

SİBER DÜNYA VE YENİ YAŞAM BİÇİMİ

Muhammet Önder Erdoğan



İNSAMER

İHH İNSANİ VE SOSYAL ARAŞTIRMALAR MERKEZİ
IHH HUMANITARIAN AND SOCIAL RESEARCH CENTER
مركز البحوث الإنسانية و الاجتماعية

Referans için: Erdoğan, Muhammet Önder. “Siber Dünya ve Yeni Yaşam Biçimi”, İNSAMER, 13.03.2020.

 Analiz

Günümüzde telefondan arabalara, mutfağımızdaki elektronik aletlerden salondaki televizyona varıncaya kadar hayatımızın her alanına entegre olan internet teknolojisi, sosyal medya boyutuyla da insan ilişkilerinde köklü bir değişime yol açmış ve âdeta yeni bir toplumsal modele kapı aralamıştır. Teknik faydaları yanı sıra bilgiye ulaşma, bilgiyi üretme ve paylaşma kolaylıkları sayesinde bu teknoloji, daha önceden varlığından haberdar dahi olmadığımız yüzlerce kişiyi de hayatımıza sokmuş durumda.

Bugün günlük yaşantımızın vazgeçilmez bir parçası hâline gelen internetin ilk ortaya çıktığı 1970’lerden bu yana sektörde kaydedilen büyük ilerlemeye bakıldığında, bu hızlı değişimin gelecekte nasıl bir dönüşümü tetikleyeceği konusu tartışılmaktadır. Ancak bu noktada meselenin sadece teknoloji yönünü tartışarak “sanal” alemin “gerçek” toplumlar üzerinde

oluşturduğu etkinin göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

1989 yılında “Dünya Çapında Ağ (*world wide web=www*)” adıyla ortaya çıkan ve 1993’te halka açılan hâliyle *web 1.0* olarak bilinen ilk internet sayfaları, sadece bilgi veren içeriklerden ibaretti. 2004 yılına gelindiğinde artık yalnızca bilgi veren değil, kullanıcıların da katılım sağladığı, kendi bilgi ve deneyimlerini paylaşabildiği etkileşimli sayfalar çağına geçildi ve böylece *web 2.0* dönemine girilmiş oldu. Bu dönem aynı zamanda bireylerin kendi blog sayfalarını açtıkları dönem olarak da bilinmektedir. İçinde bulunduğumuz *web 3.0* dönemi ise içerik kontrolünün yapay zekâlı yazılımların eline geçtiği bir dünya olarak tanımlanabilir. Bu web sistemi, birbiriyle iletişim hâlinde olan veri tabanları sayesinde nelerden hoşlandığımızı anlayan ve buna göre bize çözüm önerileri sunan



İNSAMER
İHH İNSANİ VE SOSYAL ARAŞTIRMALAR MERKEZİ
IHH HUMANITARIAN AND SOCIAL RESEARCH CENTER
مركز البحوث الإنسانية و الاجتماعية

bir sistemdir. İnternet olan bir odada yaptığınız konuşmaların haberiniz olmadan dinlenip, ilgilendiğiniz o konuya dair reklamların bilgisayarınıza veya cep telefonunuzu gelmesi, bu yeni internet sisteminin yapabilecekleri konusunda küçük bir örnektir.

İnsanların alışveriş yaptıkları, başka insanlarla tanışıp arkadaş oldukları ve kişisel verilerin değişik parametrelerle kayıt altına alındığı böylesi bir sistemde, bu sisteme hâkim olan sermaye, her türlü manipülasyonu da yapabilme kapasitesine sahip olmaktadır. Dünyanın her yanından yüz milyonlarca insanın şahsi verileri, banka bilgileri, nüfus bilgileri, beğenileri, sevdiği kişiler, okuduğu kitaplar vb. büyük bir data, bu sistem içinde saklanmakta ve yeri geldikçe kullanılmaktadır. Bu da sanal alemde gerçek veriler kullanılarak algının yönetilmesi konusunda büyük bir imkân yaratmaktadır.

Günümüz insanları artık ağlar üzerinden hareket etmekte, bu ağlar aracılığıyla kamuoyu oluşturmakta ve bilgiye erişmektedir. Bu yeni dönem; kendi insan tipini, kendi ekonomik sistemini ve kendi yönetim anlayışını oluşturarak mevcut geleneksel yapıları değiştirecek, dönüştürecek belki de ortadan kaldıracaktır. Bu da tarihte yeni bir sosyalleşme türü ortaya çıkaracaktır.

Örneğin Amerika'da internet üzerinden yapılan tüketim, ülke millî gelirini oluşturan tüketim harcamalarının neredeyse %40'ına tekabül etmektedir. Bu oran Güney Kore'de %20, ülkemizde ise %5-10 aralığındadır. Yapılan araştırmalardan ülkemiz nüfusunun %60 kadarının her gün 3 saat 45 dakikasını düzenli olarak internette geçirdiği, bu sürenin en az iki saatinde de sosyal medya kullandığı anlaşılmaktadır. Akıllı cihazlarla geçirilen zaman uzadıkça gerçek hayattaki çevreyle geçirilen zaman doğru orantılı bir şekilde azalmaktadır.

Öte yandan insanlar başka ülkelerde evlenen arkadaşlarının düğünlerine bile canlı olarak bağlanabilmekte, eş zamanlı olarak konuşup etkileşime girebilmektedir. Böylesi bir ortamda günümüz insanı bir yandan aşırı sosyalleşirken bir yandan da ciddi bir yalnızlığa sürüklenmektedir. Birebir iletişimin yerini alan online ilişkiler, toplumsal bağları zayıflatmanın yanında, gelecekte ortaya çıkacak toplum konusunda da ciddi soru işaretleri barındırmaktadır. Örneğin bugün sosyal ağlarda oluşturulan sahte hesaplar üzerinden insanlar gerçek kişilikleri dışında bir profil çizerek sanal ilişkiler kurmaktadır. Bu da ileride belki de kimin gerçek kimin sanal olduğunu ayırt etmekte zorlanacağımız, belirsiz sahte bir toplumsal yapı ortaya çıkartacaktır.

İnternetin yaratacağı insan tipinin nasıl olacağı, bunun toplumsal etkilerinin ne olacağı henüz tam olarak bilinmemektedir ancak bu konunun son derece derinlikli sosyal çalışmalara, toplumsal ve sosyolojik gözlemlere ihtiyaç duyduğu da su götürmez bir gerçektir. Yapılan bir araştırma, Facebook'a üye on milyonlarca kişiden bir bölümünün hayatta olmadığını, ancak hesaplarının kapanmadan korunduğunu, bunun da sistemde bir yekûn oluşturduğunu açıkça ortaya koymuştur.

İnternetin en önemli olumsuzluklarından biri ise, gerçek dışı haber üretmeye ve manipülasyona müsait yapısıdır. İnternet aracılığıyla sosyal ağlar üzerinden gerçek dışı haberleri yaymak ve buna inanan bir kitle yaratmak son derece mümkündür. Gerek siyasi gerekse maddi çıkar elde etmek için yaygın biçimde kullanılan bu yöntemde, üretilen sahte bilgi, resim veya görüntüler internet üzerinden yayılmaktadır.

Bütün bunların dışında "derin devlet" tabiriyle hayatlarımıza giren birçok kavramın internetteki karşılığı olarak bir de "derin web" vakası söz

İnternetin en önemli olumsuzluklarından biri ise, gerçek dışı haber üretmeye ve manipülasyona müsait yapısıdır.

konusudur. Arama motorlarının ulaşamadığı veya arama linki verilmeyen bu siteler, derin webin bir parçasıdır. Burası kuralların, kanunların ve hiçbir etik ve moral değerinin olmadığı, her türlü yasa dışı ve gayriahlaki işin alenen yapıldığı, pazarlandığı sınırsız bir alandır.

Bunun yanında yasal alanda kalan ancak gerek siyasi gerekse ahlaki ve kültürel olarak küresel sermayenin ideolojik aygıtları gibi işleyen *Facebook, Twitter, Youtube, Instagram* ve benzeri çeşitli küresel siteler günlük yaşamı biçimlendirmede önemli bir misyon yürütmektedir. Bu ideolojik aygıtların tüketim endüstrisi ve küresel sermayeyle ilişkileri iletişim sürecinin de bir parçasıdır.

İnternetin günlük yaşamın neredeyse tüm alanlarında kullanılabilir olması, sosyal

medyanın da bireyin yaşamında âdeta vazgeçilmez hâle gelmesine neden olmuş ve internet teknolojisiyle birlikte değişen yeni yaşam pratikleri ortaya çıkmıştır. Geleneksel medya araçlarıyla gerçekleştirilen tek yönlü iletişimin aksine, kullanıcıların tüm dünyaya kısa bir süre içerisinde duygu ve düşüncelerini aktarabildiği, içerik üretip paylaşabildiği bu sanal evrenin gelecek nesiller üzerindeki etkisi tam olarak ortaya konulmuş değildir.

Tüm bu arka plan bağlamında; dijital dünyanın insani boyutu, kanuni boyutu, kültürel boyutu, özgürlük boyutu, medya boyutu, ideolojik boyutu, derin web boyutu, eğitim boyutu vb. çeşitli yönlerini içeren yeni bir toplumsal sözleşme modeline ihtiyaç olduğu ortadadır.

Kaynakça

Erkul, R. E. (2009). "Sosyal Medya Araçlarının (Web. 2.0) Kamu Hizmetleri ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği", *Türkiye Bilişim Derneği*. S. 116, s. 96-101.

Pelteköglü, F. (2009). *Halkla İlişkiler Nedir?*. İstanbul: Beta Yayınları.

Stevenson, N. (2008). *Medya Kültürleri: Sosyal Teori ve Kitle İletişimi*. Ankara: Ütopya Yayınevi, s. 197-198.

Berners-Lee, T. (1996). "WWW: Past, Present and The Future", Tim Berners-Lee World Wide Web Consortium, Massachusetts Institute of Technology, s. 69-77.

Moscardelli, M. D. (1999). *Advertising on the Internet*. New Jersey: Prentice Hall.

Güçdemir, Y. (2017). *Sosyal Medya; Halkla İlişkiler, Reklam ve Pazarlama*, İstanbul: Derin Yayınları.

Baloğlu, A. (2015). *Sosyal Medya Madenciliği*. İstanbul: Beta Yayınları.

Boyd, D. M., N. B. Ellison, (2007). "Social Network Sites: Definition, History and Scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*. USA, 211.

Sayimer, İ. (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*. 1. Baskı, İstanbul, s. 123.