak güzel olur, sohbete hazırım”. demektedir. Melisa64 rumuzlu kullanıcı: “... güzel dostluklar, arkadaşlıklar için buradayım.” Entrika rumuzlu kullanıcı: “yeni insanlar tanımak bana haz veriyor.” Ciddi03 rumuzlu kullanıcı ise “ciddi, dürüst, seviyeli, yalansız, ileriye dönük bir ilişki arıyorum”. demektedir. Siteyi kullanan gençler çoğunluk olarak interneti yeni ilişkilerin kurulabileceği alternatif mekanlar olarak görmektedir. Bu nedenle de kimlik profillerinde sanal alandaki amaçlarını belirtirken bu noktayı özellikle

¹⁵⁸ Polat, **a.g.e.**, 2002, s. 93-117.

¹⁵⁹ Alemdaroğlu ve Demirtaş, **a.g.e.**, 2004 s.208.

vurgulamaktadırlar. Bunun yanında siteyi bilgi alışverişi için kullanmak isteyen gençlerin de olduğunu söyleyebiliriz. Örneğin esenay28 rumuzlu kullanıcı bu amacını şu şekilde ifade etmektedir: “üniversite birinci sınıf öğrencisiyim yeni arkadaşlar edinerek bilgi alışverişinde bulunmak istiyorum.”

Gençler sitede kimlik profilleriyle ilgili bilgiler verirken daha çok yüzeysel kişilik özellikleri ile birlikte fiziksel özelliklerine vurgu yaparak boy, kilo, saç ve göz rengi gibi özelliklerini ön plana çıkarmayı tercih etmektedirler. Ayrıca gençlerin ilgi alanlarına baktığımızda spor, müzik, sinema, teknoloji gibi alanlar göze çarpmaktadır.

Site ana sayfasında yaptığı çağrıyla gençleri birbirleriyle iletişime, dertleşmeye, hoşça vakit geçirmeye, eğlenceye davet etmektedir. Sitedeki içeriklerle gençlerin gündelik yaşantılarında bulamadıkları desteği, ilişkileri, dertleşmeleri, eğlenceyi sanal aleme taşıyarak burada gidermelerine yardımcı olunacağı mesajı verilmektedir. İnternetin özgür, sınırsız ve korunaklı bir alan hissi vermesi siteye olan ilgiyi arttırdığı söylenebilir. Toplumsal bir alan niteliğindeki “Gençler Burada” başlıklı bölümde katılımcılar, gündelik yaşama alternatifler oluşturarak, gerçek hayatta bulamadıkları arkadaşlıkları bulabilirler, yeni ilişkilere adım atabilirler ve özgürlüklerini sınırsız bir şekilde yaşayabilirler. Yine aynı bölümde gençler çeşitli başlıklar altında toplanmış olan tartışma gruplarına katılabilirler, görüş bildirebilirler, ancak görüşlerine paralel olarak davranışta bulunmak sorumluluğu taşımamaktadırlar. Herkes istediği konuda istediğini söyleyebilir, dolayısıyla bu alada genç olmanın verdiği “eleştirel” ve “muhalif” tavırlarını sonuna kadar sergileyebilir, kendilerini sorumluluk sahibi “bireyler” olarak inşa edebilirler. Site, açmış olduğu bu platformla gençleri tartışmaya, düşünmeye şu ifadelerle davet etmektedir: *“Olanları, bitenleri sessizce izlemekten bıktınız mı? Sesinizi yüzlerce kişiye duyurmaya ne dersiniz?...Tartışmalara sizde katılın...Ülkemizin konuşan gençliğe ihtiyacı var, ve işte size konuşma fırsatı!”*. Bu bölümdeki istatistiklere göre (Bkz. Grafik 4) gençlerin tartışmalarda en çok rağbet ettikleri konuların başında “Geyik Tarlası” gelmektedir. Daha sonra ise “Gençlik Sorunları” ve son olarak da “Arkadaş Arama” başlığı gelmektedir. Bu da göstermektedir ki gençler diğer bölümlerde olduğu gibi toplumsal bir mekan olarak gördükleri sitede en fazla eğlence, vakit geçirme, arkadaş arama, kariyer ve anketler gibi etkinlikleri önemsemekte ve bu alanlar ekseninde siteyi kullanmaktadırlar.

Tartışma Grupları	Mesaj Sayısı
Gençlik Sorunları (Sorunlarınızı burada tartışabilir, birlikte çözüm arayabiliriz...)	4516
Geyik Tarlası (Maksat muhabbet olsun diyenler için, oyunlar icat etmek ya da bu oyunlara katılmak isteyenler için, limitsiz çılgınlık ve geyik kanalı!)	27629
Kariyer (Kariyer, meslek seçimi, iş hayatı, insan kaynakları ile ilgili tartışmalara katılın)	544
Arkadaş Arama (Adından da anlaşılacağı gibi bu bölüm yeni arkadaşlıklar kurmak isteyenler için)	1934
Anketler (Sizin de katılabileceğiniz çeşitli anketler burada...artık isteyenler kendi anketini de hazırlayıp üyelere sunabilir!..)	5595
Seri İlanlar (Her türlü ikinci el eşya ya da araç için ilan verin yada verilen ilanlara göz atın)	374

Grafik 4: Tartışma Grubundaki Başlıklar ve Mesaj Sayıları

Bu bölümün son başlığı ise “Anı Defteri”dir. Katılımcılar burada yüz yüze iletişimde bulamadıkları rahatlığa erişebilir ve itiraflarını herkesle paylaşarak içlerini dökebilirler. Sitenin ikinci toplumsal alanı olarak niteleyebileceğimiz “Eğlencelik” başlıklı bölümünde, gençler için oldukça fazla etkinlik sunulmuştur. Gençler burada, komik resimler, mizah yazıları ve oyunlar sayesinde eğlencenin tadına varabilirler. Mizah yazıları başlığı altında şu yazılara yer verilmiştir: “Gülmek baş ağrısına, romatizmaya, siyatiğe, depresyona, kramplara, boy kısalığına iyi gelir. Gülmek gözlerin daha iyi görmesini, kulakların daha iyi duymasını sağlar. Gülmek alkol ve sigaranın verdiği zararı azaltır. Gülmek kolesterolsüzdür, kilo aldırılmaz, alerji yapmaz. Günde en az on seans tavsiye edilir.” İşte güldüren yazılar: Dünyadan Garip Kanunlar, Çocuk Akli: Çocukların Evlilik ile İlgili Sorulara Verdiği İlginç Cevaplar, İş İlanlarının Gerçekte Söylemek İstedikleri, Aslan ve Goril Sirkte Aynı Kafeste Olursa, Kusturan Espriler - Bu esprileri sakın yapmayın.

Gençler birçok anketle kendilerini tanıma fırsatı bulabilirler. Site etkileşime açık olan yapısıyla online testler sunmaktadır (örneğin, ne kadar aşıksınız?). Burada tekrar

belirtmek gerekir ki site kurucusunun verdiği bilgilere göre sitede en fazla kullanılan üçüncü bölüm “komik resimler”dir. Bu başlık altında gençler için sayısız eğlenceli resim ve karikatür sıralanmıştır. İşte birkaç başlık: Uykucu Kedicik, Sincaplar da Bira Sever, Köpekler Dostumuzdur, Uçan Tren, Zebra Aşık Olunca, Bıyık Baba, Kedilerin Ruh Halleri, Elastik Adam gibi. Görüldüğü üzere gençlik sıradan ve tek tip bir eğlence anlayışı ile vakit geçirmektedir.

İnternet her konuda olduğu gibi kadınlar konusunda da belirli tanımlar yapmaktadır. Bizlergenciz.com adlı sitede de kadınlar için “farklı” bir pencere açıldığından söz edebiliriz. Sitede, “Bayanlara Özel” başlıklı bir bölüm yer almaktadır ve bu bölümde bayanların ihtiyacı olan konular vurgulanmaktadır. Kadınlar için en önemli konular: güzellik ve diyet olarak oluşturulmuş ve bu başlıklar altında kadınlara çeşitli öneriler sunulmaktadır. Örneğin, güzellik başlığı altında: “bakımlı cilt için 10 öneri”, “makyajın püf noktaları”, “saç bakımı”, “güzellik hileleri” gibi konularla kadınlar yönlendirilmektedir. Yine “Diyet” başlığı altında: “acil kilo vermek isteyenler!”, “manken diyeti”, “burcunuza göre zayıflayın” gibi konular sunulmaktadır. Bu örneklerden yola çıkarak kadınların nasıl bir kimliğe davet edildiğiyle ilgili ipuçlarına ulaşabiliriz. Kadın, erkekler için fiziksel görünümüne önem vermesi gereken, bunun için tüketmeyi alışkanlık edinmiş, modayı yakından takip eden, sürekli olarak güzellik ve diyet gibi konularla meşgul olan başat değerlerle uyumlu bir profil çizmektedir. Bu durum, kadına dair başat kültürel değerleri yeniden üretmekle kalmaz, aynı zamanda kadına dair alternatif anlam ve kimlik inşalarını da engeller. İnternette kadın ve erkek üzerine yapılan birçok araştırma, İnternet teknolojisinin gündelik hayattaki cinsiyetçilik ve kadın erkek arasındaki güç ilişkilerini koruduğunu ve sürdürdüğünü öne sürmektedir. Kadınlar hem teknolojik yoksunluk hem de erkek egemen kültürün internetteki baskın tezahürleri, örneğin seksi, çıplak kadın imajlarının sanal alandaki yoğun dolaşımı nedeniyle internette özgürleşme potansiyelinden yararlanamamaktadır.¹⁶⁰

¹⁶⁰ Alemdaroğlu ve Demirtaş, **age**. 2004 s.216.

V. SONUÇ

Küreselleşmenin hız kazanması sürecinde iletişim ve bilgisayar teknolojileri ekonomik, siyasal ve kültürel alanların dönüşmesinde önemli işlevler üstlendi. İnternetin yeni bir kültürel mekan, gerçeklik, özgürlük alanı ve ekonomik bir pazar olarak ortaya çıkması, küresel değerlerin, kültürel formların, kimliklerin, alışkanlıkların hızlı bir şekilde dolaşıma sokulmasını sağladı. Bir bakıma İnternet küresel sistemin kültürel mecrası halini aldı.

Bu çalışmanın sonuçları değerlendirildiğinde ilk olarak, interneti kullanan gençlerin çoğunluğunun eğitim düzeylerinin yüksek olduğu ve saygın mesleklerde çalıştıkları söylenebilir. Ayrıca erkek kullanıcıların kadınlara göre oldukça fazla olduğu da ikinci sonuç olarak kaydedilmiştir. Gençler internette daha çok “arkadaş arama” ve “tartışmalar” gibi başlıklarda yoğunlaşmaktadırlar. Bu da göstermektedir ki gençler aslında interneti çeşitli ilişkilerin kurulacağı ve gerçek yaşama alternatif oluşturulabilecek bir toplumsal mekan olarak görmektedirler. Bu bağlamda, bugün İnternet üzerinde kadın, erkek, gençlik, moda, eğlence gibi kategorilerde yayın yapan çok sayıda sitenin olması, bu alanlarda başat değerlerle uyumlu kültürel formların, alışkanlıkların, kimliklerin şekillenmesiyle açıklanabilir.

İnternet, sanal ortamda kültürel bir mekan olarak kullanılmakla birlikte gençler için önemli bir toplumsal etkileşim alanı olarak da nitelenebilir. Dolayısıyla internetin gençler için sosyalleşme, yeni ilişkiler kurma, arkadaşlar edinme, çeşitli gruplara dahil olma ve kendilerine ait yeni kimlikler yaratma açısından da bir boşluğu doldurmaktadır. Yine aynı biçimde etkileşimin görece en fazla olduğu “tartışmalar” başlığının gençler tarafından yoğun olarak kullanılması, gerçek hayatta karşılığını bulamadıkları kendini ifade etme, fikirlerini özgürce söyleme ve her şeyden önemlisi herhangi bir engelle karşılaşmaması gençler için sanal alandaki tartışmaları cazip kılmaktadır. Ancak burada gözden kaçırılmaması gereken, gençler her ne kadar kendilerini bu yolla birer özne olarak hissetseler de bu yanılsamalı bir duruma işaret etmektedir. Çünkü, sanal alanda söylenen ya da yazılan görüşlerin toplumsal hayatta

fazla bir geçerliliğinin ve eyleme geçmek gibi bir sorumluluğunun olmaması bütün bunları kaygan bir zeminde bırakmakta ve bir anlamda değersizleştirmektedir.

Internet sınırsız, korunaklı, özgürlükler alanı, hiyerarşinin olmadığı ve yenilikçi olarak nitelenen yapısıyla gençler için bir çekim merkezi oldu. Gençler, yenilik arayışları, özgürlük istekleri, gizleyebildikleri kimlikleriyle kendilerini ifade ettikleri ve toplumsal baskılardan uzak herhangi bir sorumluluk taşımak zorunda olmadıkları kimlikleriyle yeni aidiyet alanlarını Internet üzerinde gerçekleştirme imkanı bulmaktadırlar. Internet üzerinde gençlere sunulan tartışmalar, eğlence, arkadaş arama gibi kategorilerde alternatif alanlar yaratmak yerine tek tarz eğlence biçiminin, etkin olmayan tartışma ortamının ve yanılsamalı bir özne anlayışının ön plana çıktığı söylenebilir. Dolayısıyla bu alanlar ekseninde yerleşik değerlerin yeniden üretildiği görülmektedir. Sonuçta, internetin sunmuş olduğu kültürel formlar ve kimliklerin gençleri özgürleştirme potansiyelini taşımaktan ziyade başatlaşmış ve gittikçe homojenleşen bir kültüre eklemlediğini söyleyebiliriz.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

Adorno, Theodor ve Horkheimer, Max (1996). **Aydınlanmanın Diyalektiği**. Çev. Oğuz Özügül. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Alemdaroğlu, Ayça ve Demirtaş, Neslihan (2004). “Mynet’te Erkeklik Halleri”. *Toplum ve Bilim*, 101:206-225.

Aslanoğlu, Rana. (1998). **Kent, Kimlik ve Küreselleşme**. Bursa: Asa Kitabevi.

Başaran, Funda (2005). “İnternetin Ekonomi Politikası”. Der. M.Binark ve B. Kılıçbay. **İnternet, Toplum, Kültür**. Ankara: Epos Yayınları.

Başkaya, Fikret (2005). **Kavram Sözlüğü: Söylem ve Gerçek**. İstanbul: Maki Yayınları.

Bauman, Zygmunt (1999). **Küreselleşme: Toplumsal Sonuçlar**. Çev: Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Binark, Mutlu (2005). “İnternet’i ve/ya Bilgisayar Dolayımı İletişim Ortamını İncelemek İsteyen Bir Araştırmacının Soruları ve Sorunları.” Der. M.Binark ve B. Kılıçbay. **İnternet, Toplum, Kültür**. Ankara: Epos Yayınları.

Binark, Mutlu (2005). “Kimlik(lenme) , Dipnotsuz İletişim ve Etnik Laflama Odaları” Der. M.Binark ve B.Kılıçbay. **İnternet, Toplum, Kültür**. Ankara: Epos Yayınları.

Bozkurt, Veysel (2004). **Küreselleşme: Kavram, Gelişim ve Yaklaşımlar**. <http://seterisparibus.net/dunya/kuresellesme.htm>.

Cangöz, İncilay (1999). **Kitle İletişim Kuramlarında Etki Sorunsalı ve Bir İzleyici Araştırması**. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi

- Curran, James (1999). “Kitle İletişimi Araştırmalarında Yeni Revizyonizm: Bir Yeniden Değerlendirme Çabası”. Der: M. Küçük. **Medya, İktidar, İdeoloji**. Ankara: ArkYayınevi.
- Chomsky, Noam (1999). **Medya Gerçeği**. Çev. Abdullah Yılmaz. İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık.
- Dursun, Çiler (2001). **Televizyon Haberlerinde İdeoloji**. Ankara: İmge Kitabevi.
- Dağtaş, Banu (2001). **Tüketim Kültürü ve Reklamın Toplumsal Yeniden Üretimi**. *İletişim*, 9:163-176.
- Erkızan, Hatice Nur (2002). **Küreselleşmenin Tarihsel ve Düşünsel Temelleri Üzerine**. *Doğu-Batı*, 18: 57-71.
- Fiske, John. (2003). **İletişim Çalışmalarına Giriş**. Çev: S. İrvan. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Gürcan, Halil İbrahim (1998). **İnternet, Küreselleşme ve Sanal Toplum Yeni Türkiye**, 20: 4445-4447.
- Geray, Haluk ve Başaran, Funda (2005). **İletişim Ağlarının Ekonomisi**. Ankara: Siyasal Yayınevi.
- Gordon, Marshall (1999). **Sosyoloji Sözlüğü**. Çev. Osman Akınbay ve Derya Kömürcü. Bilim ve Sanat Yayınları: Ankara.
- Golding, Peter ve Murdock Graham (2002). “Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik”. Der: Süleyman İrvan. **Medya Kültür Siyaset**. Ankara: Alp Yayınevi.
- Hall, Stuart ve Jacques, Martin (1995). **Yeni Zamanlar 1990’larda Politikanın Değişen Çehresi**. Çev: Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Hall, Stuart (1995). “Yeni Zamanların Anlamı”. Çev: Abdullah Yılmaz, Der., S. Hall ve M. Jacques. **Yeni Zamanlar: 1990’larda Politikanın Değişen Çehresi**. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Hall, Stuart (1998). “Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik”. Çev: Gülcan Seçkin ve Ü. Hüsrev Yolsal, Der., A. King. **Kültür, Küreselleşme ve Dünya-Sistemi**. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

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

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

Harvey, David (2003). **Postmodernliğin Durumu**. Çev: Sungur Savran. İstanbul: Metis Yayınları .

Huisman, Denis (2000). **Sokrates İnternet’te**. İstanbul: Güncel Yayıncılık.

Hafner Katie ve Iyon Matthev (2000). **İnternet Tarihi**. İstanbul: Güncel Yayıncılık.

Kejanlıoğlu, Beybin (2004). **Türkiye’de Medyanın Dönüşümü**. Ankara: İnge Kitabevi,

Kejanlıoğlu, Beybin (2005). **Frankfurt Okulu’nun Eleştirel Bir Uğrağı: İletişim ve Medya**. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Kellner, Douglas (2005). “Kültür Endüstrileri”. Der: Erol Mutlu. **Kitle İletişim Kuramları**. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Kırca, Süheyla (2001).“Medya Ürünlerinin Küresel Yayılımı, Yerelleştirilmesi: Ulusaşırı Kimliklerin Yaratılması”. *Doğu-Batı*, 15:173-187.

Kılıçbay, Barış (2005). “Bir Teknoloji Söyleminden Parçalar: Enformasyon ve İletişim Teknolojileri Kuramlarına Tarihsel Bakış”, Der. M.Binark ve B. Kılıçbay. **İnternet, Toplum, Kültür**. Ankara: Epos Yayınları.

Kızılçelik, Sezgin (2000). **Frankfurt Okulu**. Ankara: Anı Yayıncılık

Konyar, Hürriyet (2000). “Tüketim Kültürünün Belirlediği Yeni Toplumsal Kimlikler”. *İletişim*, 6:19-33.

Kumar, Krishan (1995). **Sanayi Sonrası Toplumdan Post-modern Topluma**. Çev: Mehmet Küçük. Ankara: Dost Kitabevi.

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

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

Murray, Robin (1995). “Fordizm ve Postfordizm”. Der., S. Hall ve M. Jacques. **Yeni Zamanlar 1990’larda Politikanın Değişen Çehresi**. Çev: Abdullah Yılmaz, İstanbul: AyrıntıYayınları.

Mutlu, Erol (2004). **İletişim Sözlüğü**. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

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

Robertson, Roland (1998). “Toplum Kuramı, Kültürel Görecelik ve Küresellik Sorunu”. Çev: Gülcan Seçkin ve Ü. Hüsrev Yolsal, Der., A. King. **Kültür, Küreselleşme ve Dünya-Sistemi**. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Robertson, Roland (1999). **Küreselleşme: Toplum Kuramı ve Küresel Kültür**. Çev: Ümit Hüsrev Yolsal. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

- Robins, Kevin (1995). **İmaj-Görmenin Kültür ve Politikası**. Çev. Nurçay Türkoğlu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Storey, John (2000). **Popüler Kültür Çalışmaları**. Çev. Koray Karaşahin. İstanbul: Babil Yayınları.
- Subaşı, Necdet (2001). “Sanal Cemaat Örüntüleri”. [http:// medyakronik.com](http://medyakronik.com).
- Suğur, Nadir (1995). “Küreselleşme Üzerine”. *Birikim* 73: 56-66.
- Suğur, Nadir (1999). “Fordizm, Postfordizm ve Ötesi”. *Anadolu Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* 1: 134-153.
- Swingewood, Alan (1996). **Kitle Kültürü Efsanesi**. Çev. Aykut Kansu. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Şaylan, Gencay (2002). **Postmodernizm**. Ankara: İmge Kitabevi.
- Şaylan, Gencay (2003). **Değişim, Küreselleşme ve Devletin Yeni İşlevi**. Ankara: İmge Kitabevi.
- Timisi, Nilüfer (2003). **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**. Ankara: Dost Yayınevi.
- Timisi, Nilüfer (2005). “Sanallığın Gerçekliği İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanlarına Girişi” Der. M.Binark ve B Kılıçbay. **İnternet, Toplum, Kültür**. Ankara: Epos Yayınları.
- Tomlinson, John (2004). **Küreselleşme ve Kültür**. Çev: Arzu Eker. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Türkoğlu, Nurçay (2003). **Kitle İletişimi ve Kültür**. İstanbul: Naos Yayınları.

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

Urry, John (1995). “Örgütlü Kapitalizmin Sonu”. Der., S. Hall ve M. Jacques. **Yeni Zamanlar 1990’larda Politikanın Değişen Çehresi** Çev: Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Yetim, Nalan (2002) “Küresel Üretim Yapılanmasına Kültürel Yanıtlar: Ulusal-Yerel”. *Doğu Batı*, 18: 133-146.