

HEGEMONİK UNSURLARIN TEKNOLOJİK BAĞIMLILIK MOTİVASYONLARI İLİŞKİSİNDE TEKNO-KONFORMİZM¹

Engin GÜNEY²

Özet

İnsan, kendine sunulan yaratılışına özgü donanımlardaki eksikliği akli sayesinde gidermekten ve performans limitlerini aşmaya dayalı doğa ile uyumlu üretme çabasından uzaklaşarak, doğaya ve insanlara hükmetme yarışına girmiştir. Çıkarların maskelendiği para odaklı bu yarışta, hegemonik güçler ile kitleler arasındaki denge parametrelerinde teknolojinin belirleyiciliği rahatlıkla hissedilmektedir. Teknoloji, geçmişten günümüze “gelişiminin tetikleyiciliğinden” “dönüşümün belirleyiciliğine” doğru bir grafik sergilemektedir.

Bu çalışmada, teknolojiyi üretip kullanım stratejisi olan ve zihniyet tasarlayan güç odakları ile zihniyet tasarımları neticesinde zihinsel yetilerini kullanma işlerliğini kaybeden tüketicilerin (içgüdüsel hareket edenlerin) uyum sağlama çabası arasındaki ilişki belirgin örneklerle vurgulanacaktır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada, dijital kuşağın tekno-konformist davranışlarının nedenleri sorgulanacak, güç odaklarının çevrelerinde olup bitenleri nasıl yönlendirdiği, dijital kültürün nasıl geliştiği soruları, teknoloji bağımlılığının gözlemlendiği örnek olaylar yorumlanarak cevaplandırılacaktır. Çalışmanın eksenini yeni medya teknolojileri ve bu teknolojilere uyum süreci ile teşekkül eden dijital kültür oluşturmaktadır.

Yeni kültürel oluşumlarda baş aktör olan güçler, teknolojiyi araç olarak kullanmakta ve kendini gizleyerek onu dönüşümün belirleyicisi konumuna getirmektedir. Teknolojinin, insanın uyum sağlamasını gerekli kılan işlevi tekno-konformizm kavramıyla açıklanıp yeni oluşum dijital kültür çerçevesinde ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji, Yeni medya, Konformizm, Dijital kültür, Hegemonya

TECHNO-CONFORMISM IN RELATION TO MOTIVATIONS FOR TECHNOLOGICAL DEPENDENCE OF HEGEMONIC CONSTITUENTS

Abstract

Man has entered the race to dominate nature and people, moving away from the struggle of producing in harmony with nature, which is based on remedying his congenital deficiencies and exceeding his performance limits thanks to reason. In this money-focused race, where interests are masked, decisiveness of technology is very clear in the balance parameters between hegemonic forces and masses. From past to

1. Bu Makale 31 Ağustos-2 Eylül 2018 tarihlerinde Dubrovnik'te yapılan “13th Annual International Conference on Humanities and Social Sciences,” konferansında “Techno-conformism and Digital Culture: Technological Dependence Motivations of Hegemonic Elements” başlığıyla sözlü olarak sunulmuştur.

2. Dr. Öğr. Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, guneyenginn@gmail.com

present, technology underwent a change from being the “trigger of development” into “determinism of transformation”.

In this study, the relationship between the power foci that produce technology and design the mindset, and adaptation efforts of consumers (who go with their instincts) who have lost their ability to use mental skills because of their designed mentality will be emphasized with clear examples. Employing qualitative research methods, this study examines techno-conformist behaviours of digital generation and tries to provide answers to questions how power foci direct what is going around, how digital culture is developed by commenting on case studies in which technological dependence is observed. The axis of the study follows new media technologies and digital culture which is consisted of the process of adaptation to these technologies.

Powers, which are the chief actors in the new cultural formation, use technology as an instrument and place it to the major determinant of transformation by concealing themselves. The decisive function of technology which necessitate human adaptation will be explained around the concept of techno-conformism and the new formation will be dealt within the context of digital culture.

Key Words: Technology, New media, Conformism, Digital culture, Hegemony

Giriş

Sanayi devrimi ile birlikte, insanoglunun sürdürdüğü yaşam modeli değişerek “modern” toplum yapısına geçiş sürecini yaşamıştır. Bu dönüşüm, insanın çevre ile etkileşimi sonucu gerçekleşen “doğal” ilişkiyi farklılaştırmıştır. O güne kadar ki kültürü tanımlayan toplumsal değerler, alışkanlıklar ve gelenekler, sanayileşmenin etkileri ile birlikte yok olamaya başlamış; rekabet olgusu bu yeni düzende değerlerin önüne geçmiştir. Kentin hızlı yaşamı ve sorunlarına ayak uydurmak zorunda kalan ve giderek çevresiyle olan ilişkileri zayıflayan insan, artık iyiden iyiye yalnızlaşmış ve kendi toplumuna yabancılaşmıştır.

Modernizm, bilimsel gelişmelere dayalı kültürel dönüşümlerle insanların huzur ve mutluluk içinde yaşayacağı düşüncesini içinde barındırmıştır. “Modernleşme” sürecindeki umutlar yerini hüsrana, kaygılara ve ruhsal sarsıntılara bırakmıştır. Çünkü hümanizma ülküsü üzerine temellendirilen modernizm; savaşların, anti-demokratik rejimlerin, soykırımların gerçekleşmemesine, insanların sömürülmemesine vesile olamamıştır. Bilim ve teknolojinin gelişmesi ve insanlara hizmet etmesi neticesinde “daha huzurlu, refah ve güven içinde yaşanacak”, söylemlerinin ütöpik bir anlatı olduğu; arkası kesilmeyen sömürüler, savaşlar, soykırımlar ile kanıtlanmıştır. İnsanları huzura kavuşturacak olanın gelişen bilim ve teknoloji değil onu kullanım biçimi olduğu, ideolojilere hizmet eden, güç edinmeye dayalı eylemlerle anlaşılmıştır.

Geçmişten günümüze süregelen kültürel dönüşümlerin değişmezini yöneten güç odakları ile uyum sağlayan, sömürülen kitleler oluşturmaktadır. Modernleşme sürecinde yönetenler el değiştirmiş aristokrasinin yerini burjuvazi almış, gücü elinde bulunduran ve bunu kaybetmek istemeyen kesim sistemini kurmuştur. Bu sistemde teknolojiyi

elinde bulunduran daima yöneten konumunda olmuştur. “Şirketler küresel yayımlara yönelmiş, geç kapitalizm aşaması kendini göstermeye başlamıştır. Önceki tekel ya da kapitalizmin emperyalist aşamaları kültürel modernizm ile ilişkilendirilirken, geç kapitalizm postmodern çağ ile eş anlamlı olarak görülmüştür” (Hopkins, 2000, s.197).

Yakın zamana kadar gazete, radyo ve televizyonla sınırlı olan kitle iletişim araçlarının yerine getirdiği işlevler, teknolojinin sağladığı olanaklarla beslenen yeni medya ile yeni açılımlar kazanmıştır. İçinde bulunduğumuz bilişim çağında teknoloji, iletişim ve medyanın şekillendirici gücüyle birlikte çok katmanlı bir kültürel dönüşüm sürecine girilmiştir. Teknoloji kültürün gelişimini tetikleyen bir dinamiktir. Bu dinamik egemen sınıfın yararına kullanılan, gizlenen ve yanlış bilinç aşıl原因an, bozulmalara neden olan ideoloji olgusuyla değerlendirildiğinde çok farklı bir görüntü ortaya çıkmaktadır. İnsanın, algı marjlarını ve performans limitlerini zorlayan durumların üstüne çıkabilmek için kullanılan teknoloji, güçlüklerin üstesinden gelebilmek dışında güçlü olmak baskı kurmak için kullanılmıştır. Heidegger, teknolojinin insanın üzerinde sağladığı pratik yararların çok ötesinde, özellikle insan düşüncesi ile deneyimi üzerinde hiç de yabana atılmayacak bir belirleyiciliği olduğunu belirtmektedir (Güçlü, vd. 2003, s.1409).

Kapitalizmden “enformasyonalizme” geçiş sürecinde de burjuvazisinin yerini yeni bir elit sınıf olan, “netokrasi” devralmıştır (Bard-Söderqvist, 2015, s.75). “Netokratlar” neo-liberal politikalarını sanal mecrada, yönetilen ve tüketen kitleler üzerinden sürdürmektedir. Görünen o dur ki; bunca dönüşüm içinde ideolojik hegemonyanın sağlanması gibi değişmeyenlerde bulunmaktadır. Geçmişten günümüze var olan hegemonik unsurlar ile dijital kültürü oluşturan tekno-konformistler (yeni medya teknolojilerine uyum sağlayan dijital tüketiciler) arasındaki parametreler araştırmanın eksenini oluşturmaktadır. Yeni yapılanmada teknoloji sadece iletişimin sağlandığı araç değil kültürel süreçlerin yaşandığı ortamın kendisi haline dönüşmüştür. Günümüzde, üreten, gücü elinde bulunduran, çıkarları doğrultusunda toplumu biçimlendiren netokratların hegemonyasında kültürel dönüşümler gerçekleşmektedir. Sömürülen kitleler ise yeni teknolojilere kolay uyum sağlayan tekno-kültürel yapıda ki “tekno-konformis”ler olarak tanımlanmaktadır.

Araştırmada, güç odaklarının yaymak istediği toplumun çimentosunu oluşturan gizlenmiş çıkarlar ile bu çıkarların yayılması için kitlelerin rızasını zor kullanmadan sağlama durumunu açıklayan ideolojik hegemonyanın işleyiş mekanizması irdelenecektir. Teknolojiyi üretilip doğru kullanan ve zihniyet tasarlayan güç odakları ile zihniyet tasarımları neticesinde zihinsel yetilerini kullanma işlerliğini kaybeden dijital kuşak tüketicilerin konformist yaklaşımları arasındaki ilişkide yeni medya teknolojilerinin rolü tartışılacaktır.

Dijital kültürün yaygınlaşmasını sağlayan teknolojiye uyumlu yeni nesil (dijital yerliler, z kuşağı, i gen); yönlendirici etkide bulunan güç odaklarının bağımlılık motivasyonları bağlamında irdelenirken, öncelikle, “*Tekno-konformizm ve Dijital kültür*” başlığı altında bu kavramlar tanımlanacak aralarındaki ilişkiyi ortaya koyan örneklerle değerlendirmelerde bulunulacaktır. Sonrasında “*Yeni Medya*” başlığı ile dijital kültürün yayılmasında etkili bir araç ve ortam olan teknolojilerin sunduğu imkânlar ve bilinçsiz kullanımına bağlı insanlarda yarattığı travmalar örnekler verilerek değerlendirilecektir.

“*Hegemonik Unsurların Bağımlılık Motivasyonları*” başlığı altında ideoloji, hegemonya, ideolojik hegemonya kavramlarının açıklamaları yapılacak, icatların tetikleyicisi olan ihtiyaçlardan arzu üretimine geçiş açıklanacak, tüketen dijital kültürün bağımlılıkları ve sanal hapsoluşları örneklerle irdelenecektir. “*Sonuç ve Tartışma*” bölümünde elde edilen verilere dayanarak, dijital kültür ekseninde, tekno-konformistlerin teknolojiye bağımlı ve onunla uyumlu davranış birlikteliğinden beslenen hegemonyanın bağımlılık motivasyonlarının anlaşılması sağlanacaktır. İçinde barındırdığı olanaklar sayesinde fayda sağlayıcı veya zararlı bir araç-ortama dönüşen yeni medya ile ilgili metin içinde verilen örneklere dayalı olarak bilinçli kullanımıyla ilgili önerilerde bulunulacaktır.

Veriler toplanırken; yerli-yabancı literatürden, internet üzerinden aramalar sonucunda araştırmaya katkı sağlayacak online dergiler, kitaplar ve gazetelerden yararlanılmıştır. Araştırmada kaynaklara, konu ile ilgili (kültür, dijital kültür, küresel kültür, teknoloji, yeni medya teknolojileri, postmodernizm, modernizm, vb.) anahtar kavramlardan yola çıkarak geliştirilmiştir. Terminolojinin etimolojik ve epistemolojik olarak çözümlenmesinde felsefe, sosyoloji, psikoloji, antropoloji alan sözlüklerinden yararlanılmıştır. Kaynaklar incelenip, çeviriler tamamlandıktan sonra veriler araştırmanın bölümlerinde ilgili yerlerde değerlendirilmiştir. Farklı kaynaklardan farklı bakış açıları ile ifade edilen bilgiler arasında karşılaştırmalar yapılmış, konular disiplinlerarası yaklaşımla yeni bağlamlarla kurgulanmıştır. Araştırma, kuramsal-analitik bir özellik sergilediği için, ilgili konuların açıklımalarını destekleyecek literatür ile temel araştırma yöntemi kullanılarak yapılandırılmıştır.

Tekno-konformizm ve Dijital Kültür

Teknoloji, Yunanca “tekhne” sözcüğünden türetilmiştir (Emiroğlu ve Aydın, 2003, s.793). Sözcük anlamı el becerisi gerektiren bir işi ustalıkla yapmak, belli bir amacı gözeterek ortaya yeni bir şey çıkarmak olan tekhne, ilkçağ Yunan felsefesinde biricik ereği üretmek ya da yaratmak olan “sanat” için kullanılmıştır (Güçlü, vd. 2003, s.1406). Tekhne ve logos kelimelerinin birleşimi kısaca teknik bir şey elde etmenin, üretmenin bilgisi şeklinde ifade edilebilir (Yengin, 2012, s.123; Emiroğlu - Aydın, 2003, s.793).

Teknolojinin anlamı bakış açısına göre farklılaşmaktadır. “Sosyolojide ya makineleri, donanımı ve bunların beraberinde getirdiği üretim tekniklerini, ya da işin teknik bakımından düzenlenmesi ve mekanizasyonun dayattığı toplumsal ilişki tipini anlatmak amacıyla kullanılan bir terimdir. İktisatçılar için milletlerin refahını ve yaşama standardını yükselten bir araç; mühendis için bir malın imalinde gereken cam, çimento gibi maddelerin üretilmesinde kullanılan yöntemler dizisidir” (Marshall, 1999, s.722-723; Yazıcı, 2007, s.3). Bu ve benzeri tanımlar teknoloji kelimesinin, mevcut bilgilerin değerlendirilmesi amacıyla, kullanılan araçların yanı sıra süreçleri de içine alan geniş bir kavram olma özelliği taşıdığını göstermektedir. Gerçek olana şudur ki, insanoğlu hayatı kolaylaştırmak için, doğaya hükmetmek için, toplumlara faydalı olmak için veya gücü elinde bulundurmak için bilimi kullanarak sürekli üretmektedir.

Tekno-konformizm kavramında ki “tekno” tekno-kültür kavramında da olduğu gibi “teknolojinin etkisinde” anlamına gelen bir ön ektir. Tekno daha çok kültürel dönüşümlerde önemli rol sahibi olan yeni medya teknolojilerini ve bu teknolojilerin insan ve toplum üzerinde oluşturduğu etkiyi ifade etmektedir.

Konform (conform), “kural veya yasalara uymak, belirli standartlara ulaşmak anlamına gelmektedir. Toplum tarafından insanlardan beklenen davranışları sergileyen kişilere konformist (conformist) denmektedir”(Wehmeier, 1994, s.131). Yeniçeri (2011, s.71), “Birey şahsiyetine ve özüne yabancılaşmadan konformist olmadığını. Konformizm, insanların kendilerini ilgilendiren konularda bile “hayır” deme ve şaşırma yeteneğini kaybetmeleriyle başladığını” vurgulamaktadır. Bu bağlamda tekno-konformizm yeni teknolojilerin etkisinde oluşan dijital kültüre uyum sağlama durumunu ifade etmektedir. Tekno-konformist kavramı sanal mecrada gerçekleştirdiği etkileşimli iletişimle, reel dünyadan ve özünden yabancılaşan, yeni medya kullanımında bilinçli davranış sergilemeyen, özüne yabancılaşmış “dijital” teknoloji bağımlısı bireyler için kullanılmaktadır.

“Sosyal ağların popülerliğinin yükselişe geçmesi ve her türlü iletişimin bu ağlar üzerinden yaşamak istenmeye başlanması, yeni sosyalleşme süreci olarak değerlendirilmekte; sanal ortamların sunduğu manzara, yeni imaj alanına girdikçe, gerçek dünyaya artık ihtiyacımız olmadığını düşünmeye başlanmaktadır” (Güney, 2017, s.208; Yaygın, 2010, s.65). Teknolojiyle toplumu özdeşleştiren Castells’e (2009, s.500) göre “ağlar, toplumun sosyal morfolojisini oluşturmakta ve kültürel süreçleri kökten değiştirmektedir”. “2010 yılında İngiltere’de yayımlanan bir medya kullanım raporu, gelişmiş ülkelerdeki gençlerin çoğunluğunun yeni medya olanakları ile artık hiçbir zaman internet ulaşımından yoksun olmadığını ortaya koymaktadır” (Chatfield, 2013, s.35). Bireylerin, teknolojinin bu denli ilerleyişine konformist yaklaşımı ile birlikte, teknolojiyi yaşamlarının merkezine koymaları, toplumsal yaşamlarını yeniden konumlandırmaları dijital kültürün oluşumunu sağlamaktadır.

Yeni Medya

Yeni Medya “bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte ortaya çıkan; bilgisayarlar aracılığıyla eski medya biçimlerinin dijitalleşerek ortak değerlere dönüştürülmesi sonucunda medyayı programlanabilir bir konuma getiren; telekomünikasyonu ve kitle iletişimini birleştiren; entegrasyon özelliğini bünyesinde barındıran; bu sayede interaktif bir iletişimi olanaklı kılan; veriye kolayca ulaşma, değişiklikler yapma ve paylaşma gibi birçok imkanı kullanıcılara sağlayan; modülerlik özelliği ile farklı ortamlarda kullanılabilen ve birçok işlemin bir arada yürütmesine olanak sağlayan; hipermetinlik özelliği ile farklı veriler arasında bağların oluşmasına olanak tanıyan; zaman-mekan kavramlarını değişikliğe uğratan; iletişim ortam ve araçlarını temsil eden” bir kavramdır (Güney, 2014, s.56)

Yeni medya teknolojilerini kullanarak sanal ortamda oturduğu yerden; üniversiteye kaydolup harç parasını yatırma, dersleri takip edip mezun olabilme, kütüphane endekslerinden tarama gerçekleştirebilme, alışveriş yapabilme, dünyanın herhangi bir noktasıyla etkileşimli iletişimde bulunabilme, sanal mecrada satın aldığı siparişi istediği

yere yönlendirebilme, birden fazla yerde temsili olarak bulunabilme, borsada hisse alıp satabilme, film indirip izleyebilme gibi birçok işlem yapılabilir. Bilgisayar ve internetin yaygınlaşmasıyla, istenilen bilgiye ulaşmak, banka işlemlerini gerçekleştirmek, trafik cezası ödemek, son dakika haberlerini kontrol etmek, sınav başvurusu yapmak, uçak bileti almak, gibi birçok farklı etkinlik sanal ortamlar aracılığı ile mümkün hale gelmiştir. Bireyler buldukları yerden bu işlemleri ve daha fazlasını mobil teknolojiler sayesinde her an gerçekleştirebilmektedir. Bu ve benzeri 30 yıl önce hayal dahi edilemeyen uygulamaların gelişeceğini Bill Gates'in, "teknoloji çok hızlı büyüyor ve biz sadece yeni bir toplumun başlangıcındayız" (Ronchi, 2009, s.3) söylemi desteklemektedir.

Detaylı bir liste çıkartılmak istendiğinde sayfalar dolusu imkânı bizlere sunan yeni medyanın bilinçsiz kullanımına bağlı olumsuz etkilerinin de olduğu bilinmektedir. Toplumdaki bireylerin artık sosyalleşme olarak algıladıkları yeni moda internetteki sanal iletişim olanaklarını devamlı kullanma arzusu içerisinde olması, kişilerin birbirleriyle yüz yüze kurduğu reel hayattaki iletişimlerden uzaklaşmasına neden olmaktadır. İnsanoğlu kendini fazlaca özgür sanırken, aslında bu dijital araçlar insanları daha çok birer esir haline getirmiştir (Fiske, 2003, s.50-70; Güney,2017, s.210). Sanal mecrada gerçekleştirilen sosyal ilişkilerin gerçekliği irdelenirken, kendini olduğundan farklı gösterebilme "özgürlüğü" de hesaba katılmalıdır. Benlik yitimi ve kimliksizleşmenin yeni medya olanakları sayesinde sıkça yapılması; davranışlara sonrasında alışkanlıklara, sonrasında değerlere ve nihayetinde karaktere dönüşmesi, özgürleşme ile değil kayboluş ve karakter bozulumuyla sonuçlanmaktadır. Zamanının çoğunu, kompüterin karşısında oturup internet yoluyla, çeşitli kişilerle bilgi alış-verişi kurmakla geçiren çocuklar arasında, bir "görüş ve duyuş birliği" yaratılmaktadır. Böylelikle aile bağlantıları zayıflatmakta ve "İnternet Akrabalığı"na doğru yönelim gerçekleşmektedir (Akman, 1998, s.330-331).

Anında dünyanın farklı yerlerinde yaşanan olaylardan haberdar olmamızı sağlayarak uzak mesafe kavramını yok ettiği söylenen yeni medya teknolojileri, olayın kendisinin gerçekliğinin önemini büyük ölçüde yitirmiş olması sebebiyle aslında mesafeleri arttırmaktadır. Artık olayın aktarımı, aktarılan olaydan daha önemli hale gelmektedir. Günümüzde sosyal sitelerde etkileşime açık paylaşımlarda vicdani sorumluluğa ilişkin yapılması gereken davranışların yerini paylaşımlar ve bu paylaşımlara yapılan yorumlar almaktadır. İnsanların yanlış davranışları tespiti değişmemektedir. Engelli asansörüne binen engelsizler, havanlara yapılan işkenceler, çocukların küfürlü konuşması, kavga eden insanlar gibi birçok eylem gözlemlenmektedir. Sorun bu olumsuzluklarla ilgili yapılan tek şeyin kameraya alınması ve "engelli vatandaşlarımıza destek olmalıyız", "bu gençliğin hali ne olacak" gibi başlıklar altında sanal mecrada paylaşılmasıdır. Bu paylaşımların beğenilmesi veya altına yazılan yorumların hiçbiri anında yüzlerce kişinin tepki gösterdiği olumsuzluklara engel olmamaktadır. Çoğaltılabilecek örnekler insani değerlerin gerçekliğini yitirip sanallaştığının, "sözde etkileşimli iletişimin/sanal tepkilerin" kültürel değerleri dönüşüme uğrattığının göstergesidir. Bizlerden uzak mesafelerdeki insanlarla rahatlıkla iletişim kurup arkadaşlar edinebildiğimiz halde kapı komşumuzun kim olduğunu bilmememiz sanallaşan kültürel süreçlere ve gerçekte yalnızlaşmanın, kopuşun bilinen fakat önüne geçilemeyen durumlarına işaret etmektedir.

Bugün bilgisayarlar, cep telefonları ve uydu sistemleri gerçek özgürleşmenin yegâne araçları olarak sunuluyor. İnsanlığın bu teknolojik hıza ve oluşturduğu kültüre ulaşabilmesi beklenmiyor, oluşturulan bir sanal dünyaya ve kültüre zorunlu kılınıyor. Bu kültür bilincin sömürülmesini de beraberinde getiriyor (Yaykın, 2010, s.68). Yeni teknolojilerin aşırı kullanıma bağlı bilinçsiz yaklaşımların insanı bunalıma sürükleyişinin örnekleri ağlarla birbirine bağlı oyun bağimlerinde da sıkça gözlemlenmektedir. Oyunlarda “cracker” ların müdahaleleri, siber suçlar biriminin var oluşu sanal bir kurgunun sosyolojik ve psikolojik gerçekliğini ortaya koymaktadır. Kademe atlamak için büyük emekler, paralar ve zaman harcanan oyunlarda kazandığı sanal başarının çalınması oyuncuların psikolojisini yerle bir etmektedir. İki çocuğundan kalan zamanını, dört yıl boyunca bir bilgisayar oyunuyla geçiren 30 yaşında bir kişinin yaşadıkları, yeni imaj teknolojilerinin insanlar üzerindeki etkisinin ulaşabileceği seviyeleri göstermektedir.

2004'te Çin'de yayınlanmasının ardından dünyadaki milyonlarca insanı etkisi altına alan “Metin 2”, bir ‘MMORPG-Devasa Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunu’dur. Naz Çetin’in ifadelerine göre kendisini 4 yıldır, oyunda yarattığı ‘Lara Croft’, ‘Mitix’ ve ‘Cekuud’ karakterlerinin gelişimine adanmıştı. Onları zorlu uğraşlardan sonra dokuzuncu seviyeye kadar yükseltip, cicilerle donatmış, özel zırhlar, eldivenler, kılıçlar, kolyeler ve seçkin büyülerle bezemiştir. Bir gün Çetin, gerçek hayattaki işlerinden sıyrılıp, fantezi dünyasına daldığında ne görsün? Üzerlerine titrediği karakterleri tüm donanımlarıyla çalınmıştır. Sinir krizleri geçirip bayılan Çetin’i, kendisi gibi ‘Metin 2’ oyuncusu olan kocası Ümit teselli etmiştir. Soluğu Savcılıkta almıştır. Şube, IP adreslerinden Çetin’in oyun şifresini kırarak karakterlerini çalan siber hırsızları tespit etmeye çalışmıştır. Oyundaki karakterlerinin donanımları çalıdıktan sonra kendisini ‘çıplak bir bebek’ gibi hissettiğini anlatan Naz Çetin’se, ‘Metin 2’ye oyun arkadaşlarının verdiği emanet karakterlerle devam edebildiğini söylemiştir (www.milliyet.com.tr, 12.12.2017).

Metin 2 karakterlerinin, “oyunun popüler olduğu ülkelerde 10 bin dolara kadar müşteri bulabilmesi” teknoloji ile oluşturulan “yeni imajlara” olan ilgiyi ve bu imajların insanın referans alındığı tüm kültürel dinamikleri nasıl şekillendirdiği hususunda düşündürücü bir etki bırakmaktadır. Yine sosyal medyada ve haberlerde oyunda yenildiği için sinir krizi geçiren, klavyeyi bilgisayarı parçalayan insanlar bağımlılıkların yaygınlığının ve insan üzerindeki etkilerin düşük ölçüdeki göstergeleridir. Çünkü bilinçsizliğin boyutunun insanları intihara kadar sürüklediği durumlar herkes tarafından bilinmektedir.

Günümüzde insanların bir araya geldiklerinde sohbet etmek, yüz yüze iletişimde bulunmak yerine sürekli yanlarında bulundurdukları, yaşamımızın olmazsa olmazı haline gelen mobil teknolojilerle oyalanmalarına, sanal olanı gerçeğe tercih etmelerine sıkça rastlanmaktadır. Bu durum, dijital teknolojilerin bizleri içinde bulunduğumuz gerçeklerden, toplumdaki uzaklaştırıcı/soyutlayıcı etkisinin olduğuna işaret etmektedir. Dijitalleşme ile değişime uğrayan algılar, beraberinde gerçek ve sanal uzam arasındaki

sınırın giderek yok olmasına, sanal olanın gerçeğin yerini almasına neden olmakta ve bunu gözler önüne seren birçok durumla karşılaşılmaktadır.

Hegemonya ve Kapitalist İdeoloji

Önder, yönetici anlamında ki, Yunanca “egemon” köküne dayanan, “hegemonia” sözcüğünden gelen ve bir sistem içerisindeki bir elemanın diğerlerinden üstün/baskın olduğunu anlatan hegemonya kavramını Gramsci, kapitalist toplumlardaki sosyal düzeni korumanın başlıca aracı olarak görmektedir. Hall, hegemonyayı, bir sosyal grubun diğerleri üzerinde egemenlik ya da güç kurması şeklinde tanımlamaktadır. Hegemonya kavramı, Weber açısından ise, “doğal üstünlük miti” ya da “bir statü düzeninin meşrulaştırılması” olarak görülmektedir. Gitlin ve Barrett’e göre, hegemonya, “kurulu düzene gösterilen kitle rızasının sistemli biçimde yönlendirilmesi, örgütlenmesidir” (Aytaç,2004, s.118; Barrett, 1996, s.65; Çakır, 2014, s.284; Çoban, 2011, s.34; Gitlin, 1980, s.253; Lull, 2001, s.51; Marshall: 1999, s.300).

“Marks’ın tarihsel materyalizmi bağlamında anlaşılabilir olan hegemonya kavramı, yönetici sınıfın çıkarlarının ideal biçimde, evrensel çıkarlar olarak temsil edilmesini anlatır” (Marshall, 2005, s. 299). “ “Sosyal, politik ve ekonomik düzenlemeler için yayılan kültürel semboller görüntüler daima egemen sınıfın perspektifinden kendi çıkarları doğrultusunda tanımlanır. Kültürel hegemonya, düşünme ve bakma biçimlerinin üretimi ile alternatif bakışlar ve söylemlerin dışlanmasını kapsamaktadır” (Crane, 1992, s.87; Marshall, 2005, s.382).

“İdeo”, fikir veya zihinsel imaj anlamına gelmektedir (Budak, 2005: 379). Storey ideolojiyi kültür çalışmalarında çok önemli bir kavram olarak nitelendirmektedir ve iki anlamda kullanıldığını iddia etmektedir. Ona göre birinci belirlemede ideoloji, belirli bir grup insan tarafından, sistematik olarak yapılmış fikirlerin açıkça ifadesi olarak tercih edilmektedir. İkinci belirlemede, bir maskeleyme ve bozulma söz konusudur. Ürettikleri bazen “yanlış bilinç” olmaktadır. Amaç güçsüzlerin çıkarlarına karşılık güçlülerin çıkarları için çalışmaktır. Bu belirlemeye de “kapitalist ideoloji” denmektedir (Storey, 2009, s.18-19).

İdeoloji güç odaklarının yaymak istediği toplumun çimertosunu oluşturan gizlenmiş çıkarları, hegemonya da bu çıkarların yayılması için bağımlı sınıfın rızasını zor kullanmadan sağlama fraksiyonudur (Çakır, 2014, s.287). Kültürün ayıklanması, halka sunulması, örgütlenmesi, etkilerinin hesaplanıp yönlendirilmesi, amaçlı bir şekilde egemenler tarafından yapılır. Egemen değerlerinin kitle bilincine ekilerek, o doğrultuda bilinç/rıza üretmeye çalışılması “ideolojik hegemonya” olarak tanımlanmaktadır. Rojek, ideolojik hegemonyanın kapitalizmi ayakta tuttuğu ifade edilmektedir. Bu ideolojik hegemonya insanların bilincine ısrarla, “başka bir dünyanın olanaksızlığını” kazımaya çalışır. Gramsci, ideolojik hegemonya kuramında, iktidarı elinde bulunduran egemenlerin, kendi felsefelerini, kültürlerini ve etik değerlerini yaymak, zenginliklerini, güçlerini ve konumlarını güçlendirmek ve sürdürmek için kitle iletişim araçlarını kullandıklarını belirtmektedir. Günümüzde ise bilgisayarlar ile birbirine bağlanan dijital ağlar yeni ekonomiyi oluşturan en önemli yapı taşıdır. İnsanlık değil, daha çok para, daha çok egemenlik önem arz etmektedir. Üretimin tek amacının kâr etmek olduğu

bir toplumda, insanın merak, araştırma güdüsü ve yaratıcılığının temel motivasyonunun para kazanmaktan geçtiği savunulmaktadır. (Çoban, 2011, s.73-110; Koçak, 2011, s.18; Lull, 2001, s.19; Rojek, 1995, s.21-22, Yaykın, 2010, s.9-46).

Hegemonik Unsurların Bağımlılık Motivasyonları

“Kapitalizmin iktidar biçimleri toplumun çoğunluğu üzerinde baskı şeklinde gerçekleşmektedir. Buradan hareketle toplumun egemenlerce denetim altında tutulması, düşünme ve davranma biçimlerinin belirlenmesi için iktidar araçlarına sahip olan gücün hegemonyasını toplumsal alan üzerinden gerçekleştirmesi gerekir. İktidar tüm olanaklarını kullanarak toplumu biçimlendirmeye ve denetlemeye çalışır” (Çoban, 2011, s.47). Yeni medya olanakları da toplumu denetim altında tutmada, önemli rol üstlenmektedir. Çünkü yeni medya teknolojik bir araç olmanın dışında aynı zamanda kültürel süreçlerin yaşandığı bir ortam, ideolojik ve ekonomik bir güç olma özelliği taşımaktadır.

Bu noktada Caneet'in de belirttiği gibi “iktidarın gözü sürekli kitlelerin üzerindedir ancak kendisi hep saklanır. Yani gizlilik iktidarın özünde yatar... Habermas da, yeni teknolojilerin, kapitalist ekonomi ve küresel güçlerin en önemli destekçileri olduğunu, gözetim ve denetime hizmet ettiklerini” vurgulamaktadır (Çakır, 2014, s.325-328).

Dijital teknolojiler kültür ve toplum üzerinde büyük bir etki yapma potansiyeline sahiptir. Tutum ve davranışların şekillenmesi ve kemikleşmesinde iletişim araçları kullanılmaktadır. Bu süreç daha çok egemen sınıfın alt sınıf üzerinde rızasını üretmek şeklinde gerçekleşmektedir” (Çoban, 2011, s.74; Morgan, 1988, s.379; Ronchi, 2009, s.5). Yeni medya kullanılarak gerçekleştirilen etkileşimli iletişimde itirazların karşı söylemlerin yer alması, yayılması istenen ideolojileri zedelememektedir. Çünkü bu ideoloji bölünmüşlük ve parçalanmışlık üzerine inşa edilmektedir. Aktifmiş gibi görünen söylemlere dönüt veren bireylerin hale dökmek yerine gevezelikten öteye gidemeyişleri, ayrışmaları artıran homojen yapıyı zenginleştiren argüman niteliği taşımaktadır. İletişimde söz sahibi olmak kontrolü elinde bulundurmaya anlamına gelmemektedir, yeni medyanın yaşamın merkezine alınması ile tekno-kültürel yapı üretim tüketim dengesini oluşturmaktadır.

“Bugün gelinen noktada küresel hâkimiyet, bilgiyi metaya dönüştüren çokuluslu şirketler tarafından şekillenmektedir. Buna görsel bilgi de dâhildir. Dünyanın en büyük şirketleri (Corbis, Getty, Images gibi) siber-uzayın yani bilgi - bilişim - iletişim ağlarının rezervlerinin sahipleri olmak yönünde büyük adımlar atmışlardır. Klasik üretim dağıtım hizmet sektörü hantallaşmış, buna karşılık youtube, facebook gibi siber-uzay projeleri bir anda patlamıştır. Bu konudaki fikir sahipleri, Bill Gates'in 'sürtüşmesiz kapitalizm' adını verdiği düzen içinde, dünyanın en zenginleri arasına girmektedir. (Yaykın, 2010, s.28).

Araştırmacıların bir bölümü görsel dünya içerisinde online olarak oynanan oyunları sosyal medyanın içine dahil etseler de, bu alanda dönen ekonomi düşünüldüğünde, bilgisayar oyunlarının da dijital kapitalizmin bir parçası haline geldiği görülmektedir. Başlar (2013) “Second Life” olarak adlandırılan bilgisayar oyununu bu durumu açıklamak için örnek göstermektedir. Mayfield 2008'deki rakamlara göre 10 milyon'dan fazla Second Life kullanıcısının bulunduğunu ve oyuna her ay yaklaşık 1,5 milyon kişi de

giriş yaptığını belirtmektedir. Bu durum görsel dünyada işleyen bir ekonomi olduğunun da göstergesidir. Online oyunların ticari kapasitesini inceleyen Edward Castronova, Second Life'in iş planının kullanıcıların oyundaki sanal alanları satın alarak mülk elde etmeleriyle sitenin kendi tasarımları üzerinden kâr sağladığını belirtmektedir. Buna göre somut olmayan, tamamen sanal, gerçek dünyada karşılığı olmayan ürünler üzerinden oyun içerisinde bir pazar geliştiği görülmektedir.

Türkoğlu da (2010, s.392) “Profesyonel Bilgisayar Oyunculuğu” nu türeyen yeni bir meslek olarak nitelendirmektedir. Nüfusunun onda yedisinin (ADSL türünden) hızlı internet erişimi ile siber âleme bağlı olan Güney Kore gibi ülkelerde bireylere yılda milyonlarca para kazandırmaktadır.

Bu bağlamda günümüzde buluşların tetikleyicisinin ihtiyaçlar olduğu düşüncesi de tekrar düşünülmelidir. İhtiyaç olduğu algısı yaratılan “üretmiş arzular” tüketime yönlendiren düzenin kurgusudur. İşin içine hegemonya, iktidar, politika, siyaset, ideoloji, para kazanma gibi paradigmlar süzülürken eşitlik, özgürlük, huzur gibi kavramların hükmü kalmamaktadır. Günümüzde yeniye sahip olmak için çabalayan insanlar, yeniye sahip olduğunda mutlu olamamaktadır. Çünkü yeni sürekli kendini yenilemektedir ve insanın peşinden koştuğu bir durum halini almaktadır. Sonu gelmeyen bu süreçte çarkların dönmesi için kullanılan insanlar kapitalist sistemin işleyişinde mekanizmanın birer parçası olarak ona hizmet etmektedir. Yeni medyanın da ekonomik ve ideolojik bir güç olarak bu sistemi hızlandıran bir konumda olduğu söylenebilir.

İhtiyaçlara binaen üretilen teknolojiler artık yeni arzular üretimi neticesinde tüketilmeye çalışılan meta konumundadır. Arz-talep parametreleri, tüketme anlayışı evrilerek hegemonik güçlerin tekelinde geçmişten farklı bir seyir rotasına girmiştir. İhtiyaçların yerini üretilen arzular almıştır. Kapitalizm, ihtiyaç gidermeyi amaç edinmiş değildir, hatta başlı başına bir ihtiyaç üreticisidir. Zira kapitalist ideoloji, malların üretimi/tüketimi kadar arzuların, duygu ve hazzın üretimi ve tüketimine de el atmıştır (Aytaç, 2004, s.127). “İhtiyaçlar yaşam için zorunlu, objektif ve evrenseldir. Arzular ise değer yüklü ve kültürel çevreye göre değişen ve zorunlu olmayan bir tercih alanıdır. Bu bağlamda da yaşanan ortamın kültürü, moda ve lüks gibi olgularla ilişkilidir. İhtiyaçlar sınırlıdır, fakat arzular ve istekler bitimsizdir (Zorlu, 2006, s.66).

Abraham Maslow'un belirttiği ihtiyaçlar hiyerarşisine göre ilk olarak fizyolojik (yeme içme, uyku vb) ihtiyaçlar karşılanmalıdır. Sonra güvenlik ve emniyet ihtiyaçları önemli hale gelir. Daha sonra ait olma ve sevgi ihtiyacı ortaya çıkar. Hiyerarşinin dördüncü aşamasında öz saygı ihtiyacı yer alır. Bu aşamada hem başkalarından saygı görme hem de kendine saygı önemli ihtiyaçtır. Sonra beşinci ve doruktaki kendini gerçekleştirme ihtiyacı doğar. Sevmek, sevilmek, saygı görmek ve saygıyla karşılanmak duygusal ihtiyaçlardır... Aynı zamanda sosyal olarak bir guruba ait olma ihtiyacımız vardır. Bir guruba ait olma biçimleri başta aile olmak üzere, arkadaş, meslek, makro düzeyde bir millete ait olma şeklinde olabilir. Diğer taraftan da bağımsız olma, hür iradeye sahip olma ve buna göre kendi tercihlerimizi oluşturma ihtiyacımız vardır (Zorlu, 2006, s.65).

Bireylerdeki bir gruba ait olma ve kendini kabullendirme içgüdüleri diğer bireylerden

eksik kalmamak, geride kalmamak, hep bir adım önde olmak istemeleri bireyin kendi bilinçaltında oluşturduğu bir ütopyadır. Birey kendi bilicinde kurduğu bu ütopyaları sonucunda, teknoloji ve dijital hayatın daha modern daha popüler olduğunu düşünüp insanlar arasında fark yaratacağı kanısına varmaktadır (Güney, 2017, s.213). Güney'in tespiti doğru olmakla birlikte bireyin bu zihniyette oluşunun tetikleyicilerinin varlığını göz ardı etmemek gerekmektedir. İdeolojik hegemonyanın insan bilincine etkileri ve bağımlılık, arzu yaratmadaki tasarılarını fark etmek gerekmektedir.

Güney'in, (2017, s.213) günümüzde bu araçlara sahip olmamanın kişide bir eksiklik olarak görüldüğünü, bireylerin dijital araçlarını hayatlarının en önemli parçası haline getirdiklerini, bunun sonucunda ise bireyde bağımlılık durumu ortaya çıktığını belirtirken de değinmediği hususlar hegemonik unsurlardır. Herkes tarafından bilinen bir gerçek vardır. Sağlıklı düşünemeyen ve yalnız kalan birey kolay yönlendirilir ve kandırılır. Bu yeni teknolojilerle oluşturulan ortama uyum sağlayan tekno-konformistler, hegemonik faaliyetlerin sürdürülmesi için gerekli kitle anlamına gelmektedir. Bu bakımdan bireylerin bağımlı olduğu da aslında yeni medya teknolojileri değil bu araçları konumlandıran ve onları yöneten hegemonyadır.

“Bağımlılık, bilinç biçimlerinin, şiddet ya da zora başvurulmadan inşa edildiği süreçtir” (Barrett, 1996, s.65). Young (2004) çalışmasında internet bağımlılığında, alkol bağımlılığına benzer şekilde, insanların kendilerini maddenin etkisine maruz bıraktıklarını belirtmektedir. Öyle ki; tatmin olabilmek için gittikçe daha fazla alkol tüketmesi gereken bir alkolik gibi, bağımlılar da düzenli olarak çok uzun süreler boyunca çevrimiçi kalabilmektedirler (Öztürk, 2015, s. 631).

İnternet bağımlısı sayısının gün geçtikçe artmasının altında yatan nedenlerden en önemlileri internetin sosyal hayatın üzerindeki “avantaj olarak algılanan” özelliklerinin olmasıdır. Bahem'in belirttiği özelliklerden bazıları şunlardır (Öztürk, 2015, s.631):

- Günümüzün şehir hayatında kolay kolay kurulamayan sosyal bağlantıları internet üzerinden kurabilmek
- Yabancılarla kolaylıkla ve risksiz olarak ilişkiye geçebilmek
- İnsanların kendi kendilerini dizginlemeden, özgürce düşüncelerini, duygularını ifade edebilmeleri
- Kendilerini göstermek istedikleri yönlerini abartarak gösterebilmeleri
- İnternet üzerindeki paylaşma ortamlarında ses çıkarmadan diğerlerini dikizleme olanağının olması.

Bu ve benzeri bağımlılık motivasyonları tamamen yeni medyanın bünyesinde barındırdığı ve insanlara sunduğu olanaklar ile ilişkilidir. Fark edilmesi gereken ise aslında internet üzerinden kurulan sosyal bağların sakıncaları, yabancılarla kolaylıkla kurulan iletişimin riskli oluşu, düşünce ve duyguların özgürce ifade edilmesinin yanıltıcılığı, abartıların benlik yitimine neden oluşudur.

“Robert Kraut 231 katılımcıdan elde ettiği verilere göre; İnternetin fazla kullanılmasının yalnızlık ve depresyonda artışlara ve sosyal çevrenin büyüklüğünde azalmaya neden olduğu sonucuna ulaşmıştır”. (Fuchs, 2008, s.251). İnsanların yeni medyayı bilinçsiz ve yanlış kullanması aslında onları yalnızlaştırmakta, gerçekten koparmakta ve kimlik yitimlerine neden olmaktadır. Karar verme yeteneğini elinden aldığı, sanalı gerçeğe tercih eden bağımlı bireyler yönetilen kitlelerdir.

Kendini olduğundan farklı gösterebilen, düşüncelerini rahat ve özgür bir şekilde sosyal medya gibi sanal platformlarda ifade edebilen, istediği gibi davranabilen birey bu sanal sosyallik içinde kendini iyi hissederken gerçek ilişkilerden uzaklaşmakta ve fark etmeden yalnızlaşmaktadır. Sosyal medyadaki katılımcıların birbirlerini cesaretlendirmeleri, toplumda kabul görmemiş insanları dahi önemli bir birey konumuna almakta, onların kendilerini değerli hissetmelerini sağlamaktadır. Kişilerin kendilerini daha önemli, popüler, tanınmış hissetmeleri toplumda beğenilme ve kabul görme güdüsünü okşamaktadır. Bunlar da insanı bağımlılığa iten motivasyon kaynaklarıdır. İlişkinin sanallığı bireyleri rahatsız etmezken gerçekle olan bağınyı zayıflatmaktadır. Bunun somut örnekleri daima çevremizde rastladığımız aynı masada oturan arkadaşların birbiri ile sohbet etmek yerine mobil telefonlar aracılığıyla sanal platformu tercih etmeleri şeklinde gözlemlenebilmektedir.

“Kimberly S. Young’ın 396 bağımlı ve 100 bağımlı olmayan internet kullanıcısından elde ettiği verilere göre; Bağımlıların yüzde 58’inin akademik yaşamlarında bozulma hissettiği, yüzde 53’ünün sosyal ilişkilerinde, yüzde 52’sinde finansal bozulma hissettiği ve yüzde 51’inin mesleklerinde bozulma hissettiği belirtilmiştir. Başka bir çalışmada, Young, artan depresyon düzeylerinin internete bağımlı hale gelenlerle ilişkili olduğunu bulmuştur” (Fuchs, 2008, s.250).

“Janet Morahan-Martin tarafından 277 internet kullanıcısına yaptığı anket uygulamasında, iş hayatında ve normal hayatta performans eksikliği sosyal yaşantıdaki girişimcilikte eksilmeler gibi olumsuz etkiler uykusundan ferakat edecek kadar bağımlı insanlarda görülen yaşamı etkileyen olumsuzluklar olarak tespit edilmiştir” (Fuchs, 2008, s. 251).

İnternet kullanımında etkili olan motivasyonlarla ilgili farklı ülkelerde, farklı yaş gurupları üzerinde birçok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalar incelendiğinde gelir düzeyi, cinsiyet, eğitim durumu gibi farklılıklara bağlı olarak önem derecesi değişse de genel olarak “internet kullanımının motivasyon kaynağının sosyal etkileşim eğlence, statü kazanma, rahatlama, bilgi edinme, boş zamanı değerlendirme, araştırma, cinsellik-fantazi, sosyal kaçış, yalnızlık, yenilikleri takip etme, özgürlük arayışı olduğu” sonucuna ulaşılmaktadır. (Gülner-Balcı,2011, s.82-87) Bilgi edinme üniversite öğrencileri arasında dikkat çeken en önemli motivasyon kaynağı iken, kolej öğrencilerinde bunun yerini eğlence almaktadır. Genel anket çalışmalarında da sosyal etkileşim internet kullanımının en önemli motivasyonu olduğu ortaya çıkmıştır (Fuchs, 2008, s.82-87).

Sonuç

İnsanları olumsuz etkilere maruz bırakan teknoloji değil onu kullanım biçimidir.

Günümüz kültürel dönüşümlerde gözlemlenen olumsuzluklarda, teknolojinin olanaklarını kendi çıkarları doğrultusunda kullanarak insanları yönlendiren-denetleyen ideolojik hegemonya ile yeni medya teknolojilerini kullanırken bilinçli davranış sergilemeyen tekno-konformistlerin önemli rol oynadığı söylenebilir. 19. yy'ın ortasında İngiltere'de Paddington ve Slough şehirleri arasında halka açık ilk telgraf servisinin, tanıdığı olmayan iş adamları tarafından, neyi-kime-nasıl satacaklarını operatörlere bağlanarak sormak amaçlı kullanım şekli düşünüldüğünde (Erdem - Akdağ, 2009, s.47), bunca imkânı içinde barındıran günümüz teknolojisinin ideolojik ve ekonomik bir güç olarak kullanılmasının kaçınılmaz oluşu kabul edilmesi gereken bir gerçek olarak karşılanmaktadır.

20. yy'ın düşünürlerden Russel, hegemonyanın güç uğruna uyguladığı stratejileri görmüş ve "Bilgelikle (hikmet) birleşmeyen kudret, tehlikelidir ve çağımız için gerekli olan şey de bilgiden çok bilgeliktir" diyerek uyarıda bulunmuş olsa da, Mundi (2013:149) artık etik, estetik, ahlak, felsefe gibi dalların gereksiz olduğunu, bu dalların insan ve insan davranışı gibi konularda söz sahibi olmadıklarına inanıldığını belirtmektedir. Güç odakları zenginliklerini, konumlarını güçlendirmek ve sürdürmek için yeni medya olanaklarını kullanmaktadır. Dünyanın en büyük şirketleri iletişim ağlarının rezervlerinin sahipleri olmak yönünde büyük adımlar atıp, bilgiyi metaya dönüştürüp küresel hâkimiyeti elinde tutmaktadır. Yani ideolojik hegemonyada insanlık değil, daha çok para, daha çok egemenlik önem arz etmektedir.

Yeni teknolojiler, yeni arzular üretimi neticesinde tükettirilmeye çalışılan meta konumundadır. İhtiyaç olduğu algısı yaratılan "üretilmiş arzular" tüketime yönlendiren düzenin kurgusudur. Tüketen, tüketerek mutlu olmaya çalışan, gündelik yaşayan, sanalı gerçeğe tercih eden zihniyetlerin oluşması, kendi gizlenip gözü sürekli kitlelerin üzerinde olan hegemonyanın çıkarına hizmet etmektedir. Yeni teknolojik ortama uyum sağlayan tekno-konformistler, dijital kültürde hegemonik faaliyetlerin sürdürülmesi için gerekli kitle anlamına gelmektedir. Bu bakımdan bireylerin bağımlı olduğu da aslında yeni medya teknolojileri değil bu araçları konumlandıran ve onları yöneten hegemonyadır.

Hegemonik unsurların teknolojik bağımlılık motivasyonunu yeni medya teknolojilerin bünyesinde barındırdığı olanaklar oluşturmaktadır. Günümüzün şehir hayatında kolay kolay kurulamayan sosyal bağlantıları internet üzerinden kurabilmektedir. Dünyanın herhangi bir noktasıyla anında görüntülü, yazılı veya sesli iletişim kurulabilmekte. "etkileşimli iletişim sağlanmaktadır. Yeni medyada iletişim sürecine katılan herkes söz sahibi olabilmektedir. İnsanlar kendilerini dizginlemeden, özgürce düşüncelerini, duygularını ifade edebilmektedir. Kendilerini göstermek istedikleri yönlerini abartarak gösterebilmektedir. Akla gelen her konuda araştırma yapılabilir. Birçok resmi işlemi (banka işlemleri, ödemelerin yapılması, trafik ceza kontrolü vs.) oturduğu yerden halledilebilmektedir. Yeni medya son dakika haberlerine dahi anında ulaşabildiğimiz medya aracı, rahatlamak için kullanılan eğlence aracı veya uzaktan eğitim aracı olarak kullanılabilir. Çoğaltılabilecek bu imkanlar aynı zamanda birer bağımlılık motivasyon kaynağıdır. Duyuların tamamına hitap eden sanal gerçeklik uygulamalarını kapsayan bilgisayar oyunları, simülasyonlar gibi zevk ve eğlencenin yeni modellerinin; telekonferans, telepresens gibi ekran temelli, etkileşimli, multimedya özelliğine sahip yeni temsil imkanlarının gelişmesi, sosyal düzenlemeler ve organizasyonel formları

olanaklı kılması da birer motivasyon kaynağıdır.

Teknolojiye uyum sağlamaya çalışan onu bilinçsiz ve uzun süreli kullanan bağımlı bireylerde, yaşamı kolaylaştıran birçok imkânı bizlere sunan yeni medyanın olumsuz etkileri tespit edilebilmektedir. İnternetteki sanal iletişim artık sosyalleşme olarak algılanmaktadır. Bu durumun yaygınlaşması, sanalın gerçeğe tercih edilmesi, kişilerin birbirleriyle yüz yüze kurduğu reel hayattaki iletişimlerden uzaklaşmasına neden olmaktadır. Sanal mecrada gerçekleştirilen iletişimde kendini olduğundan farklı gösterebilme “özgürlüğü” aslında benlik yitimi ve kimliksizleşme ile sonuçlanmaktadır. İnsanların Instagram hesaplarındaki takipçi sayısını artırmak ve daha çok beğeni toplamak adına gökdelenlerin zirvesinde uçurum kenarlarında yaşamlarını riske atarak “selfi” çekinmeleri, bunu “sosyal medya” da paylaşımları ve bu paylaşımların garipsenmemesi, gerçekte takdir toplaması, gelinen noktayı gözler önüne sermektedir. Maslow’un belirttiği ihtiyaçlar hiyerarşisinde temel ihtiyaçlarını gideren bireylerin sosyal olarak bir guruba ait olma, başkalarından sevgi-saygı görme, kendini gerçekleştirme gibi ihtiyaçlarını sanal mecrada tekno-konformist yaklaşımlarla gerçekleştirme çabaları yaygınlaşmaktadır.

Gerçek olmayan bir kurgunun insan psikolojisini ne ölçüde bozabileceğini, oyunda yenildiği veya aşama kaydedemediği için sinir krizi geçiren, klavyeyi bilgisayarı parçalayan insanlardan anlaşılmaktadır. Bilinçsizliğin boyutunun insanları intihara kadar sürüklemektedir.

1993 yılında Sudan’da açlıktan yere yığılmış kız çocuğu ile onun ölümünü bekleyen akbabanın fotoğrafını çeken ve olay yerinden ayrılan Kevin Carter’ın eleştiriler karşısında vicdanı ile yüzleşmesi, psikolojisinin bozularak intihar etmesine neden olmuştur. Yani olayın akıbeti Carter’e Pulitzer ödülü kazandıran paylaşımın önüne geçmiştir. Günümüzde ise, sosyal medyada olayın kendisinin gerçekliğinin önemini büyük ölçüde yitirdiği paylaşımlar “sanal vicdan rahatlatma reaksiyonlarını” arttırmaktadır. Örneğin, engelli asansörüne normal insanların duyarlılık göstermemesi ve öncelik tanımaması nedeniyle binemeyen engelli vatandaşa, yardımcı olmak, duruma müdahale etmek yerine videoya almak ve oradan uzaklaşıp “insanlık ölmüş”, “kimse görmüyor bile” gibi başlıklarla sosyal medyada paylaşmak, nasıl bir bilinç kaybına yakalandığının göstergesidir. Bu paylaşımlara da üzüntü belirten ifadeler bırakarak geri bildirimlerde bulunmak, kültürel dönüşümün seyrini ortaya koymaktadır. Olayın aslı artık sorgulanmamakta, engellinin akıbeti merak edilmemektedir. Engelliye yardımcı olunmak yerine sadece videoya çekilip paylaşılması eleştirilmemektedir.

İnsani değerlerin gerçekliğini yitirip sanallaşmasıyla “sözde etkileşimli iletişim / sanal tepkiler” kültürel değerleri dönüşüme uğratmaktadır. Bizlerden uzak mesafelerdeki insanlarla rahatlıkla iletişim kurup arkadaşlar edinebildiğimiz halde kapı komşumuzun kim olduğunu bilmememiz sanallaşan kültürel süreçlere ve gerçekte yalnızlaşmanın, kopuşun önüne geçilemeyen durumlarına işaret etmektedir.

Yapılmış araştırmalar da incelendiğinde internet kullanımının motivasyon kaynağının sosyal etkileşim eğlence, statü kazanma, rahatlama, bilgi edinme, boş zamanı değerlendirme, araştırma, cinsellik-fantezi, sosyal kaçış, yalnızlık, yenilikleri takip etme, özgürlük arayışı olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Arayış içindeki insanların yöneldiği

rota insanların yöneldiği gibi görünen başkaları tarafından etkiye maruz kalma neticesinde yöneltilecek bir rotadır. Dijital çağda özgür iradeye sahip, düşünerek karar verme yetisini kullanmayan bireyler, hegemonik güçlerin özgürlük sloganı ardında gizlediği köleler kervanına katılarak tekno-konformist olmaktadır.

Yeni medya teknolojilerini yaşamın merkezine alarak olanaklarını yerli yersiz kullanma neticesinde insanları soktuğu çıkmazların fark edilmelidir. Kendi için gerekli olmadığı halde, en son piyasaya sürülen mobil teknolojiye sahip olma hedefine kilitlenen bireyleri, hastalıklı arzularından kurtarmak için; bu arzuların oluşumunda tetikleyici unsurları, arzularının hizmet ettiği sistemi ve kendilerinin bu sistemdeki yerlerini kavramalarını sağlamak gerekmektedir. Tükettirme amacıyla üretilen arzularla uzaktan kontrol edilen ve benlik yitimine uğrayan bireyleri, bilinçlendirmek için stratejiler belirlenmeli ve direnç mekanizmaları oluşturulmalıdır.

Kaynakça

- Akman, T. (1998). 2000 Yılına Doğru Siberetik. Ankara: Türkiye İş.
- Aytaç, Ö. (2004). Kapitalizm ve Hegemonya İlişkileri Bağlamında Boş Zaman. C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi 28 (2), 115-138.
- URL:<http://dergipark.gov.tr/erusosbilder/issue/31346/343292>
- Barrett, M.(1996). Marx'tan Foucault'ya İdeoloji. İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Bard, A. ve Söderqvist, J. (2015), Netokratlar: Fütürüka Üçlemesi 1. (Çev. Yılmaz, G. E.) İzmir: Lamineks Matbaacılık Ltd. Sti.
- Başlar, G. Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm. (Erişim tarihi: 26.08.2018) URL:ab.org.tr/ab13/bildiri/247.pdf
- Budak, S. (2005). Psikoloji Sözlüğü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Castel, M. (2009). The Information Age: Economy, Society, and Culture. The Rise of the Network Society: Volume I: London: Blackwell Publishing.
- Chatfield, T. (2013). Dijital Çağa Nasıl Uyum Sağlarız? (Çev. Konca, L.) İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Crane, D. (1992). The Production of Culture. California: Sage Publications.
- Çakır, M. (2014). Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Çoban, S. (2011). Hegemonya Aracı ve İdeolojik Aygıt Olarak Medya. Doktora Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Emiroğlu, K. ve Aydın, S. (2003). Antropoloji Sözlüğü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Akdağ, N. Ve Erdem, T. (2009). Dünyayı Değiştiren Buluşlar, İstanbul: Yeşil Elma Yayıncılık.
- Fiske, J. (2003). İletişim Çalışmalarına Giriş, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Fuchs, C. (2008). Internet and Society. Social Theory in the Information Age. New

York: Routledge.

Gitlin, T. (1980). *The Whole World is Watching*, Berkeley. University of California Press.

Güçlü, A. ve Uzun, E. (2003). *Felsefe Sözlüğü.*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Gülнар, B., Balcı, Ş. (2011). *Yeni Medya ve Kültürleşen Toplum.* İstanbul: Literatürk Yayıncılık.

Güney, E. (2014). *Dijital Görsel Kültür ve Yeni Medya Ekseninde Sanatın Değişen Rolü* Doktora Tezi, Samsun: OMÜ Eğitim Bilimleri Enstitüsü

Güney, B. (2017). Dijital Bağımlılığın Dijital Kültüre Dönüşmesi: Netlessfobi, *e-Journal of New Media*, 2 (1), 207-213. DOI: 10.17932/IAU.EJNM.25480200.2017.1/2

Hopkins, D. (2000). *After Modern Art 1945-2000*, New York: Oxford University Press.

Koçak, O. (2011). *Bilgi Toplumu Sürecinde Çalışma Yaşamı, Dijital Teknolojiler Boyutuyla*, Bursa: Ekin Yayınevi.

Lull, J. (2001). *Medya, İletişim, Kültür*, (Çev. Güngör, N.) Ankara: Vadi Yayınları.

Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*, (Çev. Akınbağ, O. Kömürcü, D.) Ankara: Ayraç Yayınları

Morgan C. T. (1988). *Psikolojiye Giriş*, (H. Arıcı ve diğerleri Çev) Ankara, H.Ü. Psikoloji Bölümü Yayınları.

Mundi, A. (2013), *İnsan Neden Sanat Yapar?*. (Çev Atasoy H. T.) İstanbul: 7 Renk Basım Yayım ve Filmcilik.

Öztürk U.C. (2015). Bağlantıda Kalmak yada Kalmamak İşte Tüm Korku Bu, *İnternetsiz Kalma Korkusu ve Örgütsel Yansımalar*. (Ed. Muhammet, K.) *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 37 (8), 629-638

DOI:<http://dx.doi.org/10.17719/jisr.20153710629>

Rojek, C. (1995). *Decendirik Leisure: Rethinking Leisure Theory*, London: Sage

Ronchi. A. M. (2009). *e-culture: Cultural Content in the Digital Age*, London: Springer.

Storey, J. (2009). *Cultural Theory and Popular Culture*, London: Pearson Longman.

Türkoğlu, T. (2010), *Dijital Kültür*, İstanbul: Beyaz Yayınları

Wehmeier, S. (1994). *Oxford Wordpower Dictionary* New York: Oxford University Press

Yaykın, M. (2010). *Sanat, Teknoloji, Bilim ve Fotoğraf*, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Yazıcı, T. (2007). *Teknolojik Gelişmeler ve Maliyet Sistemleri (Yaklaşımları), İlişkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yeniçeri, Ö. (2011). *Konformizm, Yozlaşma ve İtaatsizlik*, *Sosyoloji Konferansları*, İstanbul Üniversitesi Yayınları, 44, 69-90,

URL:<http://dergipark.gov.tr/iusoskon/issue/9548/119253>Zorlu, A. (2006), *Tüketim Sosyolojisi*, Ankara: Glocal Yayınları