

T.C.
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI ANABİLİM DALI



**DİJİTAL KÜLTÜRÜN DEZAVANTAJLI KADINLAR ÜZERİNDEKİ
ETKİSİ: GAZİANTEP ÖRNEĞİ**

Lütfiye Meral ÖZGEN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GAZİANTEP- 2024



LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ DOKTORA TEZ KABUL VE ONAY FORMU

Görsel İletişim Tasarımı Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Lütfiye Meral ÖZGEN tarafından hazırlanan “**DİJİTAL KÜLTÜRÜN DEZAVANTAJLI KADINLAR ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: GAZİANTEP ÖRNEĞİ**” başlıklı tez,/...../..... tarihinde yapılan savunma sınavı sonucu **başarılı** bulunarak jürimiz tarafından **Yüksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir.

<u>Görevi</u>	<u>Unvanı, Adı ve Soyadı</u>	<u>Kurumu/Üniversitesi</u>	<u>İmzası:</u>
Tez Danışmanı	Prof. Dr. Gül Rengin KÜÇÜKERDOĞAN	Hasan Kalyoncu Üniversitesi	
Jüri Başkanı	Prof. Dr. Işıl ZEYBEK	İstanbul Kültür Üniversitesi	
Jüri Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Batu DURU	Hasan Kalyoncu Üniversitesi	
Jüri Üyesi	
Jüri Üyesi	

Bu tez Enstitü Yönetim Kurulunca belirlenen yukarıdaki jüri üyeleri tarafından uygun görülmüş ve Enstitü Yönetim Kurulu kararı ile onaylanmıştır.

Doç. Dr. Ufuk AKBAŞ
Enstitü Müdürü

TEZ BİLDİRİMİ

Bu tezdeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edildiğini ve tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

DECLARATION PAGE

I hereby declare that all information in this document has been obtained and presented in accordance with academic rules and ethical conduct. I also declare that, as required by these rules and conduct, I have fully cited and referenced all material and results that are not original to this work.

İmza

Lütfiye Meral ÖZGEN
Tarih:

HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI ANABİLİM DALI

DİJİTAL KÜLTÜRÜN DEZAVANTAJLI KADINLAR ÜZERİNDEKİ
ETKİSİ: GAZİANTEP ÖRNEĞİ

Lütfiye Meral ÖZGEN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Prof. Dr. Gül Rengin KÜÇÜKERDOĞAN

ÖZET

Bu araştırmanın amacı dezavantajlı bölgede yaşayan kadınların dijital kültürle olan ilişkileri ve bu ilişkinin yarattığı değişimin sosyal hayatlarında nasıl bir etkiye yol açtığının ayrıntılı olarak incelenmesidir. Nitel araştırma deseni ile yürütülen araştırmanın çalışma grubunu Gaziantep'in Şehitkamil ilçesine bağlı Karşıyaka Mahallesi'nde ikamet eden dezavantajlı 16 kadın oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini belirlemede kolay ulaşılabilir durum örnekleme yönteminden faydalanılmıştır. Araştırma verileri, dezavantajlı kadınlar ile gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda toplanmıştır. Görüşme formu ile toplanan veriler içerik ve betimsel analiz teknikleri ile çözümlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, katılımcıların çoğunun televizyon izlemeye günde üç-dört saat zaman ayırdıkları tespit edilmiştir. Yine araştırmada, 'dizi film' ve 'kuşak programlarının' en çok izlenen program türleri olduğu anlaşılmıştır. Televizyon izleme nedenleri arasında ise, eğlenme, zaman doldurma ve dizilerdeki yaşam biçimlerini görme gelmektedir. Ayrıca, araştırmada, dezavantajlı bölgelerde yaşayan kadınların (katılımcılar) çoğunun internette günlük 2-3 saatten fazla zaman geçirdiklerini tespit edilmiştir. İnternette, örneğin sosyal medyada ya da diğer adıyla dijital ortamda geçirdikleri zaman için katılımcılar duygusal rahatlık, iletişim, zaman değerlendirme, gündemi takip etme gibi olumlu nedenler ortaya koymuşlardır. Bu kapsamda, katılımcılar, ayrıca dijital ortamların olumsuz yanları olarak, boşa zaman geçirme, kötü alışkanlıklara özendirme, aile içi ilişkilere zarar vermesi ve değerlerimize ters düşme gibi kavramlar üzerinde durarak değerlendirme yapmışlardır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Kültür, Televizyon, İnternet, Sosyal Medya, Dezavantajlılık, Kadın

**HASAN KALYONCU UNIVERSITY
GRADUATE EDUCATION INSTITUTE
DEPARTMENT of VISUAL COMMUNICATION DESIGN**

**THE EFFECT OF DIGITAL CULTURE ON DISADVANTAGED
WOMEN: THE CASE OF GAZIANTEP**

Lütfiye Meral ÖZGEN

MASTER THESIS

**Advisor
Prof. Dr. Gül Rengin KÜÇÜKERDOĞAN**

ABSTRACT

The aim of this research is to examine in detail the relationship of women living in disadvantaged areas with digital culture and how the change created by this relationship has an impact on their social lives. The study group of the research conducted with qualitative research design consists of 16 disadvantaged women residing in Karşıyaka Neighbourhood of Şehitkamil district of Gaziantep. In determining the sample of the study, the easily accessible case sampling method was used. The research data were collected through semi-structured interviews with disadvantaged women. The data collected through the interview form were analysed using content and descriptive analysis techniques. According to the results of the research, it was determined that most of the participants spent three to four hours a day watching television. The study also revealed that 'TV series' and 'generation programmes' are the most watched programme types. The reasons for watching television are entertainment, filling time and seeing the lifestyles in TV series. The study also found that most of the women (participants) living in disadvantaged areas spend more than 2-3 hours per day on the internet. For the time they spent on the internet, i.e. social media or digital media, the participants gave positive reasons such as emotional comfort, communication, time utilisation, and following the agenda. In this context, the participants also evaluated the negative aspects of digital environments by focusing on concepts such as wasting time, encouraging bad habits, harming family relationships and contradicting our values.

Keywords: Digital Culture, Television, Internet, Social Media, Disadvantage, Women

ÖNSÖZ

Dijital kültürün enstrümanlarından olan televizyon ve sosyal medya ağları, gündelik hayatımızın vazgeçilmezleri durumuna gelmiştir. Televizyon ve sosyal medyanın olmadığı dönemlerde, toplumsal ve bireysel ilişkiler daha samimi iken, günümüzde iletişim teknolojinin gelişmesi ile ilişkiler dijitalleşmiş ve yüz yüze iletişim azalmıştır.

Çalışma, kentlerin yoksun, dezavantajlı bölgelerinde yaşayan kadınların, günün büyük bir bölümünü televizyon karşısında ya da sosyal medyada geçirdikleri varsayımından yola çıkmaktadır. Çalışma ayrıca, bu kadınların seslerini duyurmakta ve kendilerini ifade etmekte zorlandıkları ve sosyal medya platformları aracılığıyla varlıklarını göstermeye çalıştıkları üzerinde durmaktadır ve dijital iletişim araçları aracılığı ile hızla yayılan kültürün, dezavantajlı kadınların ailelerinde, olumlu ve olumsuz birçok etkiye neden olduğunun tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmada konuyla ilgili literatür taraması yapılmıştır ve özellikle pilot bölge olarak Gaziantep ili Karşıyaka mahallesinde saha çalışması gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, dijital kültür, dezavantajlı grup, dezavantajlı kadın, televizyon ve sosyal medya ağları ile ilgili bilgiler de verilmektedir. Saha çalışmasında, yarı yapılandırılmış görüşme için gönüllü onam formu hazırlanmış ve örneklem için seçilen 16 kadın ile söz konusu mülakat/görüşme gerçekleştirilmiştir. Mülakatlar sırasında alınan ses kayıtlarının deşifreleri yapılmış ve ortak bulgular tablo haline getirilmiştir. Dijital kültürün dezavantajlı kadınlar üzerindeki etkileri Karşıyaka mahallesi örneğinde incelenmiştir.

Araştırmada ve yüksek lisans eğitimimde emeği geçen, destekleyen hocalarıma, tezimi hazırlarken bana her konuda yardımcı olan, zaman harcayan beni yüreklendiren, başta danışman hocam Prof. Dr. Gül Rengin Küçükdoğan'a, Dr. Öğr. Üyesi Batu Duru'ya, Dr. Necati Öztürk'e, Uzman Psikolog Kaan Köse'ye, Dr. Öğr. Üye. Atiye Güner'e, Prof. Dr. Bülent Küçükdoğan'a, Bölüm Sekreteri Emel Turgut'a, kızlarım İrem, Didem ve Sema'ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Lütfiye Meral ÖZGEN
Gaziantep- 2024

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1
Problem Durumu	1
Çalışmanın Amacı	3
Çalışmanın Önemi	4
Varsayımlar	4
Sınırlılıklar.....	4
Tanımlar	5
BİRİNCİ BÖLÜM: KÜLTÜR VE DİJİTAL KÜLTÜR KAVRAMLARI ÜZERİNE .	6
1.1.Kültür Nedir?	6
1.2.Kültür Çeşitleri	10
1.2.1.Halk kültürü	10
1.2.2.Yüksek Kültür	11
1.2.3.Kitle Kültürü.....	12
1.2.4.Popüler Kültür	16
1.3.Kültürel Küreselleşme Kavramı	18
1.4.Dijital Kültür Kavramı	21
1.4.1.Dijital Kültürün Özellikleri	28
1.4.2.Dijital Kültürün Öğeleri	30
1.4.3.Dijital Kültür ve Toplum	32
1.5.Dijital Teknolojinin Dijital Kültüre Dönüşümü	33
1.6.Kitle Kültüründen Dijital Kültüre Geçiş	34
1.7.Dijital Medya Kültürü	35
1.7.1.Dijital Medyaya Maruz Kalma Değişkenleri.....	35
1.8.Dijital Kültürün Okuryazarları	37
İKİNCİ BÖLÜM:DİJİTAL KÜLTÜR, DİJİTAL MEDYA (İLETİŞİM	
ORTAMLARI) VE DEĞİŞİM	39
2.1.Dijital Medya ve Özellikleri	39
2.1.1.Sosyal Medya	39

2.2.Dijital Medya ve Sosyal Medya	46
2.2.1.Facebook.....	47
2.2.2. Twitter	47
2.2.3. Youtube	48
2.2.4. Instagram	49
2.2.5. LinkedIn	50
2.2.6. TikTok	50
2.2.7. Whatsapp	50
2.3.Gözetim ve Gösteri Mecrası Olarak Sosyal Medya	52
2.4. Sosyal Medya Kullanımı ve Kadınlar	52
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM:DİJİTAL KÜLTÜRÜN DEZAVANTAJLI KADINLAR	
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: GAZİANTEP ÖRNEĞİ	53
3.1.Dezavantajlı Gruplar.....	53
3.1.1.Dezavantajlı Grupların Toplum İçindeki Yeri	56
3.2.Dezavantajlı Bir Grup Olarak Kadınlar.....	57
3.2.1.Kadınların Dijital Olanaklara Uyumu	58
3.3.Dijital Kültürün Dezavantajlı Kadınlar Üzerindeki Etkisi: Gaziantep Örneği.....	61
3.3.1.Yöntem	61
3.3.2. Araştırma Deseni	61
3.3.3. Verilerin Toplanması.....	62
3.3.4. Verilerin Analizi ve Yorumlanması	63
3.3.5. Geçerlik ve Güvenirlik	64
3.3.6.Araştırma Bulguları	64
3.3.6.1. Günlük TV İzleme Süreleri	66
3.3.6.2. İzlenen TV Programları	66
3.3.6.3. TV İzleme Nedenleri	66
3.3.6.4. Günlük İnternette Geçirilen Süre.....	67
3.3.6.5. Dijital Araçların (TV, İnternet, Sosyal Medya) Olumlu Yanları	67
3.3.6.6. Dijital Araçların (TV, İnternet, Sosyal Medya) Olumsuz Yanları	68
SONUÇ	71
KAYNAKÇA.....	79
EKLER	878
ÖZGEÇMİŞ	893

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 3.1. Eğitim Durumuna ve Cinsiyete Göre Bilgisayar ve İnt. Kullanım Oranları	60
Tablo 3.2. Katılımcıların Demografik Özelliklere Göre Dağılımları	63
Tablo 3.3. Katılımcıların Günlük TV İzleme Süresi	65
Tablo 3.4. Katılımcıların İzlediği TV Programları	65
Tablo 3.5. Katılımcıların TV İzleme Nedenleri	66
Tablo 3.6. Katılımcıların Günlük İnternette Geçirdikleri Süre	67
Tablo 3.7. Katılımcılara Göre Dijital Araçların (TV, İnternet, Sosyal Medya) Olumlu Yanları	68
Tablo 3.8. Katılımcılara Göre Dijital Araçların (TV, İnternet, Sosyal Medya) Olumsuz Yanları	69



GİRİŞ

Bu bölümde araştırmanın problem durumuna, araştırmanın amacına ve önemine, sayıtlarına ve sınırlılıklarına yer verilmiştir.

Problem Durumu

Son yıllarda dijital kültürün hızla büyümesi, kadınların yaşamları da dahil olmak üzere toplumun çeşitli yönlerinde önemli değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Bununla birlikte, dijital teknolojinin sunabileceği potansiyel faydalara rağmen, dezavantajlı kadınları orantısız bir şekilde etkileyen mevcut eşitsizlikleri de vurgulamış ve yoğunlaştırmıştır. Cinsiyete dayalı dijital uçurumdan cinsiyete dayalı çevrimiçi tacize kadar, dijital kültür kadınları sosyo-ekonomik durumlarına, ırklarına, etnik kökenlerine ve kesişen diğer kimliklerine bağlı olarak hem güçlendirebilir hem de marjinalleştirebilir. Dijital kültürün dezavantajlı kadınlar üzerindeki etkisini anlamak, dijital çağda toplumsal cinsiyet eşitliğini ve sosyal adaleti destekleyen etkili politikalar ve girişimler geliştirmek için çok önemlidir.

Dijital kültürün dezavantajlı kadınlar üzerindeki önemli etkilerinden biri, cinsiyete dayalı dijital uçurumdur. Dijital teknolojilere ve internete erişim, özellikle düşük gelirli ve marjinal topluluklarda eşitsiz olmaya devam ediyor. Yoksulluk, eğitimsizlik ve ayrımcılık gibi ek engellerle karşılaşan kadınlar, dijital araçlara erişmek ve bunları etkin bir şekilde kullanmak için mücadele edebilir. Bu, eğitim, istihdam ve sosyal bağlantı fırsatlarını sınırlayabilir ve dezavantajlı durumlarını daha da sağlamlaştırabilir. Ayrıca, dijital teknolojilere erişim eksikliği, sağlık ve adli yardım gibi hayati hizmetlere erişimlerini engelleyerek daha fazla marjinalleşmeye yol açabilir.

Etrafımızdaki dünya tartışmasız (giderek) dijitalleşiyor. Teknolojik devrim hepimizi etkiliyor ve yaşama ve çalışma şeklimizi yeniden şekillendiriyor. Bu değişiklikler, tutum ve davranışlarda derin değişimler getiriyor.

Dijital kültürün dünya genelinde dezavantajlı kadınlar üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olmuştur. Eğitim, istihdam ve güçlenme fırsatlarının önünü açarken, onları daha da ötekileştirebilecek çeşitli zorluklarla da karşı karşıya bırakmıştır.

Olumlu etkiler:

1. Eğitime Erişim: Dijital kültür, uzak ya da imkânları kısıtlı bölgelerdeki dezavantajlı kadınlar için eğitimi daha erişilebilir hale getirmiştir. Çevrimiçi kurslar ve e-öğrenme platformları, geçmişte kaliteli eğitime erişimi olmayan kadınlara eğitim fırsatları sunmaktadır.

2. *İstihdam Fırsatları:* Bilgisayar okuryazarlığı veya programlama gibi dijital beceriler, iş piyasasında giderek daha önemli hale gelmiştir. Bu becerileri edinen

dezavantajlı kadınlar, daha geniş bir yelpazedeki iş fırsatlarına erişebilir ve potansiyel olarak gelirlerini artırabilir.

3. *İletişim ve Ağ Oluşturma:* Sosyal medya platformları ve internet, dezavantajlı kadınların başkalarıyla bağlantı kurmasına, hikayelerini paylaşmasına ve destek ağları oluşturmasına olanak sağlamıştır. Bu da birbirlerinden bir şeyler öğrenmelerini ve ortak mücadelelerinde dayanışma bulmalarını sağlamaktadır.

4. *Güçlenme:* Dijital kültür, kadınların seslerini duyurabilecekleri bir platform sağlayarak karşılaştıkları sorunlar hakkında farkındalık yaratmalarına ve haklarını savunmalarına olanak tanır. Bu, dezavantajlı kadınların yaşamlarını iyileştiren sosyal ve siyasi değişikliklere yol açabilir.

Olumsuz etkiler:

1. *Dijital Uçurum:* Pek çok dezavantajlı kadın gerekli teknolojiye, kaynaklara veya altyapıya erişememekte, bu da kendileriyle daha ayrıcalıklı meslektaşları arasındaki dijital uçurumu derinleştirmektedir. Bu durum, eğitim ve istihdam alanlarındaki mevcut eşitsizlikleri daha da kötüleştirebilir.

2. *Çevrimiçi Taciz ve Siber Şiddet:* Dezavantajlı kadınlar genellikle çevrimiçi taciz, siber zorbalık ve diğer dijital şiddet türlerine karşı daha savunmasızdır; bu da ruhsal sağlıklarını ve öz saygılarını olumsuz yönde etkileyebilir.

3. *Gizlilik ve Güvenlik Endişeleri:* Kadınlar, kişisel bilgilerini çevrimiçi paylaşmanın risklerinin tam olarak farkında olmayabilir ve bu da onları kimlik hırsızlığı, şantaj veya diğer gizlilik ve güvenlik risklerine maruz bırakabilir.

4. *Dijital Beceri Eksikliği:* Birçok dezavantajlı kadın, çevrimiçi platformlarda gezinmek ve dijital kültürün faydalarına erişmek için gerekli dijital becerilere sahip olmayabilir. Bu durum bilgiye, kaynaklara ve fırsatlara erişimlerini daha da sınırlandırabilir.

5. *Yanlış Bilgilendirme ve Sahte Haberler:* Dezavantajlı kadınlar, dijital platformlar aracılığıyla yayılan yanlış bilgi ve propagandaya karşı daha hassastır; bu da onların bilinçli kararlar alma becerilerini etkiler ve potansiyel olarak hayatlarında olumsuz yansımalara yol açar.

Sonuç olarak, dijital kültür dezavantajlı kadınlar için güçlenme, eğitim ve istihdam fırsatları sunarken, ötekileştirilmelerine katkıda bulunabilecek zorluklar da ortaya çıkarmaktadır. Dezavantajlı kadınların dijital kültürün nimetlerinden

faydalanabilmelerini sağlamak için teknolojiye erişimin artırılması için çaba sarf edilmelidir.

Araştırmada temel alınan konu dezavantajlı bölgede yaşayan kadınların dijital kültürün etkisinde kalarak din, aile ve sosyal hayat yönünden bakış açılarının derinlemesine incelenmesidir. Bu açıdan bakıldığında özellikle dezavantajlı bölgede yaşayan kadınların bu kültürden nasıl etkilendiği, bu kültüre uyum sağlama süreçleri ve kültür hakkındaki bilgileri ülkenin geleceği ve kalkınması açısından önemli yer tutmaktadır. Yaşadığımız toplumda kadınlara olan bakış açısı, kadınların dijital kültüre olan bakış açısını da etkilemektedir (Aykurt, 2020,9). Kadınların çocuk yetiştirme türleri ve temel aldıkları noktalarda da bu kültürün etkisinden söz edilebilir. Özellikle dezavantajlı bölgede yaşayan kadınlar cinsiyetçi bakış açısına maruz kalmaktadır (Geyik, 2020,52). Bu durum kadınların kendilerine ve topluma olan bakış açılarını da etkilemektedir. Popüler kültürün getirmiş olduğu değişiklikler kadınların bakış açılarında da değişikliklere yol açmaktadır. Din, aile ve sosyal hayatın getirmiş olduğu değişimlere uyum sağlamak ülkenin kalkınmasına da yardımcı olan temel bileşenlerden sayılabilir. Kadınların dijital kültürün getirmiş olduğu değişimlere uyum sağlama süreçleri araştırmada temel problem durumu olarak görülmektedir. Bu problem durumunun ele alınması ve derinlemesine incelenmesi toplumun kadınlara olan bakış açısını da değiştirecek ve en önemlisi küreselleşmenin getirdiği değişimlerle birlikte kadınların kendi yaşamlarına olan bakış açılarını değiştirmelerine ve topluma uyum sağlamalarına yardımcı olacaktır.

Çalışmanın Amacı

Bu araştırmada toplumsal dezavantaj, dezavantajlı grup kavramının bölge kadınlarının özellikle örneklem olarak belirlenen kitle bağlamında tanımlanması ve dezavantajlı bölgede yaşayan kadınların dijital kültürle olan ilişkileri ve bu ilişkinin yarattığı değişimin sosyal hayatlarında nasıl bir etkiye yol açtığı ayrıntılı olarak incelenmesi amaçlanmıştır.

Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranacaktır;

1. Dezavantajlı bölgelerde yaşayan kadınlar dijital kültür enstrümanlarından olan TV ve sosyal medya araçlarından nasıl etkilenmektedirler?
2. Dezavantajlı bölgelerde yaşayan kadınlar dijital kültür enstrümanlarından olan TV ve sosyal medya araçlarına nasıl ulaşmaktadırlar?
3. TV ve sosyal medya araçlarının dezavantajlı bölgelerde yaşayan kadınlar üzerinde olumlu etkileri nelerdir?

4. TV ve sosyal medya araçlarının dezavantajlı bölgelerde yaşayan kadınlar üzerinde olumsuz etkileri nelerdir?
5. Dezavantajlı bölgelerde yaşayan kadınların TV izleme ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları nelerdir?

Çalışmanın Önemi

Araştırma için bu konunun seçilmesinin nedeni küreselleşmeyle beraber artan dijital kültür, Gaziantep’te maddi sıkıntılar, sosyal imkân yoksunluğu ve muhatap eksikliği yaşayan kadınları çok ciddi bir şekilde etkilemektedir. Bu nedenle çalışma konusunun özellikle dezavantajlı bölgede yaşayan kadınlar için önemli görülmektedir. Bu çalışma, kendisini ifade etmekte ve sesini duyurmakta zorluk çeken kadınların, dünyaya açılan tek kapı olan medya ve popüler dijital kültürle ilişkilerini konu almaktadır.

Bu araştırma da dezavantajlı kadınlar, dijital kültür ve bu kültürün farklı sosyo-ekonomik katmandaki kadınları nasıl etkilediğine dair kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır. Bu tarama dijital/popüler kültürün dezavantajlı kadınlar üzerindeki etkileri ve dijital iletişim mecralarının bu kadınları anlama, yardımcı olma ve dezavantajların giderilmesi için disiplinler arası ortak bir çalışma alanı için adım olacaktır.

Dijital kültürün yarattığı yeni sanal ortamdaki sosyal farkındalık kampanyalarının, sosyal sorumluluk görevi yüklenmiş olan dijital platformların, Instagram, Facebook gibi dijital iletişim mecralarının ekonomik olarak kendini var etme şansı verilmeyen, sosyal hayatı çok kısıtlı olan, “dünyaya kapalı” olarak nitelendirilen kadının hayatındaki etkisinin ortaya konması amaçlanmaktadır.

Varsayımlar

Çalışma, kentlerin yoksun, dezavantajlı bölgelerinde yaşayan kadınların, günün büyük bir bölümünü televizyon karşısında ya da sosyal medyada geçirdikleri varsayımından yola çıkmaktadır.

Sınırlılıklar

- Araştırma probleminin belirlenmesi, literatür taraması ve uzman görüşleri ile sınırlı çerçevede sunulmuştur.
- Veri toplama aracı olarak kullanılan görüşme formu, araştırmacı tarafından tasarlanmış ve bu yöntemle sınırlandırılmıştır.

- Arařtırma, sosyo-ekonomik gelir seviyesinin dūřuk olduęu ve eęitim dūzeyinin de aynı dūřuk sayılacaęı bireyler ile sınırlandırıldıęından; yalnızca Gaziantep Karřıyaka Mahallesi 'nde gerçekleřtirilmiřtir.
- Arařtırma sūrecinde etkili olan sınırlandırmalardan birisi de "zaman" faktōrūdūr. Toplanan veriler ve bulgular 2022 yılı ile sınırlıdır. Daha ileri zamanlarda yapılacak çalıřmalarda konuyla ilgili farklı sonuçlara ulařılabilir.

Tanımlar

Dijital Kūltūr: Bilgi ve iletiřim teknolojilerinin evrimi ile birlikte televizyon, cep telefonu, bilgisayar ve özellikle interneti gibi siber ortamların yařam biçimi haline gelmesi sonucunda ortaya çıkan manevi deęerleri ifade eder.

Dezavantajlı Kesim: Kaynaklara eriřim, sosyal uyum, hayatını kendi bařına idame etme, toplumsal cinsiyet konusunda problem yařayan bireylerin oluřturduęu toplum kesimidir. Dezavantajlı kesimlerin toplumun būyūk bōlūmūnūn ulařabildięi imkānlara ve rollere eriřemedięi deęerlendirilmektedir (Mayer, 2003, 2)

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR VE DİJİTAL KÜLTÜR KAVRAMLARI ÜZERİNE

1.1.Kültür Nedir?

Kültür, belirli bir grubun veya toplumun inançlarını, değerlerini, geleneklerini, geleneklerini, sanatlarını ve sosyal davranışlarını kapsayan çok yönlü ve dinamik bir kavramdır. Bireylerin kimliklerini üzerine inşa ettikleri ve başkalarıyla bağlantılar kurdukları temel olarak hizmet eder. Kültür, bakış açımızı şekillendirir, davranışlarımızı etkiler ve çevremizdeki dünyayla etkileşimlerimize rehberlik eder. Dil, mutfak, müzik, edebiyat, din ve ritüeller dahil olmak üzere, hepsi insan deneyiminin zengin dokusuna katkıda bulunan çeşitli yönleri kapsar. Eski uygarlıklardan modern toplumlara kadar kültür, bireyler ve kolektif varlıklar olarak kim olduğumuzu tanımlamada çok önemli bir rol oynamıştır. Kültürün çeşitli boyutlarını keşfederek, insanlığın ortak mirası ve dünyamızı gerçekten olağanüstü kılan inanılmaz çeşitlilik hakkında daha derin bir anlayış kazanabiliriz. (Dursun,2013,156)

Kültür, yalnızca bireysel kimliklerimizi değil, aynı zamanda bir toplum olarak kolektif deneyimlerimizi de şekillendiren güçlü bir araçtır. Kültürün en önemli yönlerinden biri, iletişim ve ifade için bir araç görevi gören dildir. Dil aracılığıyla düşüncelerimizi, duygularımızı ve fikirlerimizi aktararak başkalarıyla bağlantı kurmamızı ve sosyal bağlar kurmamızı sağlar. Ayrıca dil, belirli bir kültürün benzersiz tarihini ve dünya görüşünü yansıtır. Bir topluluğun değerlerini, inançlarını ve geleneklerini yansıtan çok sayıda deyim, atasözü ve dilsel nüans içerir. Örneğin, Kuzey Kutbu'ndaki Inuit halkı, farklı kar türlerini tanımlamak için birden fazla kelimeye sahiptir ve bu, onların derin anlayışlarını ve çevreleriyle olan ilişkilerini vurgular. Dil sadece iletişimi kolaylaştırmakla kalmaz, aynı zamanda içinde zengin bir kültürel bilgi ve miras taşır. Bir kültürün dilsel yönlerini keşfederek, değerlerine, sosyal yapılarına ve yaşam biçimlerine ilişkin içgörüler kazanırız.

Toplumları oluşturan bazı temel yapı taşları bulunmaktadır. Kültür, bu yapı taşlarından biridir. İnsan kültürel bir varlıktır. Bir arada yaşayan insan topluluklarının gelenek, görenek ve bütün gündelik yaşam pratiklerini gerçekleştirdiği değerler ve davranışlar kültürdür. Kültürün tanımını tarihte ilk kez İngiliz antropolog Edward Burnett Taylor yapmıştır. Taylor'a göre kültür, "... en geniş etnografik tanımıyla alındığında, insanoğlunun toplumun bir ferdi olarak edindiği bilgi, inanç, sanat, gelenek,

görenek ve diğer tüm yetenekler ile alışkanlıkların oluşturduğu karmaşık bir toplamdır.” (Tylor, 2016,91).

Türk Dil Kurumu, kültürü şu şekilde tanımlamıştır: “Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler bütünüdür. Bu değerler, insanları doğal ve toplumsal çevreleri üzerinde egemenliklerini ölçen araçların tümünü içerir ve aynı zamanda bu değerleri sonraki nesillere aktarmak için kullanılan unsurlar kapsar “(TDK).

Latince’de “cultura” tarım anlamına gelmektedir. Eski zamanlarda yalnızca yüksek sınıfın sanat, bilim gibi yaşam biçimlerini ifade eden kültür zamanla aşağı doğru yayılarak halkın yaşam biçimlerini de kapsamıştır. Bir sonraki aşamada ise imgeler, araçlar, evler gibi yapıtlar ve söyleşmek, oyun oynamak gibi insan yapısı araçları kapsayan geniş bir alana yayılmıştır (Burke, 2008, 15).

Bir insan dünyaya geldiği zaman diğer canlılardan farklı olarak kendini bir kültürün içinde bulmaktadır. Doğuştan kültürel özelliklere sahip değildir. Bu özellikleri yakınlarını ve çevresini gözlemleyerek öğrenmektedir. Öğrendiği kültür tarafından şekillendirilmektedir. İnsanın dili, giyim tarzı, iletişim biçimi, yeme-içme alışkanlıkları, örf ve adetleri, aile ve arkadaşlık gibi sosyal ilişkileri, barınma biçimi, mimari yapıları, dini inançları, bayramları, kutlamaları ve daha fazlası içinde bulunduğu kültür ile sıkı bir ilişki içerisinde. Ok ucu, sopanın şekli, herhangi bir idol, eşya ve kölelerin de içinde olduğu bir mezarlık, sayı tablosu, bir fiilin çekimi gibi unsurlar, kültürün belirli bir anında insanların durumuna dair pek çok şeyi ifade etmektedir (Tylor, 2016,110). Bireylerin hayata bakış açısı, ideolojisi ve hatta hayalleri bile kültürüyle bağlantı taşımaktadır.

Kültür toplumlara özgüdür. Geçmişten geleceğe etkinliğini koruyarak nesilden nesile aktarılmaktadır. Geçmişten gelen alışkanlıklar kültürün oluşumuna ve devamlılığına etki etmektedir. Bir toplumun kültürünü tanımak o toplumu anlamak için kılavuz niteliğindedir. Yenilikler, değişimler ve dönüşümler kültürü şekillendirmektedir. Ekonomi, politika, tarih, din, sanat gibi insanlığa özgü alanlar kültür ile ilişkilidir. Bu temel alanlar kültürü yönlendirmekte bazen de kültür tarafından yönlendirilmektedir. Kültürler yaşam şartları değiştikçe kolektif biçimde değişir, dönüşür. Dinamiktir ve süreklilik gerektirirler (Lafcı, 2021,32).

Tylor, *Kültür Bilimi* (2006) çalışmasında kültürel kalıntıların öneminden söz etmektedir. Kültürel kalıntılar herhangi bir eşya, nesne, yazı, insan olabilir. Kalıntılar geçmişten gelen ve geleceğe aktarılan kültür fenomenleridir. Bu kalıntılar kültürü

öğrenmek ve anlamak için birer yol gösterici görevindedirler. Her dönemin kalıntıları o dönemin kültürü hakkında bilgi vermektedir. Kültür simgeseldir. Simge bir göstergebilim kavramıdır. İnsanlar tarafından uzlaştırılmış bir dildir. Örneğin; bir ülkenin bayrağı bir simgedir. O ülkede yaşayan bireyler o bayrağı tanır, kabullenir. Böylece toplum olarak ortaklaşa bir değer edinmişlerdir. Kültür, bireysel değerlerle değil, toplumsal olarak sağlanan uzlaşımlar ile çözümlenmektedir.

İnsan yaşamı ve toplumsal düzene dair her bir olgu ile ilişkisi bulunan kültür kavramı insan ve toplum için vazgeçilmez unsur olan iletişim kavramı ve faaliyetleri ile bağlantılıdır. İnsanlar iletişim kurarak anlaşır, kültürel faaliyetlerini gerçekleştirir ve gelecek nesillere aktarır. İletişimi sağlayan araca göre kültür çeşitleri ortaya çıkmıştır. Kronolojik olarak sözlü kültür, yazılı kültür, kitle kültürü, popüler kültür, tüketim kültürü, eğlence kültürü, elektronik kültür, dijital kültür şeklinde sıralama yapılabilir. Kültür, teknolojik gelişmelerden etkilenmektedir. Teknolojik ilerlemelerin ürünü olan kitle iletişim araçları aktif kullanıma sahip olduğu süreç boyunca kültüre etki etmiştir. Kitle iletişim araçları topluma kolayca erişebilmektedir. Bu nedenle kültürel olana erişebilmesi de kolaylaşmıştır. Dijitalleşme ile başlayan yeni medya ve internet ortamı kültürü şekillendirmeye devam etmektedir (Lafcı, 2021,32).

Kültüre yönelik çözüme ulaştırılmayı bekleyen çok sayıda soru ve sorun bulunmaktadır. Bunlardan birkaçı şunlardır: kültürel kimlik, kültür çatışması, kültür yozlaşması, kültür endüstrisi, kültürel yayılma, kültür şoku. Birbirinden farklı alanda kültür üzerine çalışmalar yürüten araştırmacılar akademik çalışmalarında bu kavramları incelemeye ve anlamlandırmaya çalışmıştır. Halen çalışmalar devam etmektedir. Çünkü kültür insan hayatının en önemli öğesinden biri olmaya ve her geçen gün alanını genişletmeye devam etmektedir (Lafcı, 2021,33).

Zaman içinde kültürün birçok tanımı ortaya çıkmıştır. Bu tanımların bir kısmı, sözcüğün etimolojik kökenine dayanarak şekillenmiş ve sözcüğün köküne denk gelen terimler, toplumun yaşam tarzına göre anlamlandırılmıştır. (Turan 1990,11), Kültürün Latince kökenli “*cultura*”, kelimesinden türetilerek, “toprağa bir şeyler ekip ürün almak, üretmek” anlamına geldiğini ifade etmiştir. (Eagleton 2005, 10), “*Colere*”, kelimesi “tarımda gelişim, ikamet etme, tapınmak, korunmak” olarak açıklarken, “*colonus*”un (günümüzde *kolonyalizm*) ise “ikamet etme” anlamlarına geldiğini belirtmiştir. Von Pufendorf’a göre kültür, “doğaya karşıt olan ve belli bir toplumsal bağlam içinde ortaya çıkan tüm insanların eserleri” olarak tanımlanmaktadır (Akt.

Özkul, 2008, 19). Herder ise kültürü, “bir ulusun, bir halk ya da topluluğun yaşam tarzı” olarak tanımlamıştır (Özkul, 2008, 19).

"Kültür" kelimesi, onu karmaşık ve çok yönlü bir kavram haline getiren çok sayıda anlamı ve yorumu kapsar. İlk olarak kültür, belirli bir grup veya toplumun ortak inançları, değerleri, gelenekleri ve davranışları anlamına gelir. Bir topluluğun yaşam tarzını ve kolektif kimliğini temsil eder, üyelerinin bakış açılarını, tutumlarını ve eylemlerini etkiler. Bu kültürel çerçeve, bireylere bir aidiyet duygusu sağlar, başkalarıyla olan etkileşimlerini ve ilişkilerini şekillendirir. Ayrıca kültür, edebiyat, müzik, görsel sanatlar, tiyatro ve dans gibi sanatsal ifadeleri ve yaratıcı çabaları da kapsar. Bu kültürel ifade biçimleri, bir toplumun estetik hassasiyetlerini, yaratıcılığını ve tarihsel anlatılarını yansıtır ve genellikle kültürel mirası nesiller boyunca korumanın ve aktarmanın bir aracı olarak hizmet eder. Ayrıca kültür, zaman içinde etkileşimler, göçler ve farklı kültürler arasındaki fikir alışverişi yoluyla geliştiği için dinamik bir uyum ve değişim süreci olarak görülebilir. Sosyal, politik ve ekonomik bağlamlarını hem etkileyen hem de bunlardan etkilenen canlı ve dinamik bir varlıktır. Dolayısıyla kültür, yalnızca bir grubun paylaşılan inançlarını ve uygulamalarını değil, aynı zamanda insan yaratıcılığının çeşitli ifadelerini ve gelenek ile yenilik arasında devam eden etkileşimi de kapsar.

Yapılan araştırmalarda kültür sözcüğünün dört farklı bağlamda kullanıldığı tespit edilmiştir (Güvenç Akt. Konya, 1996, 62). Bu bağlamlar şunlardır:

- Bilimsel alandaki kültür “uygarlık”
- Beşerî alandaki kültür “eğitim sürecinin ürünü”
- Estetik alandaki kültür ”güzel sanatlar”
- Maddi (teknolojik) ve biyolojik alandaki kültür “üretme, tarım, ekin, çoğaltma ve yetiştirme”.

Kültür, onu karmaşık ve dinamik bir fenomen olarak ayıran birkaç temel özellik ile karakterize edilir. Birincisi, kültür sosyalleşme yoluyla öğrenilir ve edinilir. Doğuştan değil, eğitim, aile ve toplum etkileşimleri gibi çeşitli yollarla bir nesilden diğerine aktarılır. İkincisi, kültür belirli bir grubun veya toplumun üyeleri arasında paylaşılır. Kültürel topluluk içindeki bireyleri birleştiren ortak bir anlayış ve davranış çerçevesi sağlar. Üçüncüsü, anlamı temsil etmek ve iletmek için işaretler, semboller ve dil kullandığı için kültür semboliktir. Bu semboller, tümü önemli kültürel önem taşıyan jestleri, ritüelleri, bayrakları ve hatta sanatsal yaratımları içerebilir. Ek olarak, kültür uyarlanabilir ve değişen koşullara ve etkilere yanıt olarak zaman içinde gelişir.

Mirasının temel unsurlarını korurken yeni teknolojilere, sosyal normlara ve dış etkenlere uyum sağlar. Ayrıca kültür, inançlar, değerler, gelenekler, sanatlar ve kurumlar gibi insan yaşamının birbiriyle bağlantılı çeşitli yönlerini kapsadığı için bütünleştiricidir. Bu

unsurlar, bireylerin dünyayı algılama ve onunla etkileşim biçimini şekillendiren uyumlu ve karmaşık bir sistem oluşturur. Son olarak, kültür, farklı bölgeler, etnik kökenler ve alt kültürler arasında sayısız varyasyon ve ifade ile çeşitli ve çoğulcudur. Küresel toplumumuzun zenginliğine ve karmaşıklığına katkıda bulunan çok çeşitli insan deneyimlerini ve bakış açılarını yansıtır.

Turan, Kültürün temel niteliklerini belirlemeye yönelik özellikleri altı maddede sıralamıştır (Turan,1990, 20). Bu özellikler şunlardır:

- Kültür toplumsaldır.
- Kültür tarihseldir.
- Kültür öğrenilip aktarılması gereken bir kalıttır.
- Kültür işlevseldir.
- Kültür birlik içinde çokluk, farklılık demektir.
- Kültür devingen ve değişkendir.

1.2.Kültür Çeşitleri

1.2.1.Halk kültürü

Erdoğan ve Alemdar (2005, 26) halk kavramının yere ve zamana bağımlı ortaklığı anlattığı şekilde tanımlamışlardır. Halk kavramı çoğunlukla bağlamına göre anlamlandırılır. Sokakta yürüyen insanlar, çiftçiler, çalışanlar, seçmenler, tüketiciler gibi yönetici kesimden olmayan insan gurubudur. Halk (folk) kültürü: aynı yer ve zamanda yaşayan insan grubunun doğal, ortak yaşam pratikleridir. Halk kültürü üretendir ve yaratıcıdır. Kendi kendine sürdürülebilir özelliği vardır. Kendi geçim kaynağını, kendi sosyal çevresini, kendi eğlencesini halk kendisi yaratmaktadır. Halk kültürü yereldir, geleneksel yaşam biçimi varlığını göstermektedir. Mevcut ekonomik güçler tarafından oluşturulmaz. Halk kültürünün ürünleri emtialaşmamıştır. Halk kültürüne katılmanın para ödemek gibi herhangi bir bedeli bulunmamaktadır. Paylaşımsaldır ve insanlar arası dayanışma ön plandadır. Halk kültüründe insan ilişkileri samimiyet taşımaktadır. Vefat, düğün gibi toplumsal olaylara tam katılım sağlanmaktadır. Bu kültür çeşidi insanları birbirine kenetleyici yapıya sahiptir. Halkın

kendi içinden ürettiği doğal bir kültür çeşididir. Halk kültürünün aktarım aracı elektronik araç ve gereçler değildir. Halk kültürü, aile, akrabalık, komşuluk gibi ilişkilerle kuşaktan kuşağa aktarılmaktadır. Masallar, hikâyeler, bilmece, tekerleme ve maniler, destanlar, türküler birer halk kültürü taşıyıcılarıdır. Halk kültüründe sözlü ve yazılı iletişim biçimi hâkimdir. Dil ve söz kültürün en önemli aktarıcısıdır. Modernleşme ile beraber kent yaşamının yaygınlaşması, insanların tek tipleşmesi, üretim biçimlerinin değişmesi, yaşam tarzının benzeşmesi, teknolojinin gelişmesi ve ekonomik çıkar ve kaygıların artmasıyla halk kültürü etkinliğini kaybetmektedir. Halk kültürünün ürünleri kitle iletişim araçları ve yeni medya teknolojileri ile popüler kültüre dönüşmektedir. Kendi bestesini üreten bir halk ozanı hem kişiliğiyle hem de eserleriyle öncekinden farklı formda sunulmaktadır. Fotoğrafları veya besteleri tişörtlere basılmakta, eserleri remix gibi popüler müzik tarzlarına uyarlanmaktadır.

1.2.2.Yüksek Kültür

Yüksek kültür, toplumun elit azınlık grubunun sahip olduğu kültür çeşididir. Modernleşme öncesi dönemde ortaya çıkmış ve bu dönemde varlığını sürdürmüştür. Yönetici sınıf ve aristokrasi kültürü yüksek kültürdür. Yüksek kültür, halk kültürü ile aynı zaman dönemini paylaşmıştır. Soylu sınıfa aittir. Sanat ve sanatsal üretim ön plandadır. Resim, müzik, heykel, mimari yapılar, edebiyat, el zanaatları bu kültürün üretim nesnelere. Bale, tiyatro, güzel sanatlar, klasik müzik yüksek kültür açısından önemlidir. Yüksek kültür ürünleri yaratıcı ve özgündür. Modernleşme kültürel yaşamda değişim getirmiş, kitleleşmeye neden olmuştur. Kitle kültürünün baskın hale gelmesi yüksek kültüre zarar vermiştir. T.S Eliot, J.S. Mill, Nietzsche gibi düşünürler yüksek kültür savunucularıdır. Kültürü sanat ve estetik bir olgu olarak değerlendiren bu düşünürler hem halk kültürüne hem de kitle kültürüne eleştiri getirmişlerdir. Kitle kültürünün kalitesiz olduğuna vurgu yapmışlardır. Yüksek kültüre ait ürünler ve değerlerin sermaye tarafından benzerleri kitleler için üretilmiştir. Ürün değeri mal ve o mala ödenen para ile yeniden tanımlandı. Herhangi bir ürünün parası arttıkça kalitesinin de artacağı vurgulandı. Bu şekilde yüksek kültür ve kitle kültürü arasında fark oluşturulmaya çalışıldı. Bu yaklaşım ile yüksek kültür savunucuları daha az rahatsız olmaya başladı. Örneğin; “aynı uçağa binseler bile yüksek kültür sahibi insanlar ön tarafta, diğer kültüre sahip insanlar arka tarafta oturmaya başladı” (Erdoğan ve Alemdar, 2005,45). Yüksek kültür, egemen sınıfa ait olduğu için sosyo-ekonomik bakımından refahlığa işaret etmektedir. Dünyanın neresinde olursa olsun bu refaha sahip topluluklar bulunmaktadır. Kitle iletişim araçları veya internetin icadı insanları

birbirine yakınlaştırarak sınırları yumuşatsa da yine de sınıfsal farklılıklar varlığını korumaktadır. Bu nedenle yüksek kültür günümüzde halen gözlemlenebilmektedir.

1.2.3.Kitle Kültürü

Toplumlarda yüzyıllardır süregelen bir düzen bulunmaktadır. Bu düzen yönetim biçimi, üretim tarzı, sosyal ilişkiler gibi alanları kapsamaktadır. Tarihi olaylar, gelişmeler, ilerlemeler, icatlar ve daha fazlası toplumsal düzeni dönüştürmektedir. İnsanlık tarihi açısından toplumsal düzende köklü değişimler yaşanmasının önünü açan en önemli etken sanayi devriminin yaşanmasıdır. Sanayileşme, feodal düzenden kopmaya neden olarak yeni bir yapı oluşturmuştur. Böylece; üretim ve çalışma düzeni, insan ilişkileri, alışkanlıklar, düşünceler hızlı bir değişim sürecine girmiştir. Sanayi üretiminin yapıldığı büyük kent merkezlerinde toplu halde üretim, tüketim ve yaşam biçimi meydana gelmiştir. Yeni ve karmaşık bir çağa başlanmıştır. Fransız düşünür Gustave Le Bon bu çağı “Kitleler Çağı” olarak tanılandırmaktadır (Le Bon, 1997, 11). Kitleler çağına kadar hükümdarlar, devlet yöneticileri ve burjuva sınıfın geleneksel politikaları toplumda baskın olduğu gözlemlenmiştir. Sıradan insanın faaliyetleri yeteri kadar öneme sahip olamamıştır. Ancak sanayileşme, teknolojinin gelişmesi gibi faktörler kalabalık halk topluluğunu bir araya getirmiştir. Bu topluluk kitleler olarak toplumsal düzende değişiklikler yaşanmasına neden olmuştur. Kitle kavramı, kalabalık ve yığın anlamını taşımaktadır. Sayısı belli olmayan insan grubunu ifade etmektedir. Kitle; ırk, meslek, cinsiyet gibi insana ait özellikler fark etmeksizin rastgele oluşan bireyler topluluğudur (Le Bon, 1997,19).

Kitlelerin de diğer insan toplulukları gibi sahip oldukları yaşayış biçimi, davranışlar bütünü, düşünce sistemi, alışkanlıkları ve değerleri bulunmaktadır. Bu parçalar bir araya getirildiğinde ise kitle kültürü oluşmaktadır. Kitleler kalabalık gruplardır. Bu nedenle kitle kültürü yaygın ve geniş bir kültürdür. Kitle kültürünün oluşumu ve devamlılığının sağlanması kitle iletişim araçları ile gerçekleşmektedir. Kitle iletişim araçlarının çeşitli işlevleri bulunmaktadır. Bunlar arasında kültürel bakımdan dikkat çeken işlev kitlelerin tüketim tercihlerini, seçimlerini, beğenilerini ve alışkanlıklarını etkilemesidir. Kitleler birbiriyle etkileşimi bulunmayan, birbirinden farklı yaşam ve fikirlere sahip insanlardan oluşsa da kitle iletişim araçlarının iletileri ile ortak noktada buluşurlar (Korkmaz ve Yaylagül, 2008,128). Televizyon, radyo, sinema, dergi, gazete, internet gibi kitle iletişim araçları, kitlesel mal ve hizmetlerin üretim ve tüketimini hızlandırmaktadır. Radyo ve televizyon programları, reklam filmleri, dergi ve gazete metinleri, sinema filmleri, çizgi filmler kitle endüstrisinin amacına hizmet

edecek şekilde tasarlanmaktadır. (Gönenç 2012,129) kitle kültürünü kitle iletişim araçları aracılığıyla geniş halk kitlelerine yayılan davranışlar ve gösteriler bütünü şeklinde ifade etmiştir.

Kitle kültürü ürünleri halk kültürü ve yüksek kültür ürünlerinden farklıdır. Halkın kendisi veya entelektüel kesim tarafından değil endüstri tarafından üretim yapılmaktadır. Ürünler tek tip ve standartlaşmıştır. Özgünlük veya yaratıcılık aranmamaktadır. Basittir, kalite yönünden eksiklik bulunmaktadır. Kitle kültüründe amaç ticari kazanç sağlamaktır. Teknik ve teknolojik olanakların iyileştirilmesi kitle kültürü ürünlerinin sürekliliğine hizmet etmektedir. Seri üretim ile ürün fazlalığına ulaşılmaktadır. Üretim tarzı değişse de güç sahipleri değişmemiştir. Sosyo-ekonomik açıdan güç sahibi olan bir grup insan diğer kesime kitle kültürünü dayatmaktadır. Kitle iletişim araçlarını elinde bulunduranlar da bu grupta yer almaktadır. Kitle iletişim araçları çok geniş kitlelere erişebildiği için kitle kültürünün en önemli aktarıcılarıdır.

Kitle kültürü, kapitalist üretim biçiminin bayağılaştırılarak halk düzeyine indirilmesiyle oluşmaktadır. İnsanların gereksinimlerini ortadan kaldırmak gibi bir amaç taşımaz. İnsan yaşamında gerekli olmayan ürünleri zorunluymuş gibi insanlara dayatabilmektedir. İnsanları satın almaya teşvik etmektedir. Gündelik yaşamın kültürü olan kitle kültürü gerçekliğin kötü yanlarını bulanıklaştırmaktadır. Yapay mutluluklar üreten bir kültür çeşididir (Gönenç, 2012,133). Aşırı tüketim ile bolluk yaşandığı, toplumun her kesimi tarafından ürünlere erişebilme, insanlara psikolojik olarak kendini daha iyi hissettirmenin sağlandığı düşünülebilmektedir. Kitle kültüründe ne kadar çok satın alıyor, yeniliyor, kullanıyorsan kendini kadar özgür hissetme düşüncesi hâkimdir (Erdoğan ve Alemdar, 2005,42). Gönenç (2012,130), kitle kültürünün arka planında mutlak özgürlüğe dayanan, emekçi bireylerin içinde bulunduğu koşullardan uzaklaşmayı öngören, ayrıcalıklı yaşayış biçimine yönelik burjuva bireyciliğinin yattığını ifade etmektedir. Kitle kültürü yalnızca malların üretimini değil kültürel nesnelerin üretim, dağıtım ve tüketimini yapmaktadır.

Le Bon'a göre kitle kelimesi, basit anlamıyla kalabalık veya yığın anlamına geliş ve özellikleri ile bir araya getiren tesadüf unsuru ne olursa olsun, rastgele bir bireyler topluluğunu ifade eder (2005,15). Günlük dilde kitle terimi genellikle nitelsiz bir kalabalığı ifade etmek için kullanılırken, bu kullanım olumsuz bir anlam içermektedir. Sosyalist terminolojide ise kitle, ortak bir amaç için bir araya gelmiş işçi sınıfını olumlu bir bağlamda kullanılmaktadır.

İletişim biliminde, kitle terimi genellikle radyo, televizyon ve diğer medya yayınlarının izleyicilerini tanımlarken kullanılır. Bu bağlamda, tanımlanan kitle şu özelliklere sahiptir:

- Dağınıktır; üyeleri genellikle birbirini tanımaz. Mevcut kitlenin bir araya gelmesine neden olan bireyleri, çoğunlukla tanımazlar.
- Bu topluluk öz-kimlikten, öz-bilinçten yoksundur. Belirli amaçları gerçekleştirmek için örgütlü bir şekilde bir araya gelip eylemde bulunma yetisine sahip değildir.
- Tüm toplumsal sınıflardan ve demografik kümelerden gelen çok sayıda kişi içerir.
- Özgül bir ilgi nesnesini, kendisini güdüp yönetmek isteyenlerin algısına göre seçme davranışında ise türdedir (Mutlu, 1998, 210).

Kitle psikolojisi, bireylerin gruplarda veya büyük kolektiflerde nasıl davrandığını ve düşündüğünü incelemeyi ifade eder. İnsanların düşüncelerinin, duygularının ve eylemlerinin bir kalabalığın veya kolektif varlığın varlığı ve dinamiklerinden nasıl etkilendiğini araştırır. Kitle psikolojisi, bireylerin yalnız oldukları zamana kıyasla daha büyük bir grubun parçası olduklarında genellikle farklı davranış ve düşünce kalıpları sergilediklerini kabul eder. Bu çalışma alanı, toplu davranış, kalabalık psikolojisi, sosyal etki ve kitle iletişim araçlarının kamuoyu ve davranış üzerindeki etkisi gibi çeşitli olguları inceler. Kitle psikolojisindeki önemli bir kavram, duyguların, fikirlerin ve davranışların bir grup içinde hızla ve kapsamlı bir şekilde yayılabileceğini, kolektif bir zihniyete ve ortak eylemlere yol açabileceğini öne süren sosyal bulaşıcılıktır. Kitle psikolojisi aynı zamanda gruplar içindeki uygunluk, itaat ve liderlik dinamiklerini araştırarak, bireylerin davranış ve tutumlarının kolektif içinde yaygın olan sosyal normlar ve beklentilerden nasıl etkilenebileceğini vurgular. Ek olarak, kitle psikolojisi çalışması, fikir birliği arzusunun bir grup içinde eleştirel düşünmenin ve bağımsız karar vermenin boğulmasına yol açabileceği grup düşüncesi gibi fenomenlerin altında yatan psikolojik süreçleri araştırır. Kitle psikolojisini anlamak, siyasi mitingler ve protestolardan pazarlama kampanyalarına ve çevrimiçi topluluklara kadar çeşitli bağlamlarda toplumsal hareketlerin dinamiklerini, kamuoyu oluşumunu ve kalabalıkların davranışlarını anlamak için gereklidir. Kitle psikolojisi, kolektif ortamlarda etkin olan psikolojik mekanizmaları keşfederek, bireylerin düşüncelerinin, duygularının ve davranışlarının grubun gücü tarafından nasıl şekillendiği ve etkilendiğine dair içgörü sağlar.

İnsanlar sosyal varlıklardır. Ancak bu önerme artık bir klişe haline gelmiş ve özünü kaybetmiştir. "Sosyal bir varlık olmak, bağlılık ilişkilerine bağlı pek çok yükümlülüğü içerir." Bireysel yaşamın getirdiği zorluklara rağmen bir arada olmak bu engelleri aşmada pek çok avantaj sağlayabilir. Buna göre işlevsel bir grubun parçası olmak insan için vazgeçilmez bir ön koşuldur. ' Le Bon, Maslow ve Freud 'grup üyeliğini' kapsamlı bir şekilde tartışan birçok filozof arasındadır." (Cinoğlu, 2013,9). Sosyal kitle psikolojisi alanındaki çalışmalar, bireysel davranışın anlaşılmasında önemli araçlar sunmaktadır.

Kitleselleştirme, zekâsı veya karakter özellikleri ne olursa olsun izleyicinin kolektif bir ruh duygusu geliştirmesini sağlar. Bu nedenle yalnız olduklarındaki eylemleri ve duyguları, kalabalığın oluşumundan farklıdır. Neden. Bu, kalabalığın en yaygın psikolojik özelliğidir. Bir kütle içindeki bireysel hücrelerin işlevleri, tek hücreli organizmaların işlevlerine benzer (Le Bon, 2005,31).

Grup üyeliği, kişinin kendi grubuna ve onun üyelerine karşı aşırı düzeyde bağlılığını ifade eder. Bununla birlikte diğer topluluklara ve onların mensuplarına karşı da düşmanlık barındırmaktadır. ' Topluma "etnosentrik" yaklaşım önyargı ve ayrımcılığa yol açmaktadır (Kağıtçıbaşı, 1993,82-85).

Birey yalnız kaldığında sosyalleşme sürecinde öğrendiği bilgi ve becerilere göre kararlar verir. Bu bağlamda davranış sosyal normları karşılamaya yöneliktir. Grup ortamında bireyler değerlerini korumada, alternatif söylem ve davranışlarda bulunmada engellerle karşılaşabilmektedir (Tarhan 2010,12-15).

Kitle toplumunda kültür, kitle iletişim araçlarının etkisi ve modernleşme dinamikleri nedeniyle önemli dönüşümler geçirmektedir. Kitle toplumunda kültür, televizyon, radyo, internet ve sosyal medya gibi çeşitli kitle iletişim biçimleri aracılığıyla daha erişilebilir hale gelir ve geniş çapta yayılır. Bu ortamlar, kültürel değerleri, normları ve uygulamaları büyük ölçekte şekillendirme ve etkileme gücüne sahiptir. Kitle iletişim araçları, genellikle farklı kültürel gelenekler arasındaki sınırları bulanıklaştırarak ve homojenleştirici bir etki yaratarak, popüler kültürü tanımlamada ve kültürel eğilimleri teşvik etmede çok önemli bir rol oynar. Sonuç olarak, geleneksel kültürel uygulamalar ve ifadeler, baskın bir kitle kültürü karşısında farklılıklarını korumada zorluklarla karşılaşabilir. Ayrıca, kitle iletişim araçları yoluyla hızlı bilgi ve fikir akışı, dünyanın farklı yerlerinden kültürel unsurların paylaşıldığı ve küresel bir kültürel mozaığe entegre edildiği kültürün küreselleşmesine yol açabilir. Ancak bu küreselleşme süreci, kültürel emperyalizm ve yerel geleneklerin ve kimliklerin olası erozyonu hakkında endişeleri de artırıyor. Bu zorluklara rağmen, kitle toplumundaki

kültür, kültürel alışveriş, takdir ve diyalog için artan fırsatlardan da yararlanır. Kùltürler arası anlayışı ve yaratıcılığı teşvik ederek, farklı geçmişlere sahip bireylerin farklı kültürel bakış açılarıyla etkileşime girmesine ve bu bakış açılarından öğrenmesine olanak tanır. Ek olarak, teknoloji ve iletişimdeki ilerlemeler, marjinalize edilmiş seslerin ve alt kùltürlerin kitle toplumu içinde ifade ve temsil için platformlar bulmasını sağlar. Bu şekilde, kitle toplumunda kùltür, kültürel pratiklerin ve kimliklerin korunması, uyarlanması ve yeniden tasavvuru için hem fırsatlar hem de zorluklar sunan, homojenleştirme ve çeşitlilik güçleri arasındaki karmaşık bir etkileşimdir.

Charles Darwin'in ilk kitle teorisine göre, güçlü bir erkek tarafından mutlak egemenlik altında tutulan insan sürüsüdür, zaman için içinde içsel gelişiminin kalıtsal olarak silinmez izler inanılmaktadır. Bu süreçte, liderin ölümüyle kardeşler topluluğuna dönüşümün psikolojik izleri, din, ahlak ve sosyal örgütlenme süreçlerinde Freud tarafından tartışılmıştır (Freud & Bernays, 1978). Bu çizelge günümüzde de tanınan olduğumuz bir modeli yansıtmaktadır. Denk güçte bireylerin bir arada olduğu bir küme içinde, aşırı gücü elinde bulunduran tek bir kişiye sık sık rastlanmaktadır. Kitle psikolojisinin neden olduğu, bilinçli kişiliğin yitimi, duygu ve düşüncelerde uniformluk, bilinçsiz duygusallık ve anında tatmin etme isteği gibi durumlar, ilkel insan topluluğuna atfedilmek istenen, ilkel ruh yaşamına dönüşü (regresyon) yansıtan durumlar olarak değerlendirilmektedir (Freud, 1993,407).

Kitleler telkine açık topluluklardır. (Le Bon, 2005,19). Başka bir deyişle kitlelerin karakterlerinin ortaya çıkmasında üç önemli etken söz konusudur. Bunlar; anonimlik, sirayet ve telkine açık olmadır.

Anonimlik, kitlede kişi sayısının çokluğunun verdiği rahatlık ile sorumluluğun ortadan kalkması ve bireylerin tek başına olduklarında frenleyebildikleri duygularına kendilerini terk etmeleridir.

İkinci husus olan *taklit* ise kişilerin adeta hipnoz olmuş gibi karşılıklı olarak birbirlerinin duygu ve davranışlarını taklit etmeleridir.

Üçüncü husus olan *telkine açık olma durumu* ise; Kitle, mücadelecî ruhu ve yarattığı birlik bilinci ile o kadar güçlüdür ki, kitle içerisindeki birey, kitlenin büyümesine ve güçlülüğüne kendisini hiç düşünmeden ve sorgulamadan teslim etmektedir.

1.2.4.Popüler Kùltür

Popüler kùltür, kitle kùltürünün somut şekillerinden biridir. Popüler kavramı tanınan, yaygın, sevilen gibi anlamlara gelmektedir. Bu çerçevede halkın beğenisini kazanmış, halk tarafından bilinen ve tüketilen mal veya içerikler popüler kùltürü

oluşturmaktadır. Popüler kültür incelemeleri 1950’li yıllarda başlamış ve günümüzde halen tartışma konusu olmayı sürdürmektedir. Popüler kelimesinin kökeni people (halk) kelimesine dayanmaktadır (Korkmaz ve Yaylagül, 2008,132). Latince’de halka ait anlamına gelen “popularis” kelimesi de popüler kelimesini türetmiştir.

Popüler kültür, toplumun geniş bir kesimi tarafından geniş çapta benimsenen ve tüketilen kolektif inançlar, değerler, tutumlar, uygulamalar ve eğlence biçimleri kümesini ifade eder. Ana akım halkın ilgi ve tercihlerini yakalayan kültürel ifadeleri ve olguları kapsar. Popüler kültür, kitle iletişim araçları, teknoloji, tüketicilik ve küreselleşme gibi çeşitli faktörler tarafından şekillendirilir ve etkilenir. Belirli bir zaman ve mekanda yaygın olan zevkleri, eğilimleri ve hevesleri yansıtır. Popüler kültür, müzik, film, televizyon, moda, spor, edebiyat ve çevrimiçi içerik gibi çeşitli biçimlerde kendini gösterir. Genellikle belirli bir dönemin toplumsal değerlerinin, sosyal meselelerinin ve kolektif hayal gücünün bir yansıması ve temsili olarak hizmet eder. Popüler kültür, bireyleri eğlendirme, cezbetme ve ortak bir kimlik duygusu yaratma yeteneğiyle bilinir. İnsanların bağlantı kurması, ilişki kurması ve paylaşılan deneyimlere katılması için ortak bir zemin sağlayabilir. Dahası, popüler kültür sürekli olarak gelişmekte ve izleyicilerinin değişen ilgi ve ihtiyaçlarına uyum sağlamaktadır. Yaratıcıların, tüketicilerin ve eleştirmenlerin süregelen diyalog ve yaratıcı alışverişte bulunduğu dinamik ve etkileşimli bir alandır. Popüler kültür, sıg değerleri devam ettirebileceğini veya kültürel ifadelerin homojenleştirilmesini teşvik edebileceğini iddia eden eleştirmenlerine sahip olsa da, aynı zamanda yaratıcılığa ilham verme, toplumsal hareketleri ateşleme ve farklı sesler ve bakış açıları için bir platform işlevi görme gücüne de sahiptir. Nihayetinde popüler kültür, kolektif bilinci şekillendirmede, toplumsal normları etkilemede ve bireylerin çevrelerindeki dünyanın karmaşıklıklarını anlayabilecekleri ve içinde gezinebilecekleri bir ayna sağlamada önemli bir rol oynar.

Popüler kültür kitle kültürü ile bağlantılı olsa da aralarında bazı farklılıklar bulunmaktadır. Kitle kültürü sanayi devrinin bir sonucu olan endüstriyel üretim ve tüketimle ilişkilidir. Kitle kültürü ürünleri arasında daha fazla popüler olan ve geniş kitleler tarafından tercih edilen ürünler popüler kültüre denk düşmektedir. Popüler kültür ürünleri de seri, standartlaşmış, emtia şeklinde üretilmektedir. Endüstriye ticari kazanç sağlayan bu ürünler tüketiciye de kullanım değeri sağlamaktadır. Popüler kültür ürünleri insanların temel ihtiyaçlarını, acil gereksinimleri karşılama misyonu üstlenmemektedir. Hayali ihtiyaçları karşılayan bu ürünler daha çok tüketicilere haz vermek ile ilişkilidir. Popüler kültür içeriklerin gerçek anlamlarını çarpıtarak kendi istediği anlamlarla donatabilir. Cinsiyetler, meslekler ve toplumsal sınıflar popüler

kültür ürünlerinde stereotipleştirilerek temsil edilebilir (Korkmaz ve Yaylagül, 2008,130). Popüler kültür ürünleri sahip olduğu popülerliği kitle iletişim araçları ile elde etmiştir. Filmler, reklamlar, diziler, çeşitli televizyon programları, dergi ve gazete metinleri, fotoğraflar, müzikler gibi kitle iletişim araçları ile aktarılan içerikler popüler kültürü geniş halk kitlelerine sunmaktadır. Kitle iletişim araçlarının yaygın kullanımı ve bireylerin hayatına oldukça fazla nüfuz etmesi ile popüler kültür temelini sağlamlaştırmıştır. Kitle iletişim araçları, popüler kültür üreticisi şirketleri ve onun ürünlerini, içeriklerini insanlara tanıtmaya görevi üstlenmiştir. Kitle iletişim araçları herhangi bir eşyayı, yiyeceği, içeceği, müzik türünü, oyuncu veya şarkıcıyı ne ve neyle ilgili olduğu fark etmeyen herhangi bir şeyi popüler hale getirebilir. Odak noktası haline gelen popüler kültür nesnesi hızla kitleler tarafından tüketilir. Popüler kültür ürünleri ömür boyu veya uzun yıllar boyunca popülerliğini devam ettiremez. Bu ürünler çoğunlukla kısa ömürlüdür. Kitleler ve üreticiler popüler kültür nesnesi ile yeterli doyuma ulaşıncaya kadar farklı, yeni bir ürün getirilir.

Popüler kültür, halka mal edilmiş bir kültür olsa da halk kültüründen oldukça farklıdır. Halk kültürü ticari bir hedef için gündelik pratikleri kullanmaz. Ancak popüler kültür halk kültüründen elde ettiği içerik ve pratikleri yeniden inşa ederek metalaştırır. Kültür endüstrileri temel popüler kültür üreticileridir. Popüler kültür ürünleri insanlara mutluluk vermek, psikolojik ve sosyolojik açıdan kendilerini daha iyi hissetmelerini sağlamaktadır. Popüler kültüre akademik çalışmalarda hem olumlu hem de olumsuz yaklaşımlar getirilmiştir. Olumsuz yaklaşımlar; insanların bilinçlerinin yok edildiğini, insanların sadece tüketici biçiminde konumlandırıldığını ifade etmektedir. Bu yaklaşıma göre insanlar kitle iletişim araçları aracılığıyla popülerleştirilen mesaj, düşünce, davranış veya eşyaların esiri durumundadır. İnsanların yaşam pratikleri ve bilinçleri bulanıklaştırılmakta ve tekdüze hale getirilmektedir. Endüstriye ticari kazanç sağlanmaktadır. Egemen güçler daha fazla güç elde etmektedir. Popüler kültüre olumlu yaklaşımlar ise popüler hale gelen ürün ve içeriklerin orta sınıf insanına katkı sağladığı görüşündedir. Sınıflar arası farkların popüler kültür ile azaldığını ve halkın herhangi bir ürün veya içeriğe kolayca erişim sağladığı görüşü bulunmaktadır. Buna paralel olarak insanların kendilerini toplumsal düzende daha iyi hissettiği vurgulanmaktadır.

1.3.Kültürel Küreselleşme Kavramı

Küreselleşme kavramı hem iletişim alanı ile hem de kültür kavramı ile bağlantılıdır. Küreselleşme, kültür ve medya üçlüsü toplumsal, ekonomik ve siyasal boyutlarda aralarında var olan ilişkiyle hem geçmişte hem de günümüzde ön plandadır.

Yabancı terminolojide “globalleşme” olarak ifade edilen küreselleşme bir süreç ve bir olgudur (Kongar, 1997,97-101). Küreselleşme birçok düşünce tarafından yeni bir dünya düzenini ifade etmektedir. Eski dünya düzeni değişmiş yerini küreselleşmeyle temeli atılan yeni bir düzen almıştır. Uluslar, gruplar ve bireylerin tek bir dünya içinde birbirine bağımlı halde yaşadığı düzen küreselleşmedir (Giddens, 2012,84). Küreselleşme ilk olarak ulus ötesi bölgelere ulaşım, taşımacılık ve haberleşme amacıyla icat edilen teknik ve teknolojik araçlarla başlamıştır. İletişim alanındaki gelişmeler ve bilişim alanındaki mikroçiplerin icadı bu süreci daha ileri düzeylere taşımıştır (Mahiroğulları, 2010,128). Küreselleşme, dünyanın bütün bölgelerinin bağlantı halinde olduğu yeni ekonomik, sosyal, siyasal düzeni temsil etmektedir. Ulus-devlet şeklinin hâkim olduğu anlayış yerini uluslararası bir anlayışa bırakmıştır. Ulus-devletlerin baskınlığı azalmıştır. Güçlü ülkeler ve onların şirketleri baskın hale gelmiştir. Bu güçlü ülkeler arasında ana rolde Amerika Birleşik Devletleri vardır. Soğuk savaş sonrası yıkılan devlet blokları da küreselleşmenin hız kazanmasına neden olmuştur. International Monetary Fund, (Uluslararası Para Fonu), Dünya Ticaret Örgütü, Dünya Bankası gibi kuruluşlar küreselleşmenin işleyişi için kurulmuştur. Serbest dolaşım ve rekabet artmış, dünya bir pazar haline gelmiştir.

Kültürel küreselleşme, iletişim, ulaşım ve teknolojideki gelişmelerin kolaylaştırdığı, dünya genelinde kültürlerin birbirine bağımlılığını ve entegrasyonunu ifade eder. Küreselleşmiş bir dünyada ulusların ve toplumların artan karşılıklı bağımlılığı ve birbirine bağımlılığının yönlendirdiği bir olgudur. Kültürel küreselleşme, kültürel uygulamaların, fikirlerin ve ürünlerin benzeri görülmemiş bir ölçekte değiş tokuş edilmesi, yayılması ve melezleştirilmesi ile karakterize edilir. Bilgi sınırlar arasında daha hızlı ve zahmetsizce aktıkça, dünyanın farklı yerlerinden kültürel unsurlar daha erişilebilir ve etkili hale geliyor. Bu küreselleşme süreci, müzik, film ve moda gibi popüler kültürün kıtalar arasında yayılmasına yol açarak, bireylerin farklı geçmişlere sahip kültürel ifadelerle ilişki kurmasına ve bunları benimsemesine olanak sağlamıştır. Kültürel küreselleşme aynı zamanda kültürel geleneklerin kaynaşmasına ve farklı kültürler etkileşime girip birbirine karıştıkça yeni melez biçimlerin ortaya çıkmasına neden oldu. Bununla birlikte, kültürel küreselleşmenin zorlukları ve endişeleri de var. Eleştirmenler, yerel geleneklerin ve kimliklerin küreselleşmiş, standartlaştırılmış bir kültür lehine aşındığı kültürel homojenleşmeye yol açabileceğini savunuyorlar. Ek olarak, gelişmiş ülkelerdeki baskın kültürler ve medya endüstrileri, ekonomik açıdan daha az güçlü bölgelerdeki yerel kültürleri gölgede bırakabileceği veya marjinalleştirebileceği için kültürel emperyalizmle ilgili endişeler var. Bununla birlikte,

kültürel küreselleşme aynı zamanda kültürel alışveriş, diyalog ve anlayış için fırsatlar sunar. Bireylerin farklı kültürel bakış açılarını takdir etmelerini ve öğrenmelerini sağlayarak, kültürler arası farkındalığı ve saygıyı teşvik eder. Dahası, kültürel küreselleşme marjinalleşmiş sesleri güçlendirebilir ve yerli kültürlerin korunmasını ve yeniden canlandırılmasını kolaylaştırabilir. Birbirine bağlı dünyamızın kültürel manzarasını şekillendirmeye ve yeniden tanımlamaya devam eden devam eden bir süreçtir.

Küreselleşme kültürden bağımsız ele alınamayacak bir kavramdır. Ekonomik ve siyasal boyutları olan küreselleşme kültürel alana da sızmıştır. Kültür değişmeyen, sabit ve özelliklerini muhafaza edebilen bir olgu değildir. Zamanla değişip dönüşebilmektedir. Bu değişimin sağlıklı olması için dayatmalara maruz bırakılmaması gerekmektedir. Kendiliğinden, çağın gerekliliklerine göre dönüşüm geçirmesi beklenmektedir (Mahiroğulları, 2010,128). Küreselleşmenin kültürle ilişkisi üç temel başlıkta toplanmıştır. Bunlar; homojenleşme, hibritleşme (melezleşme) ve kutuplaşmadır. Homojenleşme, Batılı özellikle de Amerikan kültürünün tüm dünyada standartlaşmasıdır. Kutuplaşma, kültürün ekonomi veya teknoloji gibi standartlaşmaya uygun olmadığı görüşündedir. Dolayısıyla, farklı bir kültüre bağımlı olmak öz kültürün diğerine benzediği anlamına gelmemektedir. Hibritleşme, kültürlerin birbirleriyle alışveriş gerçekleştirdiğini ve bu nedenle birbirleriyle birleştiğini ileri sürmektedir (Holton, 2013,59). Herbet I. Schiller kültürel küreselleşme yerine “kültürel emperyalizm” tanımlamasını kullanmıştır. Schiller’e göre kültürel küreselleşme emperyalizmin alt setlerinden biridir. Çünkü kültürel çıktı (ürün) olarak ifade edilen her şey ideolojiktir. Mevcut sistemin lehinedir (Schiller, 1991 Akt. Akıner, 2014,43).

Kültür, tarihsel süreçte ortaya çıkan gelişmelerden ve her yeni olaydan etkilenmektedir. Tüm dünyayı egemenliği altına alan küreselleşmeden kaçınması mümkün değildir. Kültür, kavramsallaştırıldığı ilk günden bu yana öne çıkan çeşitli özellikleriyle parçalara ayrılmış ve çeşitlenmiştir. Bu çeşitlerden biri de küresel kültürdür. Küresel kültür küreselleşmeye yön veren güçler tarafından oluşturulmuştur. Bu güçler ABD başta olmak üzere Batılı ülkelerdir. Ekonomik ve teknolojik alanda sağlanan üstünlük kültür alanında da kendini göstermektedir. Yerel kültürler dönüştürülmektedir. Küreselleşmeye yön veren ülkelerin kültürleri dünyanın her tarafından dolaşıma sokulmaktadır. Kültürel etkileşim kimi zaman karşılıklı olabilir. Örneğin; küresel olan kültür yerel kültüre, yerel kültür küresel kültüre ulaşabilir. (Bayar, 2008, 30).

Kitle iletişim araçları küresel kültürü yaygınlaştıran temel araçlardır. Küresel şirketlerin isimleri ve ürünleri bu araçlar aracılığıyla insanlara sunulmaktadır. Kitle iletişim araçlarının küreselleşme sürecinde işlevi yalnızca ürün ve marka tanıtımı yapmak değildir. Kitle iletişim araçları inanç, değer, davranış, ahlak, maneviyat gibi kültür ana başlığı altında birleştirilecek öğeleri küreselleştirmektedir. Birbirlerinden kilometrelerce uzakta yaşayan ve aynı dili konuşmayan insanlar “küresel kültür” adı altında birleşmiştir. Yeni iletişim teknolojilerinin küreselleşmesi ekonomik ve teknolojik küreselleşmenin bir sonucu olduğu gibi kültürel küreselleşmenin de öncüsü konumundadır. Çünkü bu araçlar etkileşim ve iletişim sağlamaktadır. Bağlantı görevini üstlenen iletişim araçları küresel kültürü uluslararası boyutta yoğunlaştırmıştır. Uluslararası medya evrensel bir dil olarak İngilizceyi kullanmaktadır. Uluslararası medya içerikleri kozmopolit ürünler aktarmaktadır. Televizyonda seyredilen programlar, internet ortamındaki mizah kültürü gibi gündelik hayatta yaşanan kültürel etkileşimler sosyo-politik ve ekonomik hareketliliği de uluslararasılaştırmıştır. Kültürde homojenleşme artmıştır. Bunun sonucunda kimliksiz kültürler oluşmuştur. Ortaya çıkan kozmopolit kültür ulusal kültürle etkileşime girerek ulusal kültürü zedelemiştir (Hirst ve Thompson, 1998,214).

Kültürel küreselleşme başka toplumlardan habersiz toplumların kültürlerine de etki etmiştir. Herhangi bir toplumun kültürü başka bir toplumun kültürüne ait yeme-içme, giyim-kuşam, üretim-tüketim gibi alışkanlıklarını öğrenmiştir. Hatta o kültürü benimsemiştir. Bu doğrultuda kültürler arası etkileşim gerçekleşmiştir. Kültürel etkileşim yeterli dozda gerçekleştiğinde kültürel zenginlik sağlayabilmektedir (Mahiroğulları, 2010,128). Teknik ve teknolojik buluşların giderek arttığı, iletişim ve bilgisayar alanlarının sürekli kendini yenilediği bir çağda küreselleşme ve kültür ilişkisinin birbirine daha bağımlı hale gelmesi kaçınılmazdır. Bütün insanlar ve toplumlar bu süreci deneyimlemektedir. Özyurt (2002,112-113) medyanın küreselleşmesinin sonuçlarını maddelerle açıklamıştır. Kültürel küreselleşmenin daha iyi anlaşılmasını sağlayan bu maddeler şunlardır: Tüketim ve kitle kültürünün ayrılması, yaşam biçiminin küreselleşmesi, küresel bilinç, ulusal kültür ve kimliklerin zayıflaması, kültür emperyalizmi tedirginliği, haberleşmenin kolaylaşmasının getirdiği yeniden yerelleşme, ulus-üstü kimlikler ve kültür çatışmaları.

1.4.Dijital Kültür Kavramı

Dünyada son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler toplumda dijitalleşmeyi yoğunlaştırmıştır. Sosyal hayat, iş, eğlence ve eğitim gibi önemli yaşamsal faaliyetler ve

geride kalan diğerk birçok şey dijitalleşmiştir. Gündelik yaşam ve dijitalleşme birbirine geçmiştir. Toplumun dijitalleşmesinde en önemli etkenlerden biri iletişim araçlarının dijital biçimde dönüşmesidir. Çünkü iletişim araçları toplumun geniş bir kesimi tarafından kullanılmaktadır. Medya geleneksel veya dijital fark etmeksizin kültür üzerinde her zaman etkili olmuştur ve bu etkisini sürdürmektedir. Dolayısıyla dijital dönüşüm yaşayan medyanın toplumda dönüştürdüğü öne çıkan alanlardan biri kültürdür. Çünkü dijitalleşme insanlar arasındaki sembolik iletişime, üretim ve tüketime, deneyimlere, iktidar ilişkilerine etki ederek yeni kolektif ve kültürel kimlikleri oluşturur (Castells, 2005,18). Deuze'e (2006,63) göre dijital kültür kendinden önce yaşanan gelişmelerin ve bir dizi yeni uygulamanın ilerlemesi ve iyileştirilmesidir. Dijital kültür toplumda bilgisayarlaşma ve dijitalleşmenin artması sonucu etkileşim kurma biçimi ile ortaya çıkan bir kültür çeşididir. Bu tür kültür hem çevrimiçi hem de çevrimdışı sosyal düzeyde etkilere sahiptir. Dijitalleşme uzun yıllar önce insan hayatına dahil olmuştur. Ancak ortaya çıktığı yıllarda askeri kuruluş, üniversite, bilgisayar mühendisleri ve bilgisayar meraklılarının kullanımıyla sınırlı kalmıştır. Dijitalleşmenin sıradan insanın hayatına nüfuz etmesi onun bir kültür biçimi halini almasına neden olmuştur. İnternet ve onun sunduğu World Wide Web teknolojisinin kullanımının insan hayatında yaygınlaşmaya başlaması yeni bir kültür çeşidinin önünü açmıştır (Anbarlı, 2019,79).

Dijital kültürü ilk kavramsallaştıran isimlerden biri Lev Manovich'tir. Manovich'e göre (2001,80-83) dijital kültür ulusal ve kültürel gelenekler, karakterler ve değerlerin yanı sıra bilgisayarlaşma ve kültürün etkileşimi ile medya içeriği ve biçiminin birleşmesi sonucu meydana gelmiş bir bilgi kültürü kavramını tanımlamaktadır.

Medya ve kültür konuları üzerine çalışmalar yapan iletişim bilimci Mark Deuze (2006,75) dijital kültürü modern ağ toplumu insanının davranışları ve etkileşim kurma biçimleriyle bağlantılı olan değerler, uygulamalar ve beklentiler şeklinde açıklamıştır. Dijital kültür bireylerin internet kullanımında yaşadığı değişimler ve gündelik hayatın giderek ağ bağlantılarıyla dolu bir ortamda sürdürülmesi gibi çevrimiçi ve çevrimdışı olaylara dayanmaktadır.

Bir toplumda konuşulan dil o toplumun kültürünün önemli bir ögesidir. Dijitalleşme teknik bir bilgisayar dili kullanmaktadır. Bilgisayar ve internete ait teknik dil sayılarla ve kodlarla oluşturulan sonucu ise sosyal boyuta yansıyan bir dildir. Dijital kültürün oluşmasında ortak sayısal dil kullanımı önem taşımaktadır. Ortak sayısal dil teknolojik alanlar arasında ortak düzlem oluşturarak yayılmıştır (Castells, 2005,39).

Nasıl gündelik konuşma dili bir insanın dünyayı anlamlandırmasını sağlayıp kültürel sürecin işlemesine destek oluyorsa dijital dil de dijital evrenin kültürünü anlamlandırmak için önemlidir. Dijital kültür diğer kültür biçimlerinden farklı bir dile sahiptir. Castells bütün iletişim biçimlerinin interaktif bir ağ içinde bütünleştiğini vurgulamıştır. Teknik ve biyolojik dil iç içe geçmiştir. Yazılı, sözlü, görsel-işitsel gibi iletişim biçimlerini bütünleştiren hipertext ve meta-dilin oluştuğunu belirtmiştir (Castells, 2005,440). Dil kültürlerin gelişmesi ve devamlılığı üzerinde önemli bir etkidir. Dijital kültürün “emoji” adı verilen yeni bir iletişim dili bulunmaktadır. Elektronik iletişimde duygu ve düşünceleri aktarmak için dijital resimlerle tasarlanmış emojiler kullanılmaktadır. Emojiler, sanal iletişimde yüz yüze iletişimin, beden dilinin eksikliğini gidermektedir.

Kültürler toplumların belirli yaşam pratikleri ve kuralları benimsemesi ile oluşmaktadır. Çoğunluğun kabulü ve bireylerin bütünlüğü gerekmektedir. İnternet bağlantısı bulunan bilgisayar, akıllı telefon ve tablet gibi dijital iletişim araçlarının bireylerin temel iletişim araçları haline gelmesi dijital kültürün oluşumunun temel faktörlerindedir. Dijital teknolojilerin toplum tarafından hızla benimsenmesi toplumun kültürüne nüfuz etmesiyle sonuçlanmıştır. Kültür aynı zamanda üyeleri tarafından şekillendirilir. Dijital kültür toplumunda kullanıcılar internet gibi yeni teknolojiler üzerinde kontrol sahibi olabilmektedir. Bu araçları mesaj gönderme, metin, fotoğraf, video, grafik paylaşma, yorum belirtme ve bunun gibi birçok kullanma edimleriyle geliştirilirler. Kullanıcılar hem alıcı hem de gönderici konumunda yer almaktadır. Dijital teknolojiler aracılığıyla içerik yaratma ve sembollerin kullanımı gibi davranışlar toplumun kültürel süreçleriyle bağlantılıdır. Tarihte ilk olarak insan akli üretim gücü olmuştur (Castells, 2005,41). Deuze (2006,66) dijital kültürün haber ve enformasyon medyası yapımcılarının, çevrimiçi kullanıcıların etkinliklerinde ortaya çıktığını ve dijital kültürü geliştirmekte olan değerler sistemi ve beklentiler kümesi olarak gördüğünü belirtmiştir.

Bireyler çoğu yaşam pratiklerini internet üzerinde gerçekleştirmeye başlamıştır. Kültürel yaşamın önemli bir parçası olan milli ve dini bayram kutlamaları, özel gün tebrikleri sosyal medya aracılığıyla yapılmaktadır. Kendi sayfalarından paylaşımda bulunan bireyler geniş bir çevreye duygu ve düşüncelerini aktarabilmektedir. Uzun yıllar boyunca yüz yüze gerçekleştirilen tebrik ve kutlamalar dijitalleşmiştir.

Toplumun bireylerinin temel yaşamsal faaliyetlerinden olan üretme, tüketme, hayal etme, kavga etme, gibi yaşam biçimleri kökten değişim yaşamıştır (Castells, 2005,41). Çünkü dijital kültürde de diğer kültür çeşitlerinde olduğu gibi öne çıkan ortak

davranış kalıpları, değerler, alışkanlıklar vardır. Örneğin; Twit'ler atılarak veya diğer sosyal medya sitelerindeki gönderilere yorumlar yazılarak yapılan nefret söylemleri yeni kültürün kavga ve tartışma biçimidir. Bir insanın bir düşüncesine katılıyor olmayı ve bir insanla ilgili hoşnutluk duyulan herhangi bir şeyi sözlerle ifade etmek yerine dijital kültürde like (beğen) simgesine dokunmak yeterlidir. Bir başka örnek olarak market arabalarının dijital kültürde görünümü sanal alışveriş sepetleridir. Bilgisayar virüsleri, hacker'lar yeni kültürün para veya bilgi hırsızlarıdır. Toplumsal yaşama dair oldukça fazla örnek gösterilebilecek bu yeni ifade biçimleri günümüz toplumunda yargılanmamaktadır. Üstelik kültürel dönüşümün etkisi bütün dünyayı hızla sarmıştır.

“Dijital kültür, çağımızdaki yeniliklere uyum sağlayarak alışkanlıklarımızı şekillendirmeyi ifade eder. Bu yenilikler, genellikle teknoloji temellidir ve günlük yaşamımızın önemli bir parçasını oluşturur. Dijital kültür, çağın gereksinimlerine uygun bir yaşam tarzı ve alışkanlıkların bir yansıması olarak da değerlendirilebilir. Toplumların genellikle hafife aldığı bir durumu temsil ederek toplumun yaşam biçimini tamamen değiştirmektedir. Bu nedenle bu kültür içinde iyi ve kötü katılımcıların bulunduğu bir katılımcı kültür ortaya çıkmaktadır. Teknolojinin hayatımızdaki kaçınılmaz varlığı ise sorgulanması gereken bir konudur (Gere, 2008, 224).

Manuel Castells, yeni toplum biçimini ağ toplumu olarak tanımlayarak kültürel bir dönüşüm yaşandığını ifade etmiştir “Yeni iletişim sistemi toplumsal çıkarlar, yönetim politikaları ve iş dünyasının stratejileriyle aktarılan güçlü etkisiyle yeni bir kültürün ortaya çıktığını savunuyorum” (Castells, 2005,442). Dijitalleşmeyi insanların hayatına kazandıran teknoloji olsa da onun bir kültür çeşidi halini almasını sağlayan insanların teknolojiyi kullanma ve onu biçimlendirme davranışıyla ilişkilidir. İnsanlar teknolojiye kendi ihtiyaçları ve istekleri doğrultusunda şekil vermişlerdir. Çevrimiçi gazeteciliğin yaratılması, açık yayıncılık girişimlerinin artmasıyla bağımsız medya merkezlerinin yaygınlaşması, kullanıcılar tarafından çevrimiçi ortamlarda oluşturulan web günlükleri ve podcast yayınları ile kişiselleştirilmiş hikâye anlatımının popülerleşmesi Deuze (2006,70) tarafından dijital kültür faaliyetlerine örnek gösterilmiştir.

Deuze (2006,70), dijital kültür analizini modern yeni medya ve sosyal teorinin yer aldığı iki temel varsayıma dayandırmıştır. Yeni medyaya dair varsayımında ileri düzeyde sanayileşmiş modern toplumların gündelik yaşamın birçok yönünü bilgisayarlı sistem üzerinden yürüttüğünü belirtmiştir. Sosyal teori bağlamında ise küreselleşme, post- milliyetçilik ve bireysellik gibi modern toplumsal değişikliklere vurgu yapmıştır. Deuze dijital kültürü bunların birer ifadesi olarak görmüştür. Küresel kültürün

özellikleri olarak da görülebilecek bu kavramlara Deuze farklı bir bakış açısı getirerek dijital kültürün giderek daha fazla bireyselleşen bir toplumun ifadesi olduğunu savunmuştur. Dijital kültür yalnızca iletişim araçlarının yakınsaması ile ilişkili değildir. Dijital kültür bir süreçtir (Deuze, 2006,70).

Castells internet tabanlı yeni iletişim sisteminde birçok yaşamsal faaliyetin gerçekleştirilmesiyle kurumsal yaşam ve ev yaşamı arasındaki farkın bulanıklaştığını belirtmiştir. Aynı zamanda davranış kurallarının da karmaşıklaştığı varsayımını yapmıştır. Dijital araçlar hayatımızın her anındadır. Bu nedenle kültüre sızması kaçınılmaz olmuştur. Örneğin televizyon izlemek, radyo dinlemek, gazete okumak günün belli saatlerinde gerçekleştirilirken internet günün neredeyse her saatinde insan hayatındadır. Okulda, işte, alışverişte geleneksel iletişim araçlarının kullanımı en alt düzeydeyken internet bu faaliyetleri gerçekleştirebilmek için temel araç haline gelmiştir. Birbirinden bağımsız web siteleri ve mobil telefon uygulamaları arasında gezinmek gündelik yaşamın temel aktivitelerinden ve alışkanlıklarından biri haline gelmiştir. İnternet dilinde bu davranış “sörf yapma” olarak adlandırılmaktadır. Castells’in aynı andan birden fazla programı gözleme pratiği olarak açıkladığı sörf yapma insanların kendi görsel mozaiklerini yaratmalarına imkân tanımaktadır (Castells, 2005,457).

Dijital toplumda insanların pasiflikten interaktif bireylere dönüşmeleri kitle toplumundan kopuşa zemin hazırlamıştır. Kitle toplumunun homojen yapısı dijital toplumda parçalanmıştır. Eşzamanlılık ve iletilen mesajın aynılığı kitle iletişiminde özgüdür. Dijital iletişim araçları ve internet ağları sınırsız sayıda, birbirinden nitelik olarak farklı içerikleri sunmaktadır. Mesaj ve kaynaklar çoktur. Bu nedenle kullanıcılar seçici konumdadır. Kendi içeriklerini kendileri seçerler. Dolayısıyla kitleler gibi bütünlüklerden koparlar (Sabbah, 1985 Akt. Castells, 2005,454). Kitle toplumu “parçalanmış toplum”a dönüşmüştür. İzleyici kesim ideolojiler, değerler, zevkler ve hayat tarzları bakımından giderek parçalanmıştır (Ito, 1991 Akt. Castells, 2005,455).

İnternetin sanal mekânları, bir şehirdeki fiziksel mekanlar gibi kalabalıktır. Mekânları gibi kalabalıktır. İnsanlar, evlerinin dışında ihtiyaçlarını karşılamak için internet üzerindeki web sayfalarını ziyaret etmektedir. Manuel Castells’in ifadesiyle, “Sanal âlemin ticarileşmesi, bir tarihsel tecrübe olarak, canlı kent kültürünün yarattığı, mağazaların, dükkânların yer aldığı caddelere, bilinmeyen bölgelerin sıkıcılığını yer etmiş alışveriş merkezlerinden daha yakındır” (Castells, 2005,472). Bireylerin internete bağlı bir bilgisayar ekranından veya akıllı telefonlarının ekranından yaşamsal, kültürel faaliyetlerini gerçekleştirebildiği kültür dijital kültürdür. Cafe veya benzeri mekânlarda

sosyalleşmek için bir araya gelen insanlar, iş görüşmeleri ve toplantıları yürüten çalışanlar, birbirlerini görmek isteyen aile, akraba, arkadaş gruplarının üyeleri, ortak fikirlerini tartışmak için meydanlarda toplanan kalabalık gruplar artık sanal mekânları tercih etmektedir. Dolayısıyla kültür açısından önemli olan sosyalleşme ve bir araya gelme aktiviteleri dijitalleşmiştir.

Ağlara ve dijital kültüre toplumun bağlılığı devam ettikçe yaşanacak dönüşümler kaçınılmazdır. Bu dönüşümler sosyal sistemlerde oluşturulur, yeniden üretilir ve sürdürülür. Parçalanmış, düzenlenmiş, ağa bağlı bir dünya görünümü ortaya çıkmıştır. İnternet ve bilgisayar uygulamalarına erişimin kolaylıkla sağlanıyor olması ve bu araçların kullanımının artması dijital kültürün bir parçasıdır. Bu parçalar dijital kültürü hızlandırmaktadır (Agre, 2002 Akt. Deuze, 2006)

“Dijital kültür, dünya genelinde teknoloji aracılığıyla ortak bir oluşturulan kültürdür. Teknoloji sürekli bir evrim geçirir ve güncellenir. Bu yenilikler günlük yaşantımızın önemli bir parçasını oluşturur. Son yıllarda, büyük teknolojik ilerlemeler ve internet sistemlerinin gelişimi ile birlikte dijitalleşme her alanda yaygınlaşmıştır bu nedenle dijital kültür ile bilgi toplumu arasındaki ilişki, vazgeçilmez bir duruma gelmiştir (Türkoğlu, 2010,34-35).

Kültür kavramı, klasik dönemden modern döneme ve sonrasındaki postmodern döneme geçişle birlikte evrilmiş, değişmiş ve sınırlarını aşarak genişlemiştir. Barshkow’a (2004,443-458) göre, günümüzde ülkeler arasındaki kültürel sınırlar, yeni neokolonial ekonomik yapılar, bölgesel değişim sistemleri, göçler, sınır bölgeleri, medya, evangelizm ve turizm gibi faktörlerden dolayı oldukça geçirgen hale gelmiştir. Bashkow’un kültürü geçirgen sınırlarla tanımladığı görüşüne karşın, Gupta ve Ferguson, (1992,23) kültürü, tarihsel süreç içerisinde belirlenen, sürekli değişen ve sınırları akışkan bir yapı olarak değerlendirerek, onu durağan, otantik veya natürel boyuttan kurtarmışlardır. Klasik kültür kavramı, mekânsal koordinatlarla algılanan, ancak postmodern çağda kültürel sınırların ortadan kalktığı bir dönemde artık işlevini kaybetmiştir.

Bilişim çağının etkisiyle teknoloji, iletişim ve medyanın şekillendirici gücüyle birlikte çok katmanlı bir kültürel dönüşüm sürecine girmiştir. Özellikle Dijital iletişim araçlarının, çevrimiçi iletişim araçlarının gelişimi, kültürde kapsamlı bir değişimi beraberinde getirmektedir (Hepp, 2015,62). Castells’e göre, teknoloji toplumu özdeşleştirmekte ve ağlar, toplumun sosyal morfolojisini oluşturarak kültürel süreçleri kökten değiştirmektedir (2009, 500). 21. Yüzyılın evriminde, internetin keşfiyle birlikte, iletişimin elektronikleşmesi ağ toplumlarına dönüşmesi, bilginin dijitalleşmesi ve dijital

kültür olgusunun literatüre dahil olması ön plana çıkan önemli gelişmeler arasındadır.

Dijital kültür, teknolojinin hızla gelişmesi ve dijital platformların yaygınlaşması ile ortaya çıkan çok çeşitli alanları ve olguları kapsamaktadır. Dijital kültürün öne çıkan alanlarından biri, bireylerin iletişim kurma, bağlantı kurma ve bilgi paylaşma şeklini değiştiren sosyal medyadır. Facebook, Twitter, Instagram ve TikTok gibi sosyal medya platformları, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin oluşturulmasını ve paylaşılmasını sağlayarak ve sanal toplulukları teşvik ederek insanların hayatlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Dijital kültürün bir diğer önemli yönü de çevrimiçi eğlence ve medya tüketimidir. Netflix, YouTube ve Spotify gibi akış hizmetleri, insanların müzik, film, TV şovları ve diğer dijital içerik biçimlerine erişme ve bunları tüketme biçiminde devrim yaratmıştır. Dijital oyun, önemli büyüme ve kültürel etkiye tanık olan bir başka alandır. Çevrimiçi oyun toplulukları, e-spor yarışmaları ve sanal gerçeklik deneyimleri, insanların etkileşimli eğlenceyle ilişki kurma şeklini yeniden şekillendirmiş ve yeni sosyalleşme ve kültürel ifade biçimlerini teşvik etmiştir. Ek olarak, dijital kültür, dijital platformların örgütlenme, farkındalık yaratma ve değişim için harekete geçme araçları sağladığı çevrimiçi aktivizm ve sosyal hareketler gibi alanları kapsar. Ayrıca dijital kültür, sanatçıların dijital araçlar, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik kullanarak yeni yaratıcı olasılıkları keşfettiği dijital sanat alanını içerir. Geleneksel ifade ve bilgi yayma biçimlerini yeniden tanımlayan dijital edebiyat, podcasting ve çevrimiçi eğitim gibi alanlara da uzanır. Dijital kültür gelişmeye devam ettikçe, iletişim, eğlence, sosyal dinamikler ve sanatsal ifade dahil olmak üzere hayatımızın çeşitli yönlerini etkileyip şekillendirerek, giderek birbirine bağlı ve teknolojik olarak yönlendirilen dünyamızı yansıtan zengin ve karmaşık bir dijital manzara yaratmaktadır.

Dijital teknoloji ve internet birlikteliğinin insanoğlunun hayatındaki pek çok unsuru kapsadığı söylenebilir. Bu alanda son yıllarda yaşanan hızlı gelişmeler sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasal hayatı derinden etkilemektedir. Bunun sonucu olarak teknolojinin insan hayatının neredeyse her alanında var olduğu gerçeğiyle karşılaşılmaktadır. İnternet ve bilgi iletişim teknolojilerinin insan yaşamına hızlı girişi ve mevcut yapıyı değiştirmeye başlaması, bilgi toplumunun ortaya çıkardığı bir süreçtir. Bu süreç ise, önünde “e” harfi olan farklı yaklaşımları yaratırken güncellemektedir. “E- eğitim, e-sağlık, e-ticaret, e-bankacılık, e-kültür”deki gibi “e” eki internetin modern toplumun birçok alanına sızmış olduğunun açık bir göstergesidir” (Pullen vd., 2010, 83). Ayrıca dijital kültür kavramının içinde yer alan dijital teknoloji günlük yaşantıda oldukça fazla kullanılmaktadır. Bilgisayar, televizyon, cep telefonu, ipad gibi dijital donanımların yanı sıra günlük yaşamda sıklıkla kendisinden yararlanan yarı elektronik

ev aletleri ve kullanım panelleri, ATM cihazları gibi birçok nesnede dijital teknolojinin kullanımı ile karşılaşılmaktadır. Dolayısıyla dijital kültür kavramının, insanoğlunun yaşantısına etki eden yukarıda değinilen örnekleri ile dijital teknolojinin varlığından kaynaklanan bir oluşum olduğu söylenebilir. Dijital kültürün toplumsal yaşama yansımaları bunlarla da sınırlı kalmayacak, her geçen gün ortaya çıkan yeniliklerle köklü değişiklikler yaşanacaktır. İnsanoğlu bu teknolojik gelişim karşısında yenilenerek teknolojiye amaçlanan doğrultuda hükmedebilmeyi öğrendiği ve teknolojik okuryazarlığını aynı hızda geliştirebildiği sürece kültürel dönüşüm etkin olarak gerçekleşebilecektir. Öyle ki onun gerisinde kalanlar bile bu nedenle ona uyum sağlamak zorunda kalacaklardır. Dolayısıyla “bireylerin hızlı teknolojik gelişmelerle, giderek karmaşıklaşan toplum yaşamına ayak uydurabilmeleri için çağdaş bilgi, beceri ve tutumlarla donatılmaları gerekmektedir” (Şenel ve Gençoğlu, 2003, 52).

1.4.1.Dijital Kültürün Özellikleri

Dijital kültür, dijital teknolojilerin yaygın olarak benimsenmesi ve hayatımızın çeşitli yönlerine entegre edilmesiyle ortaya çıkan bir dizi farklı özellik ile karakterize edilmiştir. Dijital platformların kullanımı, bağlantı ve hızlı bilgi akışı ile şekillenen çok çeşitli olguları ve uygulamaları kapsar. Dijital kültürün temel özelliklerinden biri, dijital cihazların her yerde bulunması ve bunların günlük rutinlere sorunsuz entegrasyonudur. Akıllı telefonların, tabletlerin ve giyilebilir teknolojinin çoğalması, iletişim kurma, bilgiye erişme ve çevremizdeki dünyayla etkileşim kurma şeklini değiştirmiştir. Öne çıkan bir diğer özellik ise içerik oluşturma ve yaymanın demokratikleştirilmesidir. Dijital teknolojiler, bireyleri içerik üretme ve paylaşmada aktif katılımcılar olma konusunda güçlendirerek, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin, sosyal medya etkileycilerinin ve çevrimiçi toplulukların yükselmesine yol açmıştır. Ek olarak, dijital kültür, bağlantı ve coğrafi sınırları aşan sanal ağların oluşturulması ile karakterize edilir. İnternet ve sosyal medya platformlarının ortaya çıkışı, iletişimi, iş birliğini ve ortak ilgi alanları ve kimlikler etrafında odaklanan küresel toplulukların oluşumunu kolaylaştırmıştır. Ayrıca, dijital kültür, hızlı yenilik ve teknolojinin sürekli gelişimi ile işaretlenmiştir. Yaratıcılık, ifade ve etkileşim için yeni fırsatlar sunan yeni dijital araçlar, uygulamalar ve platformlar sürekli olarak ortaya çıkmaktadır. Dijital kültür gelişmeye devam ettikçe, iletişim ve eğlenceden sosyal dinamiklere ve kültürel ifadeye kadar hayatımızın çeşitli yönlerini etkiler ve şekillendirir. Dijital kültürün özelliklerini anlamak, dijital manzarada gezinmek ve giderek birbirine bağlı ve teknolojik olarak yönlendirilen bir dünyada anlamlı bir şekilde yer almak için çok önemlidir.

Dijital kültür, yaşama, iletişim kurma ve dünyayla ilişki kurma şeklimizi değiştiren çeşitli farklı özelliklerle tanımlanmıştır. Anahtar özelliklerden biri, bilgi ve medyanın sayısallaştırılmasıdır. Dijital teknolojiler, çok büyük miktarda bilgiyi dijital formatlarda depolamayı, erişmeyi ve dağıtmayı mümkün kılmıştır. Bu, yayıncılık, müzik ve film gibi çeşitli endüstrilerde devrim yaratarak geniş bir içerik yelpazesine kolay ve anında erişim sağlamıştır. Dijital kültürün bir diğer dikkate değer özelliği, internetin sağladığı karşılıklı bağlantı ve ağ oluşturmadır. İnternet, bireylerin coğrafi mesafeler arasında bağlantı kurmasına ve fikir, görüş ve deneyimlerini paylaşmasına olanak tanıyan iletişim ve iş birliği için küresel bir platform yarattı. Bu, ortak ilgi alanlarına sahip insanların bir araya gelip bağlantı kurabilecekleri sanal toplulukların ve çevrimiçi sosyal ağların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ayrıca, dijital kültür, sürekli yenilik ve teknolojik gelişmelerle işaretlenmiştir. Düzenli olarak yeni dijital araçlar, uygulamalar ve platformlar ortaya çıkmakta ve dünyayla iletişim kurmanın, öğrenmenin ve etkileşimde bulunmanın yeni yollarını sunmaktadır. Sanal gerçeklik deneyimlerinden yapay zekâ odaklı uygulamalara kadar bu yenilikler, dijital kültürün manzarasını şekillendiriyor ve katılım ve keşif için yeni fırsatlar sunmaktadır. Genel olarak, dijital kültürün özellikleri, dijital deneyimlerimizi şekillendirmede ve bilgi, medya ve birbirimizle etkileşim şeklimizi dönüştürmede dijitalleşme, karşılıklı bağlantı, kullanıcı katılımı ve teknolojik yeniliğin kilit roller oynadığı dinamik ve sürekli gelişen bir manzarayı yansıtmaktadır.

Dijital kültürün özellikleri yeni bir bağlantı, katılım ve yenilik çağını başlatmıştır. Bilgi ve medyanın dijitalleşmesi, bilgiyi daha erişilebilir ve eğlenceyi daha çeşitli hale getirmiştir. İnternet aracılığıyla birbirine bağlanabilirlik, küresel toplulukları teşvik etmiş ve benzeri görülmemiş bir ölçekte iletişimi kolaylaştırmıştır. Kullanıcı katılımı, bireyleri içerik yaratıcıları ve katkıda bulunanlar olma konusunda güçlendirerek, fikirlerin ve ifadelerin demokratikleşmesini pekiştirmiştir. Bu arada, sürekli teknolojik ilerlemeler, dijital kültürü yeniden şekillendirmeye ve yeniden tanımlamaya devam ederek katılım için yeni olanaklar ve yollar sunmaktadır. Bu gelişen ortamda gezinirken, dijital kültürün faydalarını kucaklarken aynı zamanda mahremiyet, bilgi doğruluğu ve sosyal dinamikler üzerindeki etkisini de eleştirel bir şekilde göz önünde bulundurmak önemlidir.

Dijital iletişim teknolojilerinin iletişim imkanlarını coğrafya ile sınırlı olmaktan kurtararak mekânsal anlamda genişletmesi açısından sözlü ve yazılı iletişim imkanlarından farklılaşır. Bunun bir başka anlamı ise dijital iletişimin kapsama alanının kişisel olmaktan çıkıp kitleselleşmesidir. Daha önceleri kişiler kendi kişisel alanındaki

sınırlı sayıda insanla iletişim kurarken artık etkileşimin imkanları sürekli artmaktadır. Diğer yandan dijital iletişim sınırsız bir depolama imkânı da sunmaktadır. (Törenli, 2005,85-89).

Dijital kültürde geleneksel iletişim araçları olarak bilinen araçlar bir medya üzerinde toplanabilmektedir. Gazetenin, televizyonun, radyonun sunduğu imkanlar, telefon ve bilgisayar gibi araçların özellikleri artık tek bir araçta birleşmekte, her gün yeniden yorumlanmaktadır. Dijital kültür mesajlarınızı ayrıca küresel bir düzeyde yaymanızı sağlar (Koroğlu, 2012, 14-15). Bu bağlamda bilgi çağını yaşadığımız günümüzde mesafenin daralmasından dolayı gelişmeler daha geniş alana daha hızlı yayılması açısından dijital kültürün bir avantajı olarak görülebilir.

İnternet multimedya ortamı olarak adlandırılan metin, görüntü, ses ve videoyu birleştirerek sunan çoklu bir ortamdır. İnternetle katılımcı rol de ortaya çıkmıştır çünkü birinin yarattığı içeriğe anında görüş bildirme ve geri bildirim alma olanağı doğmuştur. (Aydoğan, 2014, 22). İnternetin yaygınlaşmasıyla kitlelere mesaj gönderme kapasitesi artmış ve etkileşimli iletişimi mümkün kılmıştır.

1.4.2.Dijital Kültürün Öğeleri

Türk dil kurumu kültür kavramını; “tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü” (TDK, çevrimiçi: 13.07.2022) olarak tanımlanmaktadır. Dijital kültür ise “bilgisayar, internet ve akıllı cep telefonlarıyla hızlanmış bilgi iletişiminin bir sonucu olarak ortaya çıkan yeni yaşam biçimi ve bu yaşam biçiminin ürettiği maddi ve manevi değerler bütünü” (Aslıyüksek, 2017, 37) olarak tanımlanabilir.

Özellikle son yüzyılda teknolojinin gelişmesi ve gündelik yaşantımız içerisinde kullanım pratikleri bulması ile birlikte tüm dünyanın teknoloji üzerinden oluşturduğu ortak bir kültür ortaya çıkmıştır. Bu kültür, bu çağa özgü bir yaşam biçimi olan dijital kültürdür” (Songur, 2019,9).

Dijital kültür, dijital deneyimlerimizin manzarasını şekillendiren çeşitli unsurları kapsar. Temel unsurlardan biri, anlık mesajlaşma, e-posta, video konferans ve sosyal medya etkileşimleri için çeşitli platformların ve araçların kullanımını içeren dijital iletişimdir. Dijital iletişim, bireylerin coğrafi sınırlar ötesinde başkalarıyla bağlantı kurmasını ve etkileşim kurmasını sağlayarak sanal toplulukları teşvik eder ve fikir, bilgi ve deneyim alışverişini kolaylaştırır. Dijital kültürün bir diğer önemli unsuru, müzik, film, televizyon programları, e-kitaplar ve podcast'ler gibi dijital içerikleri içeren dijital

medyadır. Dijital medya, bireylerin akış hizmetleri ve çevrimiçi pazar yerleri gibi platformlar aracılığıyla isteğe bağlı olarak içeriğe erişmesine, akışına ve içeriği tüketmesine olanak tanıyan çok çeşitli seçenekler ve kolaylıklar sunar. Dijital medya, bireylerin kendi medya yaratımlarını üretmelerine ve dağıtmalarına olanak tanıyan, kullanıcı tarafından oluşturulan platformlarla içerik oluşturma ve paylaşma şeklimizi de dönüştürdü. Ek olarak, dijital kültür, dijital fotoğrafçılık, dijital illüstrasyonlar, grafik tasarım ve etkileşimli medya dahil olmak üzere dijital sanat biçimlerinin varlığıyla karakterize edilir. Dijital sanat, geleneksel sanatsal teknikleri dijital araçlar ve teknolojilerle birleştirerek yaratıcılık ve ifade için yeni olanaklar sunuyor. Çeşitli medya biçimlerinin denenmesine, etkileşimine ve harmanlanmasına izin verir. Ayrıca, dijital kültür, oyun ve sanal gerçeklik deneyimlerinin unsurlarını içerir. Çevrim içi oyun toplulukları, e-sporlar ve sanal gerçeklik platformları, sürükleyici deneyimler, sosyal etkileşimler ve yeni hikâye anlatma biçimleri sunan önemli kültürel fenomenler haline gelmiştir. Dijital kültürün bu unsurları, dijital çağda ortaya çıkan çok çeşitli dijital deneyimleri ve yaratıcılık, iletişim ve katılım fırsatlarını göstermektedir.

“Dijital kültürü tam olarak anlamak için, sadece 'bilgi toplumunun' ekonomik ve sosyal etkilerini değil, aynı zamanda ana akım tüketici ve medya kültürlerinde giderek artan bir rol oynayan değişen ve gelişmekte olan kültürel biçimleri de incelemek önemlidir. Böylece, dijital medya ve multimedyanın üretimi, kullanımı ve tüketilmesine odaklanan Kültürel çalışmalardan doğan daha ekonomik temelli 'bilgi toplumu' literatürü bağlantıyı bütünleştirir” (Miller, 2020, 10).

Dijital kültür konusu ile ilgili İnci vd. (2017) şunu belirtmiş ve şu sonuca varmışlardır:

“Dijital kültür ile ilgili yapılan çalışmaların gerek yurt içinde gerek yurt dışında olsun genellikle gençler ve üniversite öğrencileri üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu alanda çoğunlukla internetten faydalanabilme, dijital teknolojiler ve internette geçirilen süre gibi konular araştırılmaktadır. Halbuki dijital kültür ile ilgili çalışmaların çocukluk döneminden itibaren başlaması gerekmektedir. Teknolojinin yaşamımızın her alanını kapsadığı günümüzde çocukların teknoloji unsuru ile büyüdüğünü yadsıyamayız. Ama çocukları küçük yaşlardan itibaren dijital teknolojileri bilinçli kullanabilmeleri için yani dijital kültür bilincinin oluşabilmesi amacıyla eğitebiliriz. Bu nedenle çocuklarını bu konuya duyarlı olarak yetiştirebilmek için ebeveynlere de eğitimler verilebilir. Günümüzde dijital kültür bilincinin bireylerde oluşabilmesi için eğitimin ne kadar önemli bir etken olduğu anlaşılmaktadır. Bu sebeple aşağıdaki çalışmalar yapılabilir:

Dijital teknolojilerin günlük yaşamımızda doğru ve bilinçli kullanımı için bilimsel yayınlar üretilebilir. Hangi eğitim kademesinde olursa olsun, o eğitim kademesine yönelik dijital kültür ile ilgili bilimsel yayınlar üretilebilir. Dijital kültürün birey, toplum ve eğitim kavramları arasındaki ilişkileri incelenerek deneysel yayınlar hazırlanabilir” (İnci vd. 2017, 493-522).

1.4.3.Dijital Kültür ve Toplum

Innis’e göre birey teknolojisi ile birlikte vardır. Toplumun ve kültürün yaşadığı değişimler iletişim teknolojilerindeki değişimlerin bir sonucudur. Teknolojik araçların birçoğunun icat edilme sebebi insanın fiziksel yeteneklerine katkıda bulunmaktır. İletişim teknolojisi ise düşüncenin, bilincin, insana dair kavramsal yeteneklerin bir uzantısıdır (Alemdar & Erdoğan, 2005,2).

Dijital kültür, toplum üzerinde derin bir etkiye sahip olup etkileşim kurma, iletişim kurma ve dünyada gezinme şeklimizi şekillendirmiştir. Bu etkinin önemli bir yönü, toplumsal dinamiklerin ve ilişkilerin dönüşümüdür. Dijital platformlar ve sosyal medya, bireylerin benzer ilgi alanlarını, deneyimleri veya kimlikleri paylaşan diğer kişilerle bağlantı kurmasına ve bunlarla ilişki kurmasına izin vererek çevrimiçi toplulukların oluşturulmasını kolaylaştırmıştır. Bu dijital topluluklar, bireylerin destek bulmaları, kendilerini ifade etmeleri ve coğrafi sınırlar ötesinde ilişkiler kurmaları için alanlar sağlar. Ek olarak, dijital kültür, anlık mesajlaşma, görüntülü aramalar ve sosyal ağ oluşturmaya olanak tanıyan çevrimiçi platformlarla iletişim biçimlerini etkilemiştir. Bu dijital bağlantı, gerçek zamanlı etkileşimlere ve küresel bağlantılara izin vererek iletişimin erişimini ve hızını genişletmiştir. Ayrıca, dijital kültür, kültürel üretim ve tüketimdeki değişiklikleri katalize etmiştir. İçerik oluşturma ve dağıtımın demokratikleşmesi, çok sayıda sesin, bakış açısının ve yaratıcı ifadenin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bireyler artık geleneksel hiyerarşilere meydan okuyarak ve çeşitli anlatıları genişleterek kendi içeriklerini oluşturup paylaşabilir. Öte yandan toplum, eğitim, iş ve eğlence dahil olmak üzere günlük hayatın çeşitli yönlerinde dijital teknolojilere giderek daha fazla bağımlı hale gelmiştir. Dijital araçlara olan bu bağımlılığın hem avantajları hem de zorlukları vardır, çünkü kolaylık ve erişilebilirlik getirirken aynı zamanda mahremiyet, aşırı bilgi yüklemesi ve dijital bölünme ile ilgili endişeleri de artırır. Dijital kültür gelişmeye devam ettikçe, dijital kültürün faydalarının en üst düzeye çıkarılmasını ve potansiyel dezavantajların en aza indirilmesini sağlamak için toplumun etkilerini yönlendirmesi, dijital okuryazarlığı teşvik etmesi ve sorumlu katılımı teşvik etmesi çok önemlidir. Dijital kültür ve toplumun kesişimi, bireylerin ve

toplulukların refahını ve ilerlemesini destekleyen bir dijital manzarayı şekillendirmek için sürekli düşünmeyi, uyum sağlamayı ve etik değerlendirmeleri gerektiren dinamik ve karmaşık bir alandır.

1.5.Dijital Teknolojinin Dijital Kültüre Dönüşümü

Dijital teknolojinin dijital bir kültüre dönüşmesi bu çağın doğal bir sonucudur. Çünkü insanoğlu günlük yaşantısının neredeyse tüm anlarında teknoloji ile iç içedir. Artık birey ya da toplumların teknolojinin dışında kalmaları düşünülemez. O nedenle yaşanan çağ, insanoğlunu kendisine bağımlı kılmaya başlamıştır. Hatta o kültürden yoksun olanlara garip gözle bile bakılmaktadır. Vapurda, uçakta, otobüste hatta sokakta yürürken bile dijital teknolojinin geçmişte imkânsız gibi görünen özelliklerinden yararlanılması artık olağan karşılanmaktadır. İnsanlığın günlük yaşantısında artık bu denli kesintisiz olarak yer alan teknolojik donanımlar kaçınılmaz olarak yeni bir kültürün habercisi olmaya başlamışlardır. O da dijital kültürün ta kendisidir. Kültürün tanımı dikkate alındığında genel olarak yaşanan çağda “insanoğlunun ortaya koyduğu her şey” arasında dijital donanımlarının da yer alması bu olguyu güçlü kılmaktadır. Toplumsal ve sosyolojik açıdan bakıldığında aslında ima edilen en büyük etken, etkisi göz ardı edilemeyecek kadar büyük olan internettir. Bilgisayarlar, cep telefonları iPad’ler ile birbirine sanal olarak bağlı ve istenildiğinde anda iletişim içinde olunabilecek bir ağ kurulmuştur. Bu ağ sayesinde ortaya çıkan yeni, sosyal ve ekonomik ilişki biçimi eski değerleri tamamen değiştirmiştir. Ayrıca, bu çağda diğer kitle iletişim araçlarını da kendi bünyesinde toplayarak, kullanıcılara birçok seçenek sunmuş ve toplumsal yaşantıda yerini almıştır. “Günümüzde ucuz ve etkin haberleşme olanağı sunmasıyla başlı başına bir kitle iletişim aracı haline gelmiş olan internet, birçok genç için televizyonun ya da dışarıda gerçekleştirilebilecek birçok sosyal etkinliğin yerini almıştır” (Gürcan vd. 2008, 17). İnsanlar internet aracılığıyla hem iletişim kurarak daha fazla etkileşim içerisine girmekte hem de çok çeşitli alanlara yönelik (bilim, sanat, haber, spor, eğlence vb.) temel düzeyde ama geniş kapsamlı bilgilere ulaşabilmektedirler. Örneğin önceleri bilgiye ulaşmak için kütüphanelere gidilir, kitaplar arasında araştırma yapılarak bilgiye erişilirdi. Şimdi internet üzerinden bazı çevrimiçi (online) kütüphanelere giriş yapılarak bilgi taraması yapılabilmekte, birçok resmi dijital ansiklopedi sitelerinden güvenilir bilgilere ulaşılabilir.

1.6.Kitle Kültüründen Dijital Kültüre Geçiş

Kitle kültüründen dijital kültüre geçiş, bilgi, medya ve kültürel ürünlerin nasıl üretildiği, tüketildiği ve paylaşıldığı konusunda önemli bir değişimi işaret etmektedir. Kitle kültürü çağında, televizyon, radyo ve gazeteler gibi geleneksel medya kuruluşları, kültürel içeriği pasif bir izleyici kitlesine şekillendirme ve yayma gücünü elinde tutmaktaydı. Bununla birlikte, dijital kültürün gelişiyile, teknolojik gelişmeler ve internetin yaygınlaşması bu merkezi modeli bozmuştur. Dijital kültür, içerik oluşturma, dağıtım ve tüketimi demokratikleştirdi. İnternet erişimine ve temel dijital araçlara sahip olan herkes artık çeşitli çevrimiçi platformlarda içerik üretip paylaşabilir ve potansiyel olarak küresel bir kitleye ulaşabilir. Bu değişim, bireylerin ilgilendikleri içerik üzerinde daha fazla kontrole sahip olmalarının yanı sıra kültürel sohbetlere aktif olarak katılma ve katkıda bulunma becerisiyle, kültürel tüketimin parçalanmasına yol açtı. Sosyal medyanın, video paylaşım platformlarının ve akış hizmetlerinin yükselişi, bireyleri daha da güçlendirerek, onların kendi kişiselleştirilmiş deneyimlerini düzenlemelerine ve ilgili niş topluluklarla etkileşim kurmalarına olanak sağladı. Kitle kültüründen dijital kültüre geçiş, yalnızca kültürel ifadelerin çeşitliliğini çeşitlendirmekle kalmadı, aynı zamanda etki dinamiklerini ve kültürel kapı bekçiliğini de dönüştürdü. Geleneksel medya kurumları dijital ortama uyum sağlamak zorunda kalırken, etkileyiciler ve çevrimiçi içerik oluşturucular öne çıktıkça geleneksel kültürel otorite hiyerarşisine meydan okundu. Bu geçiş, kültürün nasıl üretildiğine, tüketildiğine ve deneyimlendiğine dair bir paradigma değişimini temsil ederek, dijital teknolojilerin kültürel manzarayı yeniden şekillendirme ve katılım ve ifade için yeni yollar sağlama gücünü vurgulamaktadır.

Dijk'e göre (2012, 293) Dijital kültürün 7 ana özelliği bulunmaktadır:

- Önceden Programlama ve Yaratıcılık,
- Parçalanma,
- Kolaj,
- Kullanıcı Üretimi,
- Hızlanma,
- Görselleştirme,
- Nicelleştirme

Kitle kültüründen dijital kültüre geçiş, kültürel içeriği yaratma, tüketme ve bunlarla ilişki kurma biçimimizde derin bir dönüşüme yol açmıştır. Dijital teknolojilerin ve internetin ortaya çıkışı, geleneksel merkezileştirilmiş kitle kültürü modelini paramparça ederek, bireyleri kültürel manzaranın aktif katılımcıları haline getirmiştir. Dijital kültür,

internet erişimi olan herkesin kendi eserlerini üretmesine ve paylaşmasına izin vererek, çok çeşitli sesleri ve bakış açılarını teşvik ederek içerik oluşturmayı demokratikleştirdi. Bununla birlikte, dijital kültür gelişmeye devam ettikçe, yanlış bilgilendirme, mahremiyet ve dijital eşitsizlikler de dahil olmak üzere, sunduğu sonuçları ve zorlukları eleştirel bir şekilde incelemek önemlidir. Bununla birlikte, dijital kültüre geçiş, yaratıcılık, ifade ve kültürel alışveriş için yeni olanaklar sunarak etkileşim kurma ve paylaşılan kültürel deneyimlerimizi şekillendirme biçimimizi dönüştürdü. Bu geçiş sürecinde yol alırken, kapsayıcılığı, özgünlüğü ve anlamlı katılımı teşvik edecek şekilde dijital kültürün fırsatlarını benimsemek ve karmaşıklıklarında gezinmek önemlidir.

1.7.Dijital Medya Kültürü

Televizyon, insanların en kolay ulaşabildiği medya araçlarının başında yer almaktadır. Kişiler kolayca edinilebilen bu görsel medya aracını hem eğlenmek hem de bilgi edinmek amacıyla etkin bir şekilde kullanmaktadır. Şöyle ki uydu yayınları aracılığıyla ulaşılabilen çeşitli haber, eğlence, kültür, müzik, belgesel, çizgi film vb. kanalları ile 7"den 77"ye birçok yaş grubu tarafından izlenmektedir. Kolayca ulaşılabilen birçok kanal seçeneğiyle ekranın kontrol edilebilmesi, televizyonu yaygın olarak kullanılan bir yeni medya aracına dönüştürmüş, gelişen teknoloji ile popüler kılmış ve gün geçtikçe artan kendi kitlelerini rahatlıkla yaratmıştır. Diğer bir dijital medya aracı olan telefonun, haberleşme uyduları aracılığıyla cep telefonlarına dönüşerek kullanım alanı oldukça yaygınlaşmıştır. Cep telefonları sadece konuşma gereksinimini karşılamanın dışında, özellikle bireysel kullanıma olanak sağlayarak kişiye eğlenme (mp3 ve mp4, video, internet, oyun vb.) seçenekleri, bilgi edinme, karşılıklı etkileşim ve iletişim amacıyla da birden fazla kişi ile aynı anda çoklu iletişim kurabilme gibi olanaklar sunmaktadır. Cep telefonları, haberleşme uyduları aracılığıyla kişileri hareket halindeyken bile hemen her yerde (kullanılan operatörün çekim alanı içerisindeki her ortamda) ulaşılabilir duruma getirmiştir.

1.7.1.Dijital Medyaya Maruz Kalma Değişkenleri

Genel olarak yaşanan dijital çağda medyanın hipnoz edici etkisine yeterli bilinç düzeyinde olmayan bireyler hazırlıksız yakalanabilirler. Bu kitleler her sosyal statüde, gelir ve eğitim düzeyinde, cinsiyette ve yaşta olabilir. Bu durum çeşitli değişkenlere bağlı bir değişiklik gösterir. Aslında belirleyici olan unsur, hem bu değişkenler tarafından oluşturulan ortamlarda, mekânlarda hem de bu değişkenlere bağlı olarak kullanılan teknoloji ve medyayla açığa çıkmaktadır. Günlük yaşamda en yaygın

kullanım alanına sahip olan medya hiç Şüphesiz televizyondur. Çünkü bu dijital kutunun olmadığı bir zamanda yaşamının imkânsız olduğuna ilişkin olağanüstü bağımlılık yaratıcı bir düşünce kronik bir durum oluşturmuştur. Aslında bu düşüncenin bile kabulü onun yaşantılarda ne kadar fazla oranda yer aldığını ve ne kadar çok bireyi kendisine istemsiz maruz bıraktığını bile açıkça ortaya koymaktadır. Çok uygun fiyatlarda çok farklı teknolojik özelliklerde farklı alıcı kitlelerine uygun seçenekler sunduğu için de cazip bir seçenek sunmakta ve her evde, iş yerinde hatta okullarda karşılaşılan televizyon vazgeçilmez bir araç olarak artık yer almaktadır. Evlerde televizyon bazen izlenmese de dinlenilmesi“ düşüncesiyle açık durumdadır. Cinsiyet ve yaş gibi değişkenlere bağlı olarak ilgi duyulan programlar ve onların yayın saatleri ve yayına maruz kalma davranışları da sunulan hizmete göre farklılık göstermektedir. Örneğin, “net kuşağı teknolojiyi ebeveynlerinden daha farklı kullanır. (...) Net kuşağı sadece TV seyretmez, arkadaşlarla chat yaparken ve webde gezinirken televizyonu dinler” (Tapscott, 2009, 70).

Bir ev hanımı ev işleriyle meşgul iken herhangi bir kanalda rastgele bir konuya ilişkin duyduklarını farkında olmaksızın özümseyerek söz konusu olan Şeylere karşı farklı biçimlerde tepki ortaya koyabilir. Farklı yaş aralığındaki çocuklar ağırlıklı olarak çizgi filmler ve yaş düzeylerine uygun dizi filmler izlerler iken yetişkin erkekler daha çok haberler ve spor programları ile sinema filmleri izlemektedir. Televizyon ve cep telefonu kadar bilgisayarlar da günlük yaşam pratiğinde sunduğu kolaylıklar nedeniyle yaygın bir kullanım alanına sahiptirler. Genellikle kendisi aracılığıyla internete bağlanması onu vazgeçilemez bir unsur kılmakta ve lüks bir tüketim nesnesi olmaktan alıkoymaktadır. O nedenle bazen bir evde bile birden fazla bilgisayar bulunabilmektedir. Kullanım amaçlarına bağlı türde donanımsal özellik, model, işletim sistemi gibi farklılıklar gösteren bilgisayar gelir düzeyinin olanakları doğrultusunda satın alındıkları kadar dijital kültürün yaratmış olduğu olguya da bağlıdır. Kişinin dijital medyada yer alan teknolojilere karşı tutumuyla o teknolojiyi ne derece kullanabildiği (teknoloji okuryazarlığı) arasındaki ilişki de dijital medyaya maruz kalma değişkenleri arasında yer almaktadır. Örneğin bir kişi bilgisayarı başarılı bir şekilde kullanabiliyorsa, hayatında bilgisayara daha fazla yer verecek, ona karşı daha pozitif duygu, biliş ve beceri geliştirecektir. Aksi durumda kişinin birtakım zorluklarla karşılaşması durumunda o teknolojiye karşı tutumu negatif olabilir. Bu durum bekli de kişinin o teknolojiyi kullanmamasına, yaşamında ona yer vermemesine neden olacaktır.

1.8.Dijital Kültürün Okuryazarları

Dijital kültür okuryazarlığı, dijital kültürün çeşitli yönlerinde eleştirel bir şekilde gezinme, anlama ve bunlara katılma becerisini ifade eder. Giderek dijitalleşen bir dünyada, dijital okuryazar olmak, dijital kültürün karmaşıklıklarıyla etkili bir şekilde ilgilenmek için çok önemlidir. Dijital kültür okuryazarlığı, medya okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı ve dijital vatandaşlık gibi alanları kapsayan beceri ve yeterliliklerin geliştirilmesini içerir. Bireylerin sosyal medya, çevrimiçi platformlar ve dijital içerik dahil olmak üzere dijital alanlarda oyun oynayan dinamikler ve etkiler hakkında eleştirel bir anlayışa sahip olmalarını gerektirir. Dijital kültür okuryazarlığı, çevrimiçi bilgilerin güvenilirliğini ve güvenilirliğini değerlendirebilmeyi, güvenilir kaynaklar ile yanlış bilgileri ayırt edebilmeyi içerir. Ayrıca, gizlilik endişeleri ve sorumlu çevrimiçi davranış gibi dijital teknoloji kullanımının etik etkilerini anlamayı da içerir. Ayrıca, dijital kültür okuryazarlığı, dijital topluluklara aktif ve anlamlı bir şekilde katılma, çevrimiçi diyalog, iş birliği ve yaratıcılıkla ilgilenme becerisini kapsar. Bu, dijital görgü kurallarını anlamayı, farklı bakış açılarına saygı duymayı ve çevrimiçi ortamlarda etkili bir şekilde iletişim kurmayı ve iş birliği yapmayı içerir. Dijital kültür okuryazarlığının geliştirilmesi, bireylerin mevcut çok büyük miktarda dijital içerikte gezinmesi, bilinçli seçimler yapması, bilgileri eleştirel bir şekilde analiz etmesi ve yorumlaması ve dijital alemde sorumlu bir şekilde yer alması için çok önemlidir. Bireyler, dijital kültür okuryazarlığını geliştirerek, dijital kültürün dönüştürücü potansiyelinden yararlanırken aynı zamanda karmaşıklıklarını, zorluklarını ve fırsatlarını değerlendirebilir.

Dijital kültür okuryazarlığı, dijital çağda bireyler için hayati bir beceri setidir. Bireyleri dijital kültürde gezinmek, anlamak ve etkili bir şekilde katılmak için gerekli bilgi, beceri ve eleştirel düşünme yetenekleriyle donatır. Dijital kültür okuryazarlığı, bireylerin dijital içeriği eleştirel bir şekilde değerlendirmelerine, güvenilir bilgileri yanlış bilgilerden ayırt etmelerine ve bilinçli seçimler yapmalarına olanak tanır. Ayrıca, dijital alanlarda saygılı ve kapsayıcı katılımı teşvik ederek sorumlu ve etik dijital vatandaşlığı teşvik eder. Bireyler, dijital kültür okuryazarlığını geliştirerek, dijital kültürün çeşitli yönleriyle güvenle ve anlamlı bir şekilde ilişki kurabilir, avantajlarından yararlanabilir ve zorluklarını aşabilir. Dahası, dijital kültür okuryazarlığı, bireylerin dijital manzarayı otantikliği, empatiyi ve olumlu sosyal etkiyi teşvik edecek şekilde şekillendirmede aktif katkıda bulunanlar, yaratıcılar ve katılımcılar olmalarını sağlar. Hızla gelişen bir dijital dünyada, dijital kültür okuryazarlığı, bireylerin dijital kültürün

dinamik ve birbirine bağlı dnyasında gelişmesi, uyum sağlaması ve sorumlu bir şekilde yer alması için bir temel görevi görür.



İKİNCİ BÖLÜM

DİJİTAL KÜLTÜR, DİJİTAL MEDYA (İLETİŞİM ORTAMLARI) VE DEĞİŞİM

2.1.Dijital Medya ve Özellikleri

Geleneksel medyanın aksine dijital medya en basit şekliyle dijital kablolar ya da uydular tarafından cihazlara gönderilen 1 ve 0'lardan oluşan ikili kodun ses, video, grafik, metin gibi içeriklere dönüştürülmek üzere iletilen dijital verinin iletilmesi olarak açıklanabilir. Dijital ortam ya da dijital medya; videolar, makaleler, reklamlar, müzik, podcast'ler, sesli kitaplar, sanal gerçeklik veya dijital sanat biçiminde olabilir.

2.1.1.Sosyal Medya

Bilgisayar ve internetin icadı gibi iletişim alanında ortaya çıkan ilerlemeler medyayı geliştirerek yeni medya kavramını ortaya çıkarmıştı. Etkileşimin fazla olduğu Web 2.0 temelli sosyal medya yeni medyanın bir ürünüdür ve yeni medya teknolojileri ile meydana gelmiştir. İnternet, bilgisayar gibi araçların yanı sıra akıllı cep telefonları ve tabletlerin ortaya çıkması ve yaygınlaşması sosyal medyanın insan hayatında daha fazla yer alması ile sonuçlanmıştır. Sosyal medyayı bireylerin etkileşimli bir biçimde metin, ses, video ve fotoğraf vb. paylaşımı, mesajlaşma, görüntülü konuşma, bilgi edinme, eğlenme gibi faaliyetlerini gerçekleştirdiği alan olarak tanımlamak mümkündür. Kullanıcılar sosyal medyaya bilgisayar yazılımları ile oluşturulan akıllı telefon ve tablet uygulamaları (application) ile erişebilmektedirler. Aynı zamanda bilgisayar aracılığıyla web siteleri kullanılarak sosyal medyaya erişim sağlanabilmektedir.

Sosyal medyanın kökleri ve ilk oluşum süreci yirminci yüzyılın sonlarına dayanmaktadır. Bilgisayar bilimcileri Tom Truscott ve Jim Ellis 1979 yılında Duke Üniversitesi'nde yüksek lisans öğrenimlerine devam ederken Usenet'i geliştirmişlerdir. Usenet, internet kullanıcılarının herkesin erişimine açık bir şekilde mesaj iletebilmesini sağlayan bir tartışma sistemidir. Usenet'in yanı sıra 1998 yılında Bruce ve Susan Abelson tarafından kurulan Open Diary de ilk sosyal medya sitesi örneklerindedir. Open Diary'de kullanıcılar çevrimiçi bir şekilde günlüklerini internet üzerinde yazmışlardır. Daha sonra çevrimdışı kullanılan web sitesi günümüzde de halen erişime açıktır. Usenet ve Open Diary sosyal medyanın atası, antik dönem sosyal medya siteleri olarak tanımlanmaktadır. Dijital çağda sıklıkla karşılaştığımız blog kavramı da oldukça eskiye dayanmaktadır. "Weblog" terimi blog yazarları tarafından zaman içinde evrilerek

“blog” adını almıştır (Kaplan ve Haenlein, 2009,1). İnternetin hızının artması ve kullanımının yaygınlaşması ile sosyal ağ sitelerinin sayısında artış yaşanmıştır. Örneğin; video izleme ve paylaşım, alışveriş ve pazarlama, kurum ve kuruluş faaliyetleri, fotoğraf ve metin paylaşımı, gündem takibi ve bireylerin birbiriyle etkileşim kurabilmesine olanak tanıyan çok çeşitli sosyal medya siteleri ortaya çıkmıştır.

Sosyal medyanın sahip olduğu kendine özgü beş temel öge bulunmaktadır. Bunlar; katılımcılar, açıklık, konuşma, toplum ve bağlantılılıktır. Mayfield (2008,6) *What is Social Media*'da belirttiği bu temel öğeleri şu şekilde açıklamıştır: katılımcılar, açıklık, konuşma, toplum, bağlantılılık. Paylaşım ve etkileşim katılımcılar tarafından yapılmaktadır. Sosyal medya varlığını katılımcılar ile korumaktadır. Katılımcıları cesaretlendirmekte ve geri bildirim sağlamaktadır. Sosyal medya geribildirim ve etkileşime açıktır. Servisler aracılığıyla herhangi bir kişi ve araca ihtiyaç duyulmadan sosyal medya kullanılabilir. Konuşma özelliği sosyal medyadaki iki yönlü iletişim ya da çoklu aktarımda ön plana çıkmaktadır. Geleneksel medyada ise tek yönlü bir iletişim bulunmaktaydı. Sosyal medyada topluluklar hızlı ve etkili bir şekilde oluşmaktadır. Topluluk üyeleri kolay bir biçimde birbirleriyle paylaşımda bulunabilmektedir. Son olarak bağlantılılık ile sosyal medyada site bağlantılarına ulaşım sağlanabilmektedir. İstenilen herhangi bir konuya linkler aracılığıyla bağlantı sağlanabilir.

İçinde bulunduğumuz çağda sosyal medya kullanımı yalnızca gönüllü bir tercih değildir. Toplumsal yaşam, iş ve eğitim dünyası da artık sosyal medya ile yakından ilişkilidir. Bireyler sosyal medyada kendi yaşantısını, deneyimlerini paylaşmaktadır. Aynı şekilde çevresinde bulunan insanların yaşantısını ve deneyimlerini gözlemlemektedir. Bireyler sosyal medyada kendini inşa ederek görünür olmaya çalışmaktadır. Bireylerin yanı sıra özel ve kamu kurum ve kuruluşları da halkla veya müşterilerle özete hedef kitlesi kim ise onlarla sosyal medya aracılığıyla iletişim kurmaktadır. Ağ üzerinden sağlanan bu iletişim aracılığıyla her iki taraf arasında bağ kurulmaktadır. Bu bağ yapılan işin sonucuna çoğunlukla olumlu etki etmektedir. Sosyal medya haber alma ve haber verme özgürlüğünü genişletmiştir. İnsanlar evlerinden ayrılmadan birçok kişiyle sosyalleşebilmekte yıllardır görüşmediği eski tanıdıklarına ulaşabilmektedir. Fikirlerini milyonlarca kişiyle paylaşabilme, çeşitli gruplara dahil olabilme ve gruplar kurabilme fırsatına sahip olmuşlardır. Sosyal medya iletişim sürecini yüzyıllar boyunca süregelen sisteme göre çok daha ulaşılır ve kolay hale getirmiştir. Daha az maliyet gerektirmektedir. İnsan ve toplum yaşamına oldukça fazla faydası bulunan sosyal medyanın olumsuz tarafları da bulunmaktadır. Sosyal medya

diğer iletişim araçlarına kıyasla daha özgür bir ortamdır. Bu özgürlüğün demokratikleşme adına bir ilerleme olduğunu savunan düşüncelerin aksine özgürlüğü kısıtladığını ve başka insanların hayatlarına müdahale olabileceğini savunan görüşlerde mevcuttur. Kullanıcılarının sosyal medya ortamında kendilerini farklı kimlikte yansıtmasını yine sosyal medyanın insanları yalnızlaştırdığı ve asosyalleştirdiği görüşü de olumsuz görüşler arasında yer almaktadır (Lafcı, 2021,33).

İçinde bulunduğumuz çağda sosyal medya kullanımı yalnızca gönüllü bir tercih değildir. Toplumsal yaşam, iş ve eğitim dünyası da artık sosyal medya ile yakından ilişkilidir. Bireyler sosyal medyada kendi yaşantısını, deneyimlerini paylaşmaktadır. Aynı şekilde çevresinde bulunan insanların yaşantısını ve deneyimlerini gözlemlemektedir. Bireyler sosyal medyada kendini inşa ederek görünür olmaya çalışmaktadır. Bireylerin yanı sıra özel ve kamu kurum ve kuruluşları da halkla veya müşterilerle özetle hedef kitlesi kim ise onlarla sosyal medya aracılığıyla iletişim kurmaktadır. Ağ üzerinden sağlanan bu iletişim aracılığıyla her iki taraf arasında bağ kurulmaktadır. Bu bağ yapılan işin sonucuna çoğunlukla olumlu etki etmektedir. Sosyal medya haber alma ve haber verme özgürlüğünü genişletmiştir. İnsanlar evlerinden ayrılmadan birçok kişiyle sosyalleşebilmekte yıllardır görüşmediği eski tanıdıklarına ulaşabilmektedir. Fikirlerini milyonlarca kişiyle paylaşabilme, çeşitli gruplara dahil olabilme ve gruplar kurabilme fırsatına sahip olmuşlardır. Sosyal medya iletişim sürecini yüzyıllar boyunca süregelen sisteme göre çok daha ulaşılır ve kolay hale getirmiştir. Daha az maliyet gerektirmektedir. İnsan ve toplum yaşamına oldukça fazla faydası bulunan sosyal medyanın olumsuz tarafları da bulunmaktadır. Sosyal medya diğer iletişim araçlarına kıyasla daha özgür bir ortamdır. Bu özgürlüğün demokratikleşme adına bir ilerleme olduğunu savunan düşüncelerin aksine özgürlüğü kısıtladığını ve başka insanların hayatlarına müdahale olabileceğini savunan görüşlerde mevcuttur. Kullanıcılarının sosyal medya ortamında kendilerini farklı kimlikte yansıtmasını yine sosyal medyanın insanları yalnızlaştırdığı ve asosyalleştirdiği görüşü de olumsuz görüşler arasında yer almaktadır (Lafcı, 2021, 34).

Sosyal medya kendi içinde çok çeşitlidir ve temel araçları bloglar, mikrobloglar, wikiler, sosyal işaretleme siteleri, medya paylaşım siteleri, sanal dünyalar, podcasting, sosyal ağlardır (Yayla, 2018,40-65). İçinde bulunduğumuz çağın ayrılmaz bir parçası olan sosyal medya iletişim alanındaki akademik çalışmalara yeni kavramlar eklemeye ve yeni araştırmaları zorunlu kılmaya devam etmektedir. Sosyal medya siteleri 21. yy'da artık hayatın vazgeçilmez parçalarından biri konumundadır. Kullanım amaçları ve

kullanış tarzları birbirinden farklılık gösteren çok çeşitli sayıca oldukça fazla sosyal medya siteleri bulunmaktadır. Ancak sosyal medya sitelerinden bazıları daha fazla kullanıcı sayısına sahiptir ve diğerlerine göre daha popüler hale gelmiştir. Bir alt başlıkta bu sosyal medya siteleri ele alınacaktır.

2.1.1.1.Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medya platformları, başkalarıyla bağlantı kurma, iletişim kurma ve ilişki kurma şeklimizi şekillendiren çeşitli özellikler sunarak dijital kültürümüzün dokusunun ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medyanın dikkate değer bir özelliği, bireylerin kendilerini temsil etmelerine ve kişisel bilgileri, ilgi alanlarını ve fotoğrafları paylaşmalarına olanak tanıyan kullanıcı profilleri oluşturma yeteneğidir. Bu profiller dijital bir kimlik görevi görür ve başkalarıyla bağlantı ve ilişki kurulmasını kolaylaştırır. Sosyal medya ayrıca kullanıcı tarafından oluşturulan içeriği paylaşmak ve tüketmek için bir platform sağlar. Bireyler, düşüncelerini, deneyimlerini ve bakış açılarını ifade etmelerini sağlayan metin güncellemeleri, fotoğraflar, videolar ve bağlantılar yayımlayabilir. Ayrıca, sosyal medya platformları, anlık mesajlaşma, yorum yapma ve paylaşma işlevleri dahil olmak üzere bir dizi iletişim aracı sunar. Bu özellikler, gerçek zamanlı etkileşimleri kolaylaştırarak kullanıcıların konuşmalara katılmasına, geri bildirimde bulunmasına ve ağlarıyla içerik paylaşmasına olanak tanır. Sosyal medyanın bir diğer ayırt edici özelliği, çevrimiçi topluluklar oluşturma ve bunlara katılma yeteneğidir. Bu topluluklar, ortak ilgi alanları, hobiler, davalar veya bağlılıklar etrafında dönerek bireylerin bağlantı kurması, iş birliği yapması ve benzer düşünen bireyleri bulması için bir alan sağlar. Sosyal medya platformları ayrıca, kişiselleştirilmiş bir kullanıcı deneyimi yaratarak, kullanıcı tercihlerine ve davranışlarına dayalı olarak kişiselleştirilmiş içerik akışlarını düzenleyen algoritmalar içerir.

Ayrıca sosyal medya, kullanıcıların tanınmış figürleri, kuruluşları ve etkileycileri takip edip onlarla etkileşimde bulunabilmeleri ve daha geniş bir perspektif ve haber yelpazesine erişim sağlamaları nedeniyle halkın katılımına izin verir. Bu özellikler bağlantı kurmayı, kendini ifade etmeyi ve bilgiye erişimi kolaylaştırmış olsa da gizlilik sorunları, çevrimiçi taciz ve yanlış bilginin yayılması gibi sundukları zorlukların farkında olmak önemlidir. Sosyal medyanın özelliklerini anlamak, bireylerin bu platformlarda sorumlu bir şekilde gezinmesi ve potansiyel riskleri azaltırken tüm avantajlardan yararlanması için çok önemlidir.

Geleneksel medyadan birçok özellikleri ile farklılaşan sosyal medya, kullanıcılar tarafından kendi kişisel hesaplarında oluşturdukları içerik aracılığıyla diğer kullanıcılar ve uygulamalar arasında iletişim ve etkileşim halinde bulunabilme, mesajlaşma, video ve fotoğraf olanaklarıyla zengin platformlardır (Tosun, 2010, 50).

Bu uygulamalar sayesinde insanlar diğer kullanıcılara kendilerini tanıtmaya ve ifade etme yolları bulmasına, farklı topluluklar seçmesine ve diğer kullanıcılar ile aynı ortamlarda bulunma imkânı bulmaktadır. Bu özelliği ile kişilerin diğer kullanıcılar ile sanal ortamlarda sosyalleşebilecekleri bir ortam durumundadır. Online medyanın yeni türü olan sosyal medya aşağıdaki özellikleri içermektedir (Akar, 2010, 43).

2.1.1.2.Sosyal Medyanın Avantajları ve Dezavantajları

Bilgiye ulaşmanın en hızlı ve pratik yollarından en önemlisi olan sosyal medya toplumların davranışlarını önemli derecede etkileyerek insan hayatında önemli yer edinmiştir. Sosyal medya insanların hayatını kolaylaştırırken bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Literatürden gelen kanıtlar, sosyal medya ağlarının hem avantajlara hem de dezavantajlara sahip olduğunu göstermektedir. (Bayzan, 2013, 259).

Sosyal medya bireylerin düşüncelerini, deneyimlerini ve yeteneklerini küresel bir izleyici kitlesiyle paylaşmalarına olanak tanıyan, kendini ifade etme ve yaratıcılık için bir platform sunar. Dahası, sosyal medya, gerçek zamanlı güncellemeler, farklı bakış açıları ve haberlere ve olaylara anında erişim sağlayarak bilgiye erişme ve onu tüketme şeklimizde devrim yaratmıştır. Öte yandan, sosyal medya çeşitli dezavantajlar da sunmaktadır. Bireyler sürekli başkalarıyla meşgul olmak ve onlara ayak uydurmak için kaygı veya baskı yaşayabileceğinden, sosyal izolasyona ve bir şeyleri kaçırma hissine katkıda bulunabilir. Sosyal medya platformları, kötüye kullanım veya ihlallere karşı savunmasız olabilecek kişisel verileri toplayıp sakladığından, gizlilik ve güvenlikle ilgili endişeler de vardır. Ek olarak, yanlış bilgilerin yayılması ve çevrimiçi taciz ve siber zorbalığın artması, sosyal medyayla ilgili zorluklardır. Bu platformlarda sorumlu ve bilinçli bir şekilde gezinmek için sosyal medyanın avantajlarını ve dezavantajlarını eleştirel bir şekilde değerlendirmek çok önemlidir.

Paylaşılan birçok bilgi ve paylaşım hızlı bir güncelleme ile sürekli yenilenebilmesi sosyal medya kullanımının en önemli avantajlarından biridir. Sosyal medya platformlarının kullanımının basit olması ve deneyim gerektirmemesi de diğer bir avantajdır. Popüler olan sosyal medya ağlarında (Facebook, Instagram, Twitter gibi) ücret ödeme olmamakta kullanıcılar profil oluşturarak kullanılabilir. Sosyal

medya kullanıcıları bu ağlar sayesinde zaman ve yer kavramı olmadan diğer kullanıcılarla iletişim ve etkileşim içerisinde olabilmektedirler (Sönmez, 2013,36).

Sosyal medya platformları, bağlantı kurma, iletişim kurma ve bilgiye erişme şeklimizi değiştiren çok sayıda avantaj sunar. Önemli avantajlarından biri, sosyal bağlantıları geliştirme ve ilişkileri sürdürme yeteneğidir. Sosyal medya, bireylerin coğrafi uzaklık gözetmeksizin arkadaşları, aileleri ve tanıdıkları ile bağlantı kurmalarını sağlayarak kolay ve rahat iletişim kurmalarını sağlar. Güncellemelerin, fotoğrafların ve videoların paylaşıldığı bir platform sağlayarak bireylerin bağlantıda kalmalarını ve birbirlerinin hayatlarıyla meşgul olmalarını sağlar. Ayrıca sosyal medya, çevrimiçi topluluklar ve ilgi grupları aracılığıyla yeni ilişkilerin kurulmasını ve benzer düşünen bireylerin keşfedilmesini kolaylaştırmaktadır. Bu platformlar, bireylerin benzer ilgi alanlarını, hobileri veya nedenleri paylaşan insanlarla bağlantı kurmasına izin vererek, başka türlü mümkün olamayacak bağlantıları teşvik eder. Ek olarak, sosyal medya kendini ifade etme ve yaratıcılık için güçlü bir araç olarak hizmet eder. Bireylerin düşüncelerini, fikirlerini ve yeteneklerini küresel bir izleyici kitleyle paylaşmaları için bir platform sağlar. Metin gönderileri, fotoğraflar, videolar veya sanat yoluyla olsun, sosyal medya, bireylerin yaratıcılıklarını sergilemelerine ve çalışmalarını için tanınmalarına olanak tanır. Ayrıca, sosyal medya platformları bilgiye ve habere erişimde devrim yaratmıştır. Güncel olaylar hakkında gerçek zamanlı güncellemeler sunarak bireylerin yerel ve küresel sorunlar hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlar. Sosyal medya ayrıca, çeşitli konuların daha kapsamlı bir şekilde anlaşılmasına olanak tanıyan çok çeşitli bakış açıları ve kaynaklar sunar. Bu avantajlar, küresel ölçekte bağlantıları, kendini ifade etmeyi ve bilgi paylaşımını teşvik etmede sosyal medyanın dönüştürücü etkisini vurgulamaktadır. Magsamen ve Greene (2014), sosyal medya ve internet kullanımının, sosyal anlamda insanlarla iletişimden uzak duran, yüz yüze iletişimden kaçınan ya da utangaç kişilere arkadaşlık kurma ve paylaşımlarda bulunma imkânı sağladığını belirtmişlerdir. (Cengizhan, 2015, 83).

Sosyal medya platformları gerçek zamanlı olarak çok sayıda bilgi ve haber sunarak farklı bakış açıları sunar ve dünyayı daha iyi anlamamızı sağlar. Bununla birlikte, sosyal medyaya eleştirel bir zihniyetle yaklaşmak, mahremiyet endişeleri, aşırı bilgi yüklemesi ve çevrimiçi taciz riski gibi potansiyel dezavantajlarını göz önünde bulundurmamak önemlidir. Bireyler, sınırlamalarının farkında olurken sosyal medyanın avantajlarından yararlanarak, kişisel ve profesyonel büyüme, sosyal bağlantılar ve çevremizdeki dünya hakkında bilgi sahibi olmak için onun dönüştürücü gücünü

kullanabilirler. Bireylerin ilgi alanları, hobileri, merak ettikleri hususlar ile ilgili yeni insanlarla tanışabilme, fikir alışverişinde bulunabilme ya da merak ettikleri soruları işin uzmanlarına anında yöneltebilme gibi avantajları da bulunmaktadır (Başer, 2014,82).

Sosyal medya platformları sayısız avantajına rağmen bazı dezavantajları da beraberinde getirmektedir. Önemli dezavantajlardan biri, sosyal izolasyon potansiyeli ve "kaçırma korkusu" olgusudur. Sosyal medyanın aşırı kullanımı, bireyler sürekli olarak başkalarının hayatlarının özenle seçilmiş temsillerine maruz kaldığından, bir karşılaştırma ve yetersizlik duygusuna yol açabilir. Bu, yalnızlık, endişe ve çarpık bir gerçeklik algısı ile sonuçlanabilir. Ayrıca, sosyal medya mahremiyet endişeleri doğurmaktadır. Kullanıcılar genellikle bu platformlarda kişisel bilgilerini paylaşırlar, bu da kötü niyetli aktörler tarafından kötüye kullanılabilir veya mahremiyet ihlalleriyle sonuçlanabilir. Ek olarak, yanlış bilgilerin yayılması sosyal medyada yaygın bir sorundur. Bilgiyi paylaşmanın ve yaymanın kolaylığı, yanlış veya yanıltıcı içeriğin hızla yayılmasına yol açabilir ve bu da kamuoyu ve karar verme üzerinde önemli etkilere sahip olabilir. Çevrimiçi taciz ve siber zorbalık da sosyal medyayla ilişkili kritik konulardır. Bu platformların sağladığı anonimlik ve mesafe, bireyleri zararlı davranışlarda bulunmaya teşvik ederek duygusal sıkıntıya neden olabilir ve hatta ruh sağlığını etkileyebilir. Ayrıca, aşırı ekran süresi ve sosyal medyaya aşırı güvenme, uyku düzenlerinin bozulması, fiziksel aktivitenin azalması ve depresyon ve anksiyete riskinin artması dahil olmak üzere fiziksel ve zihinsel sağlık üzerinde olumsuz etkilere sahip olabilir. Ayrıca bilgi kirliliğinin oluşmasına, sosyal medya platformlarında aşırı zaman geçirilmesinden kaynaklı kitap okuma oranlarında düşüşlerin başlamasına ve sürekli sosyal medyada vakit geçirilmesinin sonucu hareketsizlik ve diğer sağlık sorunlarının yaşanmasına neden olabilmektedir (Zenelaj, 2014, 83-84). Bireylerin bu dezavantajların farkında olmaları ve sosyal medyanın yaşamları üzerindeki potansiyel olumsuz etkilerini azaltmak için sorumlu ve dikkatli bir şekilde kullanmaları önemlidir.

Sosyal medya ağları, gençlerin asosyalleşmesine de neden olabilmektedir. Sanal dünya içerisinde yer alan gençler gerçek yaşam ile sanal yaşamı birbirinden ayırt edemedikleri ve sağlıklı iletişim kuramadıkları için güvenilmemesi gereken kişilerle sanal dünya içerisinde bağlantı kurabilmektedir (Demirel vd.; 2012, 55). Potansiyel tuzakların farkında olarak ve sorumlu uygulamaları benimseyerek, bireyler sosyal medyanın dezavantajlarını aşabilir ve dijital deneyimlerinin olumlu ve faydalı kalmasını sağlayabilir. Etkileşim ve tarafsızlık arasında bir denge kurmak, sınırlar belirlemek ve dijital refahı geliştirmek, sosyal medyanın potansiyel dezavantajlarını azaltırken faydalarından yararlanmak için çok önemlidir.

Öğrencilerin sosyal medyada fazla zaman geçirmesinden kaynaklı sosyal hayattan koştuklarını belirtilmektedir. Toğay, Akdur6 ve Bilici (2013) sosyal ağların öğrencilerin eğitim süreçleri ile ilgili yaptığı çalışmasında; öğrencilerin sosyal medya ile eğitim süreçlerinin desteklenilmesi durumunda, öğrenme durumlarına olumlu etki ettiği, öğrenmelerini kolaylaştırdığı ve geliştirdiği gözlemlenmiştir.

2.2.Dijital Medya ve Sosyal Medya

Sosyal medya ve dijital medya karmaşık bir şekilde iç içe geçerek modern iletişim ve bağlanabilirlik ortamını birlikte şekillendirmektedir. Metin, görüntü, ses ve video gibi geniş bir içerik formatı yelpazesini kapsayan dijital medya, sosyal medya platformlarını dolduran içeriği sağlar. Bu platformlar da bireylerin ve toplulukların bu medya içeriğiyle etkileşime girdiği, paylaştığı ve etkileşimde bulunduğu dinamik dijital alanlar olarak hizmet vermektedir. Sosyal medya, dijital medyanın yayılması için bir kanal görevi görerek gerçek zamanlı konuşmaları, kültürel hareketleri ve küresel eğilimleri teşvik eder. Bu ikisi arasındaki sinerji kişisel etkileşimlerin ötesine geçerek işletmelerin, influencer'ların ve kuruluşların dijital medya kampanyaları için güçlü bir dağıtım kanalı olarak sosyal medyadan yararlanmalarını sağlamaktadır. YouTube gibi platformlardaki viral videolardan Twitter'daki kısa mesajlara kadar, sosyal ve dijital medyanın entegrasyonu kamusal söylemi şekillendirmekte, görüşleri etkilemekte ve birbirine bağlı toplumumuzun değişen doğasını yansıtmaktadır. Ancak bu karşılıklı bağımlılık aynı zamanda yanlış bilgilendirme ve mahremiyet sosyal medya alanlarındaki dijital içeriğin çeşitliliği üzerindeki etkisi ile ilgili endişeleri de beraberinde getirmektedir. Bu karmaşık ilişkide yol almak, günümüz dijital ortamında sosyal medya ve dijital medya arasındaki simbiyotik dinamiklerin incelikli bir şekilde anlaşılmasını gerektirmektedir.

We Are Social ve *Hootsuite* tarafından yayımlanan “Digital in 2018” raporuna göre, Türkiye’de toplam nüfusun %67’si (54,3 milyon kullanıcı) internet kullanmaktadır. Yine nüfusun %51’i (51 milyon kullanıcı) sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmakta, %54’ü ise (44 milyon kullanıcı) sosyal medyaya mobilden erişebilmektedir. Türkiye’de kullanıcılar günde ortalama 7 saatini internette geçirmektedir. Kullanıcılar, günde ortalama 3 saatini sosyal medyada, ortalama 3 saatini televizyon başında, ortalama bir saatini de müzik dinleyerek geçirmektedir. Rapora göre, aktif bir şekilde sosyal medyayı kullanan 51 milyon kullanıcının en çok kullandığı sosyal medya uygulaması YouTube’dur. 51 milyon kullanıcının; %55’i YouTube’u, %53’ü Facebook’u, %50’si WhatsApp’ı, %46’sı Instagram’ı ve %36’sı Twitter’ı aktif

bir şekilde kullanmaktadır. (<https://dijilopedi.com/2018-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>, 2018)

Günümüzde en çok kullanılan sosyal medya siteleri: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn, TikTok ve Whatsapp. şeklinde sıralanabilir.

2.2.1. Facebook

Facebook, insanların çevrimiçi bağlantı kurma ve iletişim kurma biçimlerinde devrim yaratan en önde gelen sosyal medya platformlarından biridir. 2004 yılında; Mark Zuckerberg tarafından açılan site, artık 10.000'den fazla çalışanı olan ve “sosyal ağ” tanımının da günlük hayatımıza girmesine sebep olmuştur. Dünya çapında milyarlarca aktif kullanıcısı olan Facebook, popülaritesine ve etkisine katkıda bulunan bir dizi özellik sunar. Facebook'un önemli bir yönü, sosyal bağlantıları kolaylaştırma yeteneğidir. Kullanıcılar kişisel profiller oluşturabilir, arkadaşları ve ailesiyle bağlantı kurabilir ve arkadaşlık istekleri göndererek veya ortak ilgi alanlarına dayalı gruplara ve topluluklara katılarak ağlarını genişletebilir. Platform, metin tabanlı mesajlaşma, fotoğraf paylaşımı ve görüntülü aramalar yoluyla gerçek zamanlı iletişime olanak tanıyarak kullanıcıların başkalarıyla bağlantıda ve etkileşimde kalmasını sağlar. Facebook ayrıca bilgi paylaşımı, haber tüketimi ve içerik keşfi için bir platform görevi görür. Kullanıcılar gönderileri, makaleleri, fotoğrafları ve videoları paylaşarak platformda bulunan geniş içerik havuzuna katkıda bulunabilir. Ayrıca, Facebook'un reklamcılık yetenekleri, işletmelerin ve kuruluşların hedef kitlelerine ulaşmaları ve onlarla etkileşime geçmeleri için onu güçlü bir araç haline getirmiştir. Şirketler, hedefli reklamlar ve işletme sayfaları aracılığıyla ürün ve hizmetlerini tanıtabilir ve müşterilerle doğrudan etkileşim kurabilir. Ancak, Facebook'un tartışmaları ve endişeleri de yok değil. Gizlilik sorunları ve veri ihlalleri, platformun kullanıcı bilgilerini ele almasıyla ilgili soruları gündeme getirmiştir. Yanlış bilgilerin yayılması ve aşırı kullanımın ruh sağlığı üzerindeki etkisi de Facebook ile ilgili dikkate değer zorluklardır. Bu endişelere rağmen, Facebook dijital ortamda önemli bir oyuncu olmaya devam ediyor ve insanların birbirleriyle bağlantı kurma, paylaşma ve etkileşimde bulunma biçimlerini sürekli olarak geliştiriyor ve şekillendiriyor. (Yorulmaz,2019,12)

2.2.2. Twitter

Twitter, 2006 yılında Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone ve Evan Williams tarafından, ABD merkezli kurulan bir sosyal paylaşım ağıdır. Twitter, kullanıcıların içeriği gerçek zamanlı olarak paylaşmasına ve keşfetmesine olanak tanıyan benzersiz

özellikleriyle tanınan popüler bir sosyal medya platformudur. Twitter, "tweet" adı verilen karakter sınırlamalı gönderileriyle kısa ve öz bir iletişim alanı oluşturmuştur. Twitter'ın önemli bir yönü, halka açık konuşmaları kolaylaştırma ve bireyler, kuruluşlar ve tanınmış kişiler için düşüncelerini, fikirlerini ve fikirlerini paylaşmaları için bir platform sağlamadaki rolüdür. Kullanıcılar, en son trendler, haberler ve olaylardan haberdar olmak için haber kaynakları, ünlüler ve düşünce liderleri dahil olmak üzere ilgilendikleri hesapları takip edebilir. Platformun hashtag kullanımı, belirli konular etrafında içerik düzenlemek ve keşfetmek için etkili bir araç haline gelmiş ve kullanıcıların tartışmalara katılmasını ve devam eden konuşmaları takip etmesini kolaylaştırmıştır. Twitter ayrıca, kullanıcıların son dakika haberleri sırasında ilk elden hesapları ve gerçek zamanlı bilgileri paylaşabilecekleri yurttaş gazeteciliği için bir alan haline gelmiştir. Ayrıca Twitter, sosyal aktivizm için bir platform görevi görerek, bireylerin ve toplulukların sosyal meseleler hakkında farkındalık yaratmasına, destek seferber etmesine ve marjinalize edilmiş sesleri yükseltmesine olanak tanır. Ancak, herhangi bir sosyal medya platformu gibi, Twitter da zorluklara karşı bağışık değildir. Tweetlerin kısalığı bazen karmaşık konuların aşırı basitleştirilmesine ve yanlış bilgilerin yayılmasına neden olabilir. Ek olarak, platform taciz, taciz ve nefret söyleminin yayılması konularında incelemeye tabi tutulmuştur. Bu zorluklara rağmen Twitter, dijital çağımızda anında iletişim, katılım ve bilginin hızla yayılması için önemli bir platform olmaya devam etmektedir (Yorulmaz,2019,13)

2.2.3. Youtube

2005 yılında, Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim isimli 3 eski Paypal çalışanı tarafından ABD merkezli olarak kurulan bir sosyal paylaşım ağı olarak YouTube, insanların video içeriğini tüketme ve paylaşma şeklini değiştiren, oldukça popüler bir çevrimiçi video paylaşım platformudur. Kullanıcı tarafından oluşturulan geniş video kitaplığı ve profesyonel içeriğiyle YouTube, eğlence, eğitim ve kendini ifade etme için başvurulacak bir platform haline gelmiştir. YouTube'un dikkate değer bir yönü, erişilebilirliği ve kapsayıcılığıdır. Dünyanın dört bir yanından kullanıcılar kendi videolarını oluşturabilir ve yükleyebilir, bu da çeşitli ilgi alanlarına ve nişlere hitap eden çeşitli içeriklere izin verir. Bu, bireylere yeteneklerini sergileme, bilgilerini paylaşma ve küresel bir izleyici kitlesiyle yaratıcılıklarını ifade etme gücü vermiştir. YouTube aynı zamanda müzik videoları, komedi skeçleri, öğreticiler ve çok daha fazlasını kapsayan geniş bir içerik yelpazesıyla bir eğlence merkezi görevi de görür. Gelişmekte olan sanatçılara ve içerik oluşturuculara görünürlük kazanmaları ve özel

hayran kitleleri geliştirmeleri için bir platform sağladı. Ayrıca YouTube, bilim, tarih, teknoloji ve çeşitli beceriler gibi konularda bilgi paylaşımına ayrılmış kanallarla değerli bir eğitim kaynağı haline gelmiştir. Bilginin bu şekilde demokratikleştirilmesi, öğrenmeyi dünya çapında milyonlarca izleyici için daha erişilebilir ve ilgi çekici hale getirdi. Bununla birlikte, YouTube da eleştiri ve zorluklarla karşı karşıya kalmıştır. Platform, telif hakkı ihlali, yanlış bilgilendirme ve tartışmalı veya zararlı içeriğin moderasyonu gibi sorunlarla uğraşmıştır. Bu zorluklara rağmen YouTube, bireyleri video içeriği oluşturma, paylaşma ve tüketme konusunda güçlendiren ve onu eğlence, eğitim ve dijital kùltür için merkezi bir merkez haline getiren dönüştürücü bir platform olmaya devam etmektedir. (Yorulmaz,2019,14)

2.2.4. Instagram

Instagram, 2010 yılında, Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından ABD merkezli olarak kurulan, insanların görsel içeriği paylaşma ve bunlarla etkileşim kurma biçiminde devrim yaratan, oldukça popüler bir sosyal medya platformudur. Fotoğraf ve videolara odaklanmasıyla tanınan Instagram, kendini ifade etme, yaratıcılık ve sosyal bağlantı için görsel olarak çekici ve etkileşimli bir platform sunmaktadır. Instagram'ın öne çıkan özelliklerinden biri görsel hikâye anlatımına verdiği önemdir. Kullanıcılar, içeriklerinin estetiğini geliştirmek için filtreler ve düzenleme araçları uygulayarak fotoğraflar ve kısa videolar aracılığıyla hayatlarının anlarını yakalayıp paylaşabilir. Bu, izleyicilere ilham veren ve büyüleyen etkili fotoğrafçılık, seyahat ve yaşam tarzı hesaplarının yükselmesine yol açmıştır. Ayrıca, Instagram'ın keşfet sayfası ve hashtag'lerin kullanımı, kullanıcıların yeni içerik keşfetmesine, benzer düşünöen kişilerle bağlantı kurmasına ve ilgi çekici konuları keşfetmesine olanak tanır. Platform, çeşitli topluluklar ve alt kùltürler için ortak tutkular etrafında bağlantılar ve sohbetler geliştiren bir merkez haline gelmiştir. Influencer pazarlamasında da önemli bir rol oynayan Instagram, markaların ve bireylerin işbirliği yapmasına ve sponsorlu içerikler aracılığıyla geniş bir kitleye ulaşmasına olanak tanıyor. Ek olarak, 24 saat sonra kaybolan geçici gönderiler olan Instagram Stories, günlük deneyimlerin daha rahat ve anında paylaşılmasını sağlamıştır. Ancak, herhangi bir sosyal medya platformunda olduğu gibi Instagram'ın da zorlukları vardır. Kullanıcılar hayatlarının özenle hazırlanmış görüntülerini kùratörlüęünü yapıp sunarken, bir karşılaştırma kùltürünü ve gerçekçi olmayan güzellik standartlarını teşvik ettiği için eleştirildi. Platform ayrıca gizlilik, çevrimiçi taciz ve içeriğin orijinalliği ile ilgili endişelerle karşı karşıya kaldı. Bu zorluklara rağmen Instagram, dijital çağda görsel kùltürle ilişki kurma şeklimizi

şekillendirerek görsel ifade, ilham ve topluluk oluşturma için güçlü bir platform olmaya devam etmektedir. 2019 Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformları istatistiklerine göre Instagram ikinci sırada yer almakta ve ülkemizde 38 milyon kullanıcısı bulunmaktadır (Yorulmaz,2019,15).

2.2.5. LinkedIn

LinkedIn Kaliforniya’da beş girişimci tarafından 2002 yılında kurulmuş, 2003 yılında kullanıma açılmıştır. 2016 yılından bu yana Microsoft’un bünyesinde yer almaktadır. LinkedIn’in temel kullanım amacı işveren ve iş arayanları bir araya getirmektir. LinkedIn profesyonel sosyal iş ağı kurulmasına imkân tanımaktadır. İş arayanlar ve işverenlerin yanı sıra iş dünyasında yer alan herkes LinkedIn profili oluşturabilme ve öz geçmişlerini yayınlatabilmektedir. Kullanıcılar bu platform üzerinden bağlantılar kurarak iş yaşamlarındaki sosyal ağlarını genişletebilmektedir. Şirket, firma, kurum ve kuruluşlar LinkedIn üzerinden tanıtımlarını yapmakta, iş ilanları yayınlamakta, paylaşımlarda bulunmakta ve iş dünyası üzerindeki görünürlüklerini arttırmaktadır. Dijital 2020 raporuna göre; LinkedIn dünyada en çok kullanılan sosyal medya platformları arasında yer almaktadır. 2020 yılı itibariyle 645 milyon üyesi bulunmaktadır. Bireylerin LinkedIn profilleri gündelik iş yaşamlarının dijitalde görünümü haline gelmiştir (Lafcı, 2021, 38).

2.2.6. TikTok

“Make your day” sloganıyla faaliyet gösteren TikTok 2016 yılında Çin’de ByteDance isimli internet teknolojisi şirketi tarafından kurulmuştur. TikTok, kullanıcılarının çeşitli müzikler, sesler ve efektler ile on beş saniyelik kısa videolar çekmelerine imkân tanımaktadır. Misyonlarını eğlendirmek ve yaratıcılığa esin kaynağı olmak olarak açıklamışlardır. TikTok müzik, ses ve efektleri kullanıcılara hazır biçimde sunan bir platform olduğu için kullanıcıları içerik üretimlerinde özel bir çaba harcamazlar. Video süresinin on beş saniye ile kısıtlı olması da sayıca fazla video üretilmesine neden olmaktadır. TikTok aynı zamanda canlı yayın hizmeti sunan bir platformdur. Bu nedenle de birçok kişi tarafından tercih edilmektedir (Lafcı, 2021, 38)

2.2.7. Whatsapp

WhatsApp, insanların iletişim kurma ve başkalarıyla bağlantı kurma şeklini değiştiren, yaygın olarak kullanılan bir mesajlaşma uygulamasıdır. Eski Yahoo çalışanları olan Biran Acton ve Jan Koum tarafından Ocak 2010 yılında ABD'nin

Kaliforniya eyaletinin Santa Clara kentinde kurulmuştur. Kullanıcı dostu arayüzü ve özellikleri ile WhatsApp, bireylerin güvenli ve şifreli bir ortamda kısa mesaj, ses kaydı, fotoğraf, video göndermesine, sesli ve görüntülü görüşme yapmasına olanak tanır. WhatsApp'ın dikkate değer bir yönü, rahatlığı ve erişilebilirliğidir. Kullanıcılar, internet bağlantısı olduğu sürece, buldukları yere bakılmaksızın WhatsApp hesabı olan herkese mesaj gönderebilir ve arama yapabilir. Bu, onu, özellikle uluslararası sınırların ötesinde, arkadaşlarınız, aileniz ve meslektaşlarınızla iletişim halinde kalmak için popüler bir seçim haline getirmiştir. WhatsApp ayrıca grup sohbetleri oluşturma ve bunlara katılma yeteneği sunarak birden çok kişi arasında sorunsuz iletişim ve koordinasyona olanak tanır. Ayrıca WhatsApp, fotoğraflar, videolar ve belgeler gibi multimedya içeriğinin paylaşıldığı bir platform haline gelmiş ve bu da onu hem kişisel hem de profesyonel kullanım için değerli bir araç haline getirmiştir. Uçtan uca şifrelemesi, konuşmaların özel ve güvenli kalmasını sağlayarak kullanıcılar arasında güven ve gizliliği artırır. Ancak, WhatsApp zorluklar olmadan olmamıştır. Yanlış bilgilerin yayılması ve platformun kötü niyetli faaliyetler için kötüye kullanılmasıyla ilgili eleştirilere maruz kalmıştır. Şirket, mesaj iletme limitleri ve teyit kuruluşlarıyla ortaklıklar gibi önlemler uygulayarak bu sorunlarla mücadele etmek için adımlar atmıştır. Genel olarak, WhatsApp anlık mesajlaşma ve iletişimde devrim yaratarak bireylerin dünyanın dört bir yanındaki sevdikleriyle ve iş arkadaşlarıyla bağlantı kurması, paylaşması ve iletişim halinde kalması için kullanışlı ve güvenilir bir platform sağlamıştır. (Yorulmaz,2019,15)

“Digital in 2018” raporuna göre, Türkiye’de toplam nüfusun %67’si internet kullanmaktayken bu oran TÜİK istatistiklerine göre 2022 yılında %85 olmuştur. We Are Social ve Meltwater’ın “Ocak 2023 Dijital Dünya” raporuna göre, Türkiye’de toplam nüfusun yüzde 73,1’i sosyal medya kullanmaktadır. Buna göre Facebook 32,8 milyon, Tiktok 29,86 milyon, Twitter 18,55 milyon, Messenger 15,75 milyon, Snapchat 14,8 milyon, LinkedIn ise 13 milyon kullanıcı sayısına sahiptir. Türkiye’de kullanıcılar günde ortalama 7 saatini internette geçirmektedir. Ocak 2022’de Türkiye’de kişilerin internet kullanımı günlük 8 saat ve 69,95 milyon internet kullanıcısı vardı. Bilgisayarda geçirilen süre; 3 saat 31 dk. Sosyal medyada geçirilen süre 2 saat 59 dk. Rapora göre,bireylerin en fazla kullandıkları sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları %82,0 ile WhatsApp, %67,2 ile YouTube ve %57,6 ile Instagram olmuştur. (TÜİK, 2023)

2.3.Gözetim ve Gösteri Mecrası Olarak Sosyal Medya

Sosyal medya, günümüzün dijital ortamında hem bir gözetleme aracı hem de gösteri için bir platform olarak ortaya çıkmıştır. Bir yandan, sosyal medya platformları kişisel verilerin izlenmesini ve toplanmasını sağlamadaki rolleri nedeniyle eleştirilmiştir. Sosyal medya platformlarında bulunan çok büyük miktardaki kişisel veri, bireylerin dijital ayak izleri izlenebildiği ve davranışları, tercihleri ve bağlılıkları hakkında içgörü elde etmek için analiz edilebildiği için mahremiyetle ilgili endişeleri artırmıştır. Facebook, Twitter ve Instagram gibi platformlar, aktivistleri harekete geçirmede, bilgi paylaşmada ve sosyal, politik ve çevresel konular hakkında farkındalık yaratmada çok önemli bir rol oynamıştır. Gözetim ve gösteri medyası olarak sosyal medyayla ilişkili fırsat ve risklerin dengelenmesi, mahremiyetin, ifade özgürlüğünün ve dijital çağda demokratik katılımın bütünlüğünün korunmasını sağlamak için çok önemlidir. (Yorulmaz,2019,16)

2.4. Sosyal Medya Kullanımı ve Kadınlar

Günümüz dijital çağında sosyal medyanın yaygın etkisi, bireylerin bilgi edinme, iletişim kurma ve kimliklerini inşa etme biçimlerini yadsınamaz bir şekilde dönüştürmüştür. Özellikle kadınlar, kendilerini sosyal medya alanında hem güçlendirici hem de zorlayıcı dinamiklerin kesişme noktasında bulmaktadır. Bir yandan, bu platformlar kadınlara kendilerini ifade etme, ağ kurma gibi görülmemiş fırsatlar sunarken diğer yandan sosyal medya, kadınların seslerini yükseltebilecekleri, toplumsal normlara meydan okuyabilecekleri ve farklı topluluklar arasında dayanışmayı teşvik edebilecekleri bir alan olarak hizmet etmektedir.

Türkiye’de kadınların sosyal medya kullanımı üzerine Durak ve Seferoğlu (2016,526-535), Kaya (2018,563-576) ve Göker’in (2019,313-328) yakın zaman önce yapılmış araştırmaları bulunmaktadır. Durak ve Seferoğlu Türkiye’de medya okuryazarlığı bağlamında sosyal medya platformlarını incelemiştir. Kaya (2018,563-576) sosyal medya kullanımını kadının özgürleşmesi ve feminist hareket bağlamında ele almıştır. Göker (2019,313-328) kadınların sosyal medya paylaşımlarının saf ve apolitik olduğunu, gündelik yaşantılarının ve kız kardeşlik bağlamında toplumsal paylaşımın yaygın olduğunu ortaya koymuştur. Bu araştırma tüm bu çalışmaların bulgularından beslenmekle birlikte sosyal medya kullanımının fizik mekân ile ilişkisini toplumsal cinsiyet bağlamında sorgulaması bakımından bu çalışmalardan ayrılmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DİJİTAL KÜLTÜRÜN DEZAVANTAJLI KADINLAR ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: GAZİANTEP ÖRNEĞİ

3.1. Dezavantajlı Gruplar

Kadınlar

Kadınlar, toplum tarafından yüklenen cinsiyet rolleri sebebiyle dezavantajlı gruplar arasında yer almaktadır. Kadınların iş hayatında ve sosyal hayatlarında sırf kadın oldukları için negatif ayrımcılığa maruz kalmaları, devletin bu konuda sosyal koruma politikaları oluşturması gerektiğini ifade etmektedir (Orkunoğlu Şahin, 2020, 38).

Dezavantajlı kesimler her geçen gün genişlemekte ve bunların sayıları artmaktadır. Bu kesimlerin problemlerini çözme ve topluma katılımı konusunda birçok çalışma uygulanmaktadır. Hak temelli yaklaşımı temel alan sosyal koruma sistemlerine, dezavantajlı durumda bulunan herkesin (çocuk, aile, yoksul, yaşlı, bağımlı, engelli vb.) ulaşabilir olmasını sağlamak, bu sistemi yaygınlaştırmak gerekmekte ve dezavantajlı durumda olan bireyleri haklarına ulaştırma, bu hakları koruma altına alma gibi konular üzerinde öncelikli olarak durulması gerekmektedir (Mayer, 2003, 2).

Fiziki durum, vatandaşlık, coğrafi konum gibi birçok faktör sebebiyle, bazı gruplar dezavantajlı durumlarla karşı karşıya kalabilmektedir. Bu gibi olumsuzlukların yaşanmaması için politikacıların koruyucu ve önleyici politikalar üretmesi gerekmektedir (Geyik, 2020, 55).

Literatürde dezavantajlı olarak tanımlanan bazı gruplardan söz edilmektedir. Bunlar; yoksullar, çocuklar, kadınlar, engelliler, gençler, yaşlılar, mülteciler/göçmenler/sığınmacılar, kayıt dışı ve güvencesiz çalışan işçiler, kırsal işçiler ve kırsal nüfus, yerli kabileler, etnik ve kırsal azınlıklar, HIV/AIDS veya diğer kronik hastalığa sahip kişiler olarak sınıflandırılmaktadır (Işık ve Demirok, 2021, 114).

Yoksullar

Sosyal sorunların ilk sıralarında gelen yoksulluk, neoliberal politikalar ve küreselleşmenin sonucu daha da derinleşmiştir. Yoğun göç sebebiyle artan kent nüfusu sonucunda yüksek miktarda işsizlik meydana gelmiş ve dolayısıyla yoksulluk artmıştır (Altındağ, 2019, 87).

Yoksulluk zamana ve mekâna göre değişiklik gösterdiği için net bir tanım yapmak zordur. Literatürde birçok tanım vardır. En genel anlamıyla yoksulluk,

insanların temel gereksinimlerini karşılayamama, yeterli kaynağa ve asgari düzeyde yaşamlarını sürdürebilmek için gerekli olan hizmete ve mala erişememe şeklinde ifade edilmektedir (Şenses, 2002, 14).

Çocuklar

Sosyal koruma programlarında çocukların öncelikli bir yeri vardır. Çocuklar ve ailelerinin yeterli gelir düzeyine ulaşması, çocuk haklarının iyileştirilmesi ve çocuğun bu haklara ulaştırılması oldukça önemlidir. Yoksulluk içerisinde, iyi koşullarda yaşayamayan çocukların bedensel ve ruhsal gelişimleri olumsuz olarak etkilenmektedir. Günümüzde hem Türkiye’de hem de dünya genelinde yoksulluk içinde, kötü şartlarda yaşamak zorunda olan birçok çocuğun varlığından söz etmek mümkündür. Bu koşullarda karşı karşıya kaldıkları olumsuz durumlarla tek başlarına baş edemezler. Bu sebeplerden ötürü çocuklar dezavantajlı gruplar arasında sayılmaktadır. 2011 yılından sonra Suriye’deki iç savaş nedeniyle ülkemize sığınan mültecilerin çocukları, ülkemizdeki çocuk yoksulluğu konusunu daha önemli hale getirmiştir. Sığınmacı gibi kırılgan gruplara yönelik uygulamalarda dil ve kültür farklılıkları sebebiyle zorluklar yaşanırken, sığınmacı çocukları titizlikle değerlendirilmelidir (Ünlüler, 2021, 49).

Gençler

Toplumda önemli bir yer tutan gençler, fiziksel gelişimleri devam ettikçe, evlilik, istihdam, çocuk doğurma gibi konulara karşı savunmasızlardır ve bu konularda devlet tarafından sağlanacak olan güvenceye ihtiyaç duymaktadırlar. Devlet, gençlerin ihtiyaçlarını göz önünde bulundurmalı, sosyal koruma programları geliştirmeli ve hak temelli sosyal hizmet uygulaması yardımıyla fırsat eşitliğini sağlayarak gençlerin ekonomik ve toplumsal hayata katılımlarını sağlamalıdır (Yaman, 2021, 49).

Engelliler

Engelli kişilerin ihtiyaçlarını karşılamak için hak temelli bir yaklaşıma dayalı sosyal koruma planı tasarlanmalıdır. Sosyal koruma, her yaştan engelli kişilerin haklarının korunmasında çok önemli rol oynar. Onlara yeterli bir yaşam standardı ve temel gelir düzeyi sağlamak, bu insanların yoksulluğunu ve savunmasızlığını azaltma etkisine sahiptir (Karaman, 2019: 54). Engellilere yönelik sosyal koruma programları arasında yoksulluğun azaltılması, nakit transferleri, sosyal sigorta ve sağlık sigortası, kamu istihdamı, konut, maluliyet maaşları ve bazı sübvansiyonlar bulunmaktadır. Geleneksel sosyal yardımlar, engellilere yönelik de olsa engelli kişilerin karşılaştığı belirli zorlukları hesaba katmaktan ziyade esas olarak yoksulluk temelinde şekillenmektedir (Çetin, 2020, 518).

Yaşlılar

Yaşlılık kavramı, insan yaşamının son dönemlerini ifade etmektedir. Yaşlanma sürecine talep açısından bakıldığında insanların yaşlanmayla birlikte gereksinimlerin arttığı ve bu ihtiyaçları karşılamalarının zor olduğu söylenebilir (Saçlı, 2019, 7).

Devlet, yaşlı bireylerin savunmasızlığını dikkate alarak uygun önlemleri almak sorumluluğundadır. Bu önlemler; hak temelli bir çerçeve içinde ayrımcılık olmaksızın, erkekler ve kadınlar için eşit haklar sağlayan sosyal güvenlik planı oluşturmaktır. Sosyal koruma planları tasarlanırken devlet, gelişmiş düzeyde primsiz emeklilik sistemi oluşturarak yaşlıların yoksulluğunu, savunmasızlığını yüksek düzeyde azaltabilir (Scharf ve Keating, 2012, 12).

Mülteciler

Mülteci; ırkı, dini, uyruğu veya siyasi görüşü nedeniyle zulüm gören ve bu nedenle ülkesini terk eden, korku nedeniyle geri dönemeyen veya geri dönmek istemeyen kişilere denmektedir. Mülteci ve sığınmacı arasında gönüllülük esasına göre göç hususu önemlidir. Ülkemizde mülteci ve sığınmacı konusundaki algı iki gruba da bakışı etkilemektedir (Doğan ve Pekasıl, 2021, 281).

İnsan hakları yalnızca taraf devletin vatandaşlarına değil tüm insanlara verilmektedir. Bu nedenle, ilgili insan hakları sözleşmelerine taraf olan ülkeler, bireylere sosyal yaşamda yaşamlarını sürdürebilmeleri için gerekli olan tüm hakları kademeli olarak sağlamak sorumluluğundadır (Kılınç, 2011, 2).

Kayıt Dışı ve Güvencesiz İşçiler

Kayıt dışı işlerde çalışmakta olan işçilerin sosyal koruma hakkı yoktur. Ayrıca güvencesiz yerlerde çalışan birçok işçi, çalışma sırasında iş güvenliğine sahip değildir. Sosyal koruma programlarının bu işçi gruplarını da içine alacak şekilde düzenlenmesi savunmasızlıklarını azaltabilir, gelir güvenliğini arttırabilir ve sağlık hizmetlerine erişimi kolaylaştırır. Türkiye’de sosyal yardımlara ilişkin önemli sorunlardan biri sosyal yardım ve istihdam ilişkisi olarak literatürde yer almaktadır. Sosyal yardım yararlanma şartlarıyla kayıt dışı istihdamı ilişkilendiren araştırmacılar da bulunmaktadır (Karaca ve Kaleli, 2019, 774).

Etnik Azınlıklar

İnsan hakları tüm insanlar içindir ve herkesin yararlanma hakkı vardır. Bu kapsamda azınlıklar da sosyal koruma haklarının da içinde bulunduğu tüm haklara sahiptir. Uluslararası Medeni ve Siyasi Haklar Sözleşmesi'nin 27. Maddesi ve Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin 30. Maddesi azınlık haklarının korunmasını sağlar. İnsan

hakları ve fırsat eşitliği açısından, azınlıkların sağlık, eğitim ve diğer temel haklardan yararlanabilmeleri için karşılaşılabilecekleri engelleri kaldırmak insan hakları ve fırsat eşitliği açısından çok önemlidir. Bu konuda ulusal ve uluslararası düzenlemelerin oluşturulması, hak temelli bir anlayış için gerekmektedir (Örtlek, 2014, 17).

Mevsimlik İşçiler ve Kırsal Nüfus

Kırsal alanda yaşayan insanların önemli bir kısmı tarım işçileridir. Tarım işçileri ise kendi aralarında sürekli ve geçici olarak ayrılmaktadır. Geçici tarım işçilerinin barınma sorunlarının yanında sosyal güvencelerinin olmaması yoksunluk yaratmaktadır. Yetersiz kaynaklar ve düşük gelir nedeniyle, kırsal kesimde yaşayan bireyler ekonomik zorluklara karşı savunmasız olabilirler. Üretim kaynaklarına ve istihdam fırsatlarına sınırlı erişim nedeniyle, kırsaldaki kadınlar genellikle daha savunmasızdır. Sosyal koruma ve sosyal transferlerle halkın refahının artırılması için, özellikle sağlık ve eğitim alanlarında yapılacak iyileştirmeler, katma değer yaratacak insan sermayesine katkı sağlanarak bu konunun değerlendirilmesi gerekmektedir (Mertol, vd., 2021, 72).

3.1.1. Dezavantajlı Grupların Toplum İçindeki Yeri

Dezavantajlı grupların toplumdaki yeri, sosyal adalet ve eşitliğin kritik bir yönüdür. Dezavantajlı gruplar, ırk, etnik köken, cinsiyet, cinsel yönelim, sosyoekonomik durum, engellilik ve daha fazlası gibi faktörlere dayalı olarak marjinalleştirilmiş toplulukları içerir. Bu gruplar genellikle fırsatlarını, kaynaklara erişimlerini ve sosyal hareketliliklerini sınırlayan sistemik engeller ve ayrımcılıkla karşı karşıya kalır. Dezavantajlı grupların karşılaştığı zorlukları ele almak, kapsayıcı politikaları teşvik etmeyi, klişeleri ve önyargıları sorgulamayı ve adil fırsatlar yaratmayı içeren kapsamlı bir yaklaşım gerektirir. Bu grupların marjinalleşmesine katkıda bulunan tarihsel ve devam eden eşitsizlikleri kabul etmek ve ele almak çok önemlidir. Dezavantajlı grupların toplumdaki yerini geliştirmek, bu topluluklardaki bireylerin güçlendirilmesini, seslerini yükseltmelerini ve karar verme süreçlerinde temsil ve katılımı teşvik etmeyi gerektirir. Ayrıca, farklı dezavantajlı grupların karşılaştığı özel ihtiyaçları ve zorlukları ele almak için hedefe yönelik müdahalelerin uygulanmasını da içerir. Sosyal adalet ve eşitliğe ulaşmak, toplu çaba ve sistemik engelleri ortadan kaldırmak, kapsayıcılığı teşvik etmek ve geçmişleri veya kimlikleri ne olursa olsun tüm üyelerine değer veren ve onları yükselten bir toplumu teşvik etme taahhüdünü gerektirir.

3.2.Dezavantajlı Bir Grup Olarak Kadınlar

Kadınlar tarihsel olarak sistemik engeller ve ayrımcılıkla karşı karşıya kaldılar ve bu da onları toplumdaki en önde gelen dezavantajlı gruplardan biri haline getirdi. Cinsiyet eşitsizliği, eğitime eşit olmayan erişim, sınırlı ekonomik fırsatlar, cinsiyete dayalı şiddet ve iktidar ve karar verme konularında temsil eksikliği gibi çeşitli biçimlerde kendini gösterir. Bu faktörler, dünyadaki birçok toplumda kadınların yaşadığı marjinalleşmeye ve dezavantajlı duruma katkıda bulunur. Kadınlar genellikle kariyer ilerlemelerini ve ekonomik güçlenmelerini engelleyen ücret farkları, mesleki ayrımcılık ve cam tavanlarla karşı karşıya kalıyor. Ayrıca aile içi şiddet, cinsel taciz ve insan kaçakçılığı da dahil olmak üzere toplumsal cinsiyete dayalı şiddetten orantısız bir şekilde etkileniyorlar. Dahası, kadınlar genellikle ücretsiz bakım işinin daha ağır bir yükünü taşımakta ve iş-yaşam dengesini sağlamada zorluklarla karşılaşmaktadır. Dezavantajlı bir grup olarak kadınların yerini ele alma çabaları, cinsiyet eşitliğini teşvik etmeyi, cinsiyet normlarına ve klişelerine meydan okumayı ve eğitim, istihdam ve liderlik pozisyonları için fırsat eşitliği sağlamayı içerir. Kadınları güçlendiren, seslerini yükselten ve toplumun tüm alanlarına tam katılımlarını ve temsillerini sağlayan girişimleri teşvik ederken, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini sürdüren sistemik engelleri tanımak ve bunlarla mücadele etmek çok önemlidir. Toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak yalnızca bir adalet ve insan hakları meselesi değildir, aynı zamanda hayatın her alanında kadınların tam potansiyelini ve katkılarını açığa çıkararak bir bütün olarak topluma da yarar sağlar.

Dezavantajlı grupların toplumdaki yeri, adil ve eşitlikçi bir toplumun kritik bir ölçüsüdür. Irk, etnik köken, cinsiyet, cinsel yönelim, sosyoekonomik durum ve engellilik gibi faktörlere dayalı olarak marjinalleştirilmiş toplulukların karşılaştığı zorlukları tanımak ve ele almak, daha kapsayıcı ve adil bir toplum yaratmak için çok önemlidir. Sosyal adalete ulaşmak, sistemik engelleri aktif olarak ortadan kaldırmayı, önyargılara ve klişelere meydan okumayı ve tüm bireyler için eşit fırsatları teşvik etmeyi gerektirir. Dezavantajlı grupları güçlendirmeyi, seslerini yükseltmeyi ve karar alma süreçlerine tam katılımlarını ve temsil edilmelerini sağlamayı içerir. Kapsayıcılığı, eşitliği ve çeşitliliği teşvik ederek, geçmişleri veya kimlikleri ne olursa olsun tüm bireylerin yerine değer verilen, saygı duyulan ve yüceltilen bir toplum için çalışabiliriz. Her bireyin gelişmek ve bir bütün olarak toplumun iyileştirilmesine katkıda bulunmak için eşit fırsatlara sahip olduğu bir dünyayı savunmak ve yaratmak kolektif bir sorumluluktur. Cinsiyet kaynaklı dezavantajlılığın sonuçları ise kadınların istihdam

alanlarında yetersiz temsili, eğitimden yoksun kalmaları ve özel alan olarak ifade edilen ev ile sınırlandırılması şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Gündüz, 2007, 21).

Bu bağlamda TÜİK kadınlarla ilgili önemli sayısal veriler sunmaktadır. 2022 yılında yapılan araştırmaya göre; Türkiye nüfusunun % 49,9'u (42.575.441) kadınlardan oluşmaktadır. Kadınların istihdam oranı % 31,2 iken, erkeklerin % 66,9'dur. Aynı şekilde işsizlik oranlarına baktığımızda kadınlarda oran % 13,7 iken erkeklerde % 7,7'dir. Kadınların meclisteki durumuna baktığımızda, 2022 yıl sonu itibarıyla 579 milletvekili içerisinde kadın milletvekili sayısının 100, erkek milletvekili sayısının ise 479 olduğu görülmüştür. Meclise giren kadın milletvekili oranı, 2007 yılında %9,1 iken 2022 yılında %17,3 olmuştur (TUİK, 2022).

3.2.1.Kadınların Dijital Olanaklara Uyumu

Dijital çağ, dünyanın her yerindeki bireyler için sayısız fırsat ve olasılığın kapılarını açtı. Özellikle kadınlar, kendilerini güçlendirmek ve kişisel ve profesyonel yaşamlarını ilerletmek için teknolojiyi kullanarak dijital ortamı benimsedi ve buna uyum sağladı. Kadınların dijital fırsatlara adaptasyonu, eğitim, girişimcilik, istihdam ve sosyal katılım dahil olmak üzere çeşitli yönleri kapsar. Dijital platformlara ve araçlara erişim sayesinde kadınlar geleneksel engelleri aşabiliyor, toplumsal cinsiyet normlarına meydan okuyabiliyor ve büyüme ve başarı için yeni yollar keşfedebiliyor. Bu adaptasyon, toplumsal algıları yeniden şekillendiriyor ve kadınların dijital dünyada gelişmesi için alan yaratıyor. Bu hızlı teknolojik ilerleme çağında, kadınların dijital fırsatlardan nasıl yararlandığını, karşılaştıkları zorlukları ve toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadınların güçlendirilmesi için sahip olduğu dönüştürücü potansiyeli keşfetmek ve anlamak çok önemlidir.

Kadınların dijital fırsatlara adaptasyonu, çeşitli alanlarda güçlenmelerini ve ilerlemelerini teşvik etmede etkili olmuştur. Önemli bir husus, dijital eğitim ve beceri geliştirmenin rolüdür. Kadınlar, eğitim fırsatlarına erişmek ve yeni beceriler kazanmak için çevrimiçi platformları, e-öğrenme kaynaklarını ve dijital araçları giderek daha fazla kullanıyor. Bu, eğitim boşluklarını kapatmalarına, uzaktan yüksek öğrenime devam etmelerine ve çeşitli alanlarda uzmanlık kazanmalarına olanak tanır. Dijital platformlar aynı zamanda esneklik ve erişilebilirlik sağlayarak kadınların eğitim arayışları ile ailevi ve mesleki sorumluluklarını dengelemelerine olanak tanır. Dahası, dijital manzara, girişimcilikte kadınlara yollar açtı. Çevrimiçi pazar yerleri, e-ticaret platformları ve sosyal medya, kadınları genellikle evlerinin rahatlığında kendi işlerini kurma ve büyütme konusunda güçlendirdi. Bu, geleneksel giriş engellerini azalttı ve kadınlar için

ekonomik bağımsızlık ve finansal istikrar sağladı. Ek olarak, kadınlar istihdam fırsatları için dijital platformlardan yararlanabildiler. Uzaktan çalışma, serbest çalışma ve iş arama ve ağ oluşturma için dijital platformlar, özellikle geleneksel olarak yeterince temsil edilmedikleri sektörlerde kadınların işe erişme olanaklarını genişletti. Dijital çalışma düzenlemelerinin uyarlanabilirliği, kadınların coğrafi sınırlamaları aşmasına, mali özerklik kazanmasına ve küresel işgücü piyasasına katılmasına olanak tanır. Son olarak, dijital platformlar ve sosyal medya, kadınlar için sosyal katılımı ve aktivizmi kolaylaştırdı. Kadınlar, toplumsal cinsiyet eşitliği, kadın hakları ve toplumsal değişim için bağlantı kurmak, örgütlenmek ve bunları savunmak için çevrimiçi alanları kullanıyor. Bu dijital topluluklar ve hareketler seslerini yükseltiyor, toplu eylemi mümkün kılıyor ve toplumsal normlara ve önyargılara meydan okuyor. Kadınların dijital fırsatlara adaptasyonu, hayatlarını dönüştürüyor, engelleri kaldırıyor ve toplumsal algıları yeniden şekillendirirken, dijital çağda daha fazla cinsiyet eşitliğinin ve kadınların güçlendirilmesinin önünü açıyor.

Dijital teknolojiler, insanların iş ve yaşamlarının birçok yönünü iyileştirme konusunda büyük bir potansiyele sahiptir. 1995'te %4 olan bugün dünya nüfusunun neredeyse yarısı ağlara bağlı durumda (OECD, 2017). Kaynaklardaki farklılıklar ve ülkeler, bölgeler, sektörler ve sosyo-ekonomik gruplar içinde ve arasında BİT'e erişme ve etkin bir şekilde kullanma yeteneğindeki farklılıklar, dünya çapında kadınları özellikle dezavantajlı durumda gören bir dijital cinsiyet ayrımına yol açmıştır (BM Kadın Birimi, 2015).

Bugün, küresel olarak, erkeklerden yaklaşık 250 milyon daha az kadın çevrimiçi durumdadır (ITU, 2016). Dijital teknolojilere erişimi olmayan kadınların çoğunluğu gelişmekte olan ülkelerdeyken Türkiye (%-16), İtalya (%-6) ve Almanya (%-3) gibi ülkelerde kadınlar arasında internet kullanımı erkeklerinkinden daha düşüktür (OECD, 2017).

Dijital çağ, kadınlara güçlenme, kendini ifade etme ve katılım için benzeri görülmemiş olanaklar sunmuştur. Dijital platformlar ve teknolojiler sayesinde kadınlar bilgiye, eğitime, girişimciliğe ve sosyal ağlara daha fazla erişim sağlamıştır. En önemli etki alanı eğitimde gerçekleşmiştir. Dijital platformlar, kadınlara çevrimiçi kursları takip etme, yeni beceriler edinme ve daha önce mevcut olmayan veya erişilemeyen eğitim kaynaklarına erişme fırsatı sunmaktadır. Bu, eğitimdeki boşlukların kapatılmasına yardımcı olmuş ve kadınlara kişisel ve profesyonel gelişim için yollar sağlamıştır. Ayrıca dijital teknolojiler, girişimcilik alanında kadınlara kapı aralamıştır. Sosyal medya platformları ve e-ticaret web siteleri, kadınların dünyanın her yerinden işlerini

kurmasına ve büyütmesine olanak tanıyarak oyun alanını eşitlemiştir. Dijital alan, geleneksel giriş engellerini kaldırarak kadınların ürünlerini sergilemesine, daha geniş kitlelere ulaşmasına ve destekleyici çevrimiçi topluluklar oluşturmasına olanak sağlamıştır. Dahası, sosyal medya kadınların sesi ve aktivizmi için güçlü bir araç haline gelmiştir. Dijital olanaklar, kadınlar için çalışma dünyasını da dönüştürmüştür. Uzaktan çalışma fırsatları, esnek programlar ve çevrimiçi serbest çalışma platformları, kadınlara kişisel ve profesyonel yaşamlarını dengeleme olanağı sağladı. Bu esneklik, kadınların coğrafi sınırlamaları aşmasına, iş gücüne katkıda bulunmasına ve seçtikleri alanlarda mükemmelleşmesine olanak tanır. Bununla birlikte, dijital olasılıkların zorluklar olmadan olmadığını kabul etmek önemlidir. Çevrimiçi taciz, mahremiyet endişeleri ve dijital cinsiyet ayrımı gibi sorunlar devam etmektedir. Bu boşlukları kapatmak ve dijital alanda kadınlara eşit erişim ve fırsatlar sağlamak, engelleri aşmak, dijital okuryazarlığı teşvik etmek ve kapsayıcı dijital alanları teşvik etmek için sürekli çaba gerektirir. Genel olarak, kadınların kullanabileceği dijital olanaklar, toplumsal normları yeniden şekillendirme, seslerini yükseltme ve toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik ilerlemeyi hızlandırma potansiyeline sahiptir.

Bilgisayar ve internet kullanım oranlarına cinsiyetin yanı sıra birlikte etki eden bir diğer faktör eğitim seviyesidir. Aşağıdaki tabloda son üç ay içinde eğitim durumuna ve cinsiyete göre bireylerin bilgisayar ve internet kullanım oranları 2022 yılı için verilmektedir.

Tablo 3.1. Eğitim Durumuna ve Cinsiyete Göre Bilgisayar ve İnternet Kullanım Oranları

Eğitim Seviyesi	Toplam		Erkek		Kadın	
	Bilgisayar*	İnternet	Bilgisayar*	İnternet	Bilgisayar*	İnternet
Okul Bitirmedir	3,5	30,5	7,2	37,1	2,4	28,9
İlkokul	18,8	71,6	22,1	72,5	15,7	70,8
Ortaokul	52,6	92,1	57,1	92,8	46,7	91,2
Lise	67,6	96,4	70,5	96,3	63,6	96,6
Üniversite/ Master/ Doktora	89,1	99,0	90,8	98,5	87,0	99,4

*2018

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak hayatımıza giren yeniliklerin avantajları aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir:

- Daha kısa sürede daha çok hedef kitleye ulaşma,
- İhtiyaç duyulan bilgiye hızlı ve kolay erişim sağlama,

- Anında herhangi bir olaydan haberdar olma,
- Eş zamanlı yayın olanağı,
- Daha az veya hiç maliyete katlanmadan istediğini elde edebilme,
- Bireyler arası mesafelerin kısalması veya ortadan kaldırılması,
- Bilginin üretiminde, paylaşımında ve dağıtımında kolaylık,
- Bürokrasinin azalması vs. yer almaktadır (Özçınar, 2011, 22-32,Sırakaya ve Seferoğlu, 2013, 356-368,Köksal, 2015,117-130).

Buna karşın dezavantajlar ise;

- Bireylerin duygu durumlarında ani değişiklik,
- Elde edilen bilgilerin güvenilir ve doğru olmaması,
- Asosyal birey olma ihtimalleri,
- Kendini doğru ifade edememe,
- Zamani iyi yönetememe,
- Dijital ortamlardan uzak durma konusunda sorun yaşama,
- Dijital olanakların aşırı kullanılmasına bağlı olarak sağlık sorunlarının ortaya çıkması,
- Teknoloji bağımlılığı vs. şeklinde sıralanabilmektedir (Caplan, 2002,553-574, Vural ve Bakır, 2007,5-21).

3.3.Dijital Kültürün Dezavantajlı Kadınlar Üzerindeki Etkisi: Gaziantep Örneği

3.3.1.Yöntem

Bu araştırmada nitel araştırma yöntem ve teknikleri kullanılmıştır. Nitel araştırmada amaç matematiksel veri elde etmek değil; katılımcıların görüşlerini bire bir aktarmaktır. Gözlem, mülakat ve belgeler yolu ile elde edilen bulguların detaylı ve derin olması sonuçların geçerliliği ve güvenilirliğinde önemli bir delildir. (Yıldırım & Şimşek, 2016,28). Nitel araştırma, araştırmacıların derin ve özgün anlamlar keşfetmelerine olanak sağlar. Bu bölümde ayrıca araştırmanın desenine, veri toplama araçlarına ve verilerin çözümlenmesine yer verilmiştir.

3.3.2. Araştırma Deseni

Bu araştırma, nitel çalışma desenlerinden durum saptamasıdır. Durum saptamasının amacı, belli bir durumla ilgili sonuçları sunmaktır. Nitel araştırmalarda durum çalışmaları oldukça yaygın kullanılan bir yaklaşımdır. Her araştırmada bir diğerinden farklı durumlar olabildiğinden, sonuçları genellemek mümkün

olamamaktadır ancak benzer durumlara örnek oluşturmaları beklenebilir. Bir kişi, bir kuruluş, bir kitle, bir grup çalışma durumlara örnek olabilir (Yıldırım & Şimşek, 2016,48).

Yin (1984) neden ve niçin sorularına cevap arandığı araştırmacının müdahalesinin olmadığı, olay veya olgunun doğal ortamında çalışılan, olay ya da olgunun gerçek yaşamla bağının tam olarak belirgin olmadığı durumlarda durum çalışmasını ifade eder (Akt. Subaşı ve Okumuş, 2017, 2).

3.3.3. Verilerin Toplanması

Nitel araştırmanın en yaygın veri toplama yöntemi görüşmedir. Bu yöntemi etkili kullanmak için görüşmenin özelliklerinin bilinmesi ve kullanım şekillerinin dikkatlice gözden geçirilmesi önerilir. (Yıldırım ve Şimşek, 2016,48). Verilerin toplanması amacıyla araştırmacı tarafından yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmış ve görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışma için ayrıca, uzman görüşleri de alınarak detaylı biçimde konu değerlendirilmiştir. Görüşme aşamasında, veri toplamak amacıyla ses kayıt cihazı kullanılmıştır.

Dijital kültürün dezavantajlı kadınlar üzerindeki etkisinin araştırıldığı bu çalışmada katılımcılara araştırmacının kapsamı ve amacı hakkında bilgi verilerek yarı yapılandırılmış görüşme için izin alınmıştır. Görüşmeler yüz yüze olarak yapılmıştır. Görüşmeler katılımcıların izni ile kayıt altına alınmıştır. Daha sonra yapılan görüşmeler yazıya dökülmüştür. Araştırmada katılımcıların kimliklerini korumak amacıyla kodlar isimler kullanılmıştır. Araştırma Ekim 2022 tarihinde başlamış ve Aralık 2022 tarihinde tamamlanmıştır.

3.3.3.1. Çalışma Grubu

Bu araştırma Türkiye'nin en kalabalık illerinden Gaziantep'in Şehitkamil ilçesine bağlı Karşıyaka Mahallesi'nde gerçekleştirilmiştir. Gaziantep nüfusunda her geçen gün sosyal, ekonomik, siyasi, kültürel, jeopolitik vs. sebeplerle artış görülen ve gittikçe karmaşık bir toplum yapısına dönüşmüş olan bir ildir. Araştırma evreni olan Karşıyaka Mahallesi altorta sosyo-ekonomik düzeye sahip ailelerin yaşadığı 4.831 (2018 TÜİK verilerine göre) nüfusa sahip bir semttir. Nüfusun 2.434'ü erkek, 2.397'si kadındır.

Araştırmanın çalışma grubu, Gaziantep'in Şehitkamil ilçesine bağlı Karşıyaka Mahallesi'nde ikamet eden dezavantajlı 16 kadından oluşmaktadır. Çalışmanın örneklemini belirlemede "kolay ulaşılabilir durum örnekleme" yönteminden

faaydalanılmıştır. Araştırmacının maliyet, süre ulaşılabilirlik bakımından tasarruf ettiği bu rneklemeye türü nitel araştırmalarda sıklıa kullanılır (Baltacı, 2018, 259). Araştırmacılar tarafından sıklıa kullanılan kolay ulaşılabilir durum rneklemeye yöntemi zaman, maliyet açısından uygun olması ve maliyet ve zaman araştırmalar için önemlidir (Oral ve oban, 2020, 238-239).

Tablo 3.2.Katılımcıların Demografik zelliklere Göre Dağılımları

Katılımcı	Yaş	Medeni Durum	ocuk Sayısı	Eğitim Durumu	Gelir Durumu
K1	32	Evli	3	İlkokul	Asgari cret
K2	24	Evli	2	Lise Terk	Asgari cret
K3	45	Evli	1	İlkokul Terk	
K4	43	Evli	1	İlkokul Terk	Asgari cret
K5	47	Evli	6	İlkokul	Asgari cret
K6	26	Evli	1	İlkokul	Asgari cret
K7	22	Evli	-	Ort.Terk	Asgari cret
K8	32	Boşanmış	3	Açık Lise	Asgari cret
K9	38	Evli	2	Açık Lise	Kuaför
K10	27	Evli	2	Ortaokul	Asgari cret
K11	34	Evli	3	İlkokul	Asgari cret
K12	39	Evli	2	Ort. Terk	Asgari cret
K13	28	Evli	2	Lise	Asgari cret
K14	23	Bekar	-	Ortaokul	-
K15	42	Evli	3	İlkokul	Asgari cret
K16	26	Evli	2	Lise	Asgari cret

3.3.4. Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Elde edilen verilerin yorumlanması için söylem analizi yapılarak görüşmelerin içerikleri değerlendirilmiştir. İçerik analizi, insan davranışlarından dolaylı yollarla elde edilen bilgilerin kodlanması ve analizi için kullanılır. Nitel araştırmada veriler dört basamakta analiz edilir: Verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması (Yıldırım & şimşek, 2016,48). Bu basamaklar doğrultusunda öncelikle yer alan tanımlama referans alınarak görüşme metinleri incelenip analizi yapılmıştır. Katılımcılarla yapılan görüşme metinleri detaylı bir şekilde analiz edilerek verilerin kodlara ayrıştırılması/kodlanması gerçekleştirilmiştir. Daha sonra elde edilen veriler ve kodlar belirli kategoriler altında toplandıktan sonra temalar oluşturulmuştur.

3.3.5. Geçerlik ve Güvenirlik

Araştırmanın nitel süreçlerinin geçerlik ve güvenirlüğünün sağlanması kapsamında iç geçerlik (inandırıcılık), dış geçerlik (aktarılabirlik), iç güvenirlik (tutarlık) ve dış güvenirlik (tekrar edilebilirlik) çalışmaları (Erlandson vd., 1993, akt. Yıldırım ve Şimşek, 2016,265) yapılmıştır.

Araştırmanın iç geçerliğini arttırmak için görüşmeler mümkün olduğunca uzun tutulmaya çalışılmış ve uzun süreli etkileşimle katılımcı, araştırmacı arasındaki güven ortamı oluşturularak daha sağlıklı veri toplanmaya çalışılmıştır.

Dış geçerliğin (aktarılabirlik) sağlanabilmesi için, katılımcıların görüşlerinden doğrudan alıntılara yer verilerek ayrıntılı betimleme yapılmıştır.

Araştırmanın iç güvenirlüğünü (tutarlık) arttırmak amacıyla, analizler yapılmadan önce ilgili alan yazın dikkatli bir şekilde taranmış verilerin analizi sırasında tema ve alt temalar buna bağlı olarak oluşturulmuştur. Araştırmanın iç güvenirlüğünü arttırmak için kullanılan yöntemlerden bir diğeri de bağımsız kodlayıcılar arası tutarlılığın sağlanmasıdır. Bu bağlamda, elde edilen veri setinin çözümleme sürecinde 2 farklı uzmanın görüşüne başvurulmuştur. Uzmanlar oluşturulan veri setini Atlas. ti 6.0 nitel veri analiz programı ile analiz etmişlerdir. Miles ve Huberman (1994, 64) tarafından belirtilen formül yardımıyla da güvenirlik hesaplaması yapılmıştır. Bu araştırma için yapılan hesaplamalar sonucunda, veri analizindeki kodlamaların güvenirlüğü % 93 olarak bulunmuştur. Miles ve Huberman'ın (1994, 64), "Hesaplanan sonucun % 90'ı geçmesi halinde, veri toplama aracı güvenilir olarak kabul edilir." ifadesinden hareketle nitel görüşme analizinin güvenilir sonuçlar verdiğini söylenebilir.

Nitel araştırmada dış güvenirlüğün sağlanması amacıyla alınacak önlemlerden biri veri toplama ve analiz yöntemleri ile ilgili ayrıntılı açıklamalara yer vermektir (Yıldırım ve Şimşek, 2016,265). Bu bağlamda, görüşmeler esnasında görüşme niteliğini artırıcı ortama sadık kalınmış, görüşmelerin nasıl yapıldığı, verilerin nasıl kaydedildiği, elde edilen verilerin nasıl analiz edildiği ve elde edilen sonuçların nasıl sunulduğu ile ilgili detaylı açıklamalara yer verilmiştir.

3.3.6.Araştırma Bulguları

Bu bölümde araştırma ve analizi sonucunda elde edilen veriler ve yorumlarıyla ilgili bilgilere yer verilmiştir.

3.3.6.1. Günlük TV İzleme Süreleri

Günlük TV izleme sürelerine yönelik katılımcı cevapları Tablo 3.3'te gösterilmiştir.

Tablo 3.3.Katılımcıların Günlük TV İzleme Süresi

Katılımcı Görüşü	n	Katılımcı
1-2 Saat	1	K12
2-3 Saat	7	K1 K2 K5 K7 K8 K9 K10
3-4 Saat	3	K11 K14 K16
4-5 Saat	2	K4 K13
5-6 Saat	3	K3 K6 K15

Katılımcıların günlük ortalama televizyon izleme süreleri Tablo 3.3.'te gösterilmiştir. Buna göre, araştırmaya katılan katılımcıların çoğunluğu (n= 7) 2-3 Saat televizyon izlediklerini belirtmişlerdir. Bunu 3-4 Saat (n= 3), 5-6 Saat (n= 3), 4-5 Saat (n= 2) ve 1 Saat (n= 1) takip etmektedir.

3.3.6.2. İzlenen TV Programları

İzlenen TV programlarına yönelik katılımcı görüşleri Tablo 3.4'te sunulmuştur.

Tablo 3.4. Katılımcıların İzlediği TV Programları

Katılımcı Görüşü	n	Katılımcı
Diziler	15	K1 K2 K3 K4 K6 K7 K8 K9 K10 K11 K12 K13 K14 K15 K16
Kuşak Programları	12	K1 K2 K3 K4 K6 K7 K8 K9 K10 K11 K12 K13 K14 K15 K16
Yarışmalar	8	K1 K2 K6 K8 K11 K13 K15 K16
Yemek Programları	5	K2 K3 K6 K11 K14
Dini Programlar	4	K1 K7 K8 K9
Haber Programı	3	K4 K5 K10
Müzik Programları	2	K5 K12
Çocuk Programları	2	K9 K13
Film	1	K10

Katılımcıların izlediği TV programları ile ilgili veriler Tablo 3.4'te gösterilmiştir. Tablo 4.2 incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunun (n= 15) "Diziler"i izlediğini ifade etmişlerdir. Bunu sırasıyla; Kuşak Programları (n= 12), Yarışmalar (n= 8), Yemek Programları (n= 5), Dini Programlar (n= 4), Haber Programları (n= 3), Müzik Programları (n= 2), Çocuk Programları (n= 2) ve Film (n= 1)

takip etmiştir. Katılımcıların izledikleri TV programları sorusuna verdikleri cevaplara ilişkin önemli görülüp özel bulunan kısımları kendi ifadeleri ile aşağıda gösterilmiştir.

K1 “Sabah programları ve dizileri çok izliyorum. Dizilerde bizim yaşadığımız hayata benzer konular olduğu için merak ediyorum. Sanki bizi anlatıyor gibi. Sabah programlarında ise gerçek hayatta yaşanan olaylar olması ilgimi çekiyor. Cuma günleri hoca çıkıyor dini şeyler anlatıyor onu izliyorum.”

K3 “Gündüz gerçek olayları anlatan programları izliyorum. Başkalarının yaşadıklarını anlatıyor neler yaşadıklarını merak ediyorum.”

K9 “Gündüz çalıştığım için akşamları film izliyoruz. Çocuk olduğundan bazen çizgi film açıyoruz. Haftada bir izlediğim dizi var onu takip edebiliyorum.”

K5 “Çocukla ilgilendiğimden çok fazla takip edemiyorum. Müzik kanalları açık oluyor. Müzik dinlemek hoşuma gidiyor.” görüşleri bu durumu yansıtan görüşlere örnektir.

3.3.6.3. TV İzleme Nedenleri

TV izleme nedenlerine yönelik katılımcı görüşleri Tablo 3.5’te görülmektedir.

Tablo 3.5. Katılımcıların TV İzleme Nedenleri

Katılımcı Görüşü	n	Katılımcı
Eğlenme	13	K1 K2 K3 K4 K5 K6 K7 K8 K9 K11 K12 K13 K14
Zaman Doldurma	12	K2 K3 K4 K5 K6 K7 K11 K13 K14 K15 K16
Dizilerde Benzer Yaşamları Görme	11	K1 K2 K4 K5 K6 K7 K8 K9 K11 K12 K14
Güncel Gelişmeleri Alma	9	K2 K4 K5 K8 K10 K13 K14 K15 K16
Değişik Alanlarda Bilgi Edinme	8	K1 K4 K5 K6 K7 K8 K11 K14
Alışkanlık	7	K1 K2 K4 K5 K8 K12 K13
Başkalarının Yaşamını Merak	4	K2 K4 K6 K11
Hayali Bir Dünyaya Kapı Açması	3	K8 K13 K4
Sosyal Etkileşim	2	K5 K16
Sorunlardan Kaçış	2	K2 K11
Çocuk İlgisi	2	K9 K10

Yapılan analizler neticesinde araştırmaya katılanların TV izleme nedenleri eğlenme (n= 13), zaman doldurma (n= 12), dizilerde benzer yaşamları görme (n= 11), güncel gelişmeleri alma (n= 9), değişik alanlarda bilgi edinme (n= 8), alışkanlık (n= 7), başkalarının yaşamını merak (n= 4), hayali bir dünyaya kapı açması (n= 3), sosyal etkileşim (n= 2), sorunlardan kaçış (n= 2), çocuk (n= 2) olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Aşağıdaki görüşler bu duruma örnektir:

K4 “Gündüz programlarında gerçek olayları anlatıyor olması ilgimi çekiyor. İnsanların neler yaşadığını öğreniyorum. Merak ediyorum. Acıdığım üzüldüğüm kişiler oluyor. Aslında bizim çevremizde duyduğumuz olaylara çok benziyor.”

K9 “Aslında günlük sıkıntılarımın kaçmak için televizyon seyrediyorum. Diğer insanların ne yaşadıkları ne yaptıkları gibi. Evde zaman geçirmeye iyi oluyor.”

K12 “Bizimki biraz alışkanlıkla ilgili. Yani gündüz işimiz olmadığında ya da biri geldiğinde hep televizyon açık. Akşamları diziler oluyor onlara bakıyorum. Bana iyi hissettiriyor.”

3.3.6.4. Günlük İnternette Geçirilen Süre

Günlük internette geçirilen süreye ilişkin katılımcıların verdikleri cevaplar Tablo 3.6’da gösterilmiştir.

Tablo 3.6. Katılımcıların Günlük İnternette Geçirdikleri Süre

Katılımcı Görüşü	n	Katılımcı
1-2 Saat	7	K1 K2 K3 K4 K8 K10 K12
2-3 Saat	4	K9 K11 K13 K14
3-4 Saat	2	K7 K16
5-6 Saat ve Fazlası	3	K5 K6 K15

Tablo 4.4 incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun (n= 7) günlük internette geçirdikleri sürenin 1-2 saat olduğu tespit edilmiştir. Bunu sırasıyla 2-3 saat (n= 4), 3-4 saat (n= 2) ile 5-6 Saat ve Fazlası (n= 3) takip etmiştir.

3.3.6.5. Dijital Araçların (TV, İnternet, Sosyal Medya) Olumlu Yanları

Dijital araçların olumlu yanlarına yönelik katılımcı görüşleri Tablo 3.7’de sunulmuştur.

Tablo 3.7. Katılımcılara Göre Dijital Araçların (TV, İnternet, Sosyal Medya) Olumlu Yanları

Katılımcı Görüşü	n	Katılımcı
Duygusal Rahatlama	12	K2 K3 K4 K5 K6 K7 K8 K9 K11 K12 K15 K16
İletişim	11	K1 K4 K5 K6 K7 K8 K9 K10 K11 K13 K14
Boş Zaman Değerlendirme	11	K2 K3 K4 K5 K7 K8 K9 K10 K11 K12 K13
Gündemi Takip Etme	9	K1 K2 K3 K4 K5 K6 K7 K9 K13
Keyif Vermesi	8	K2 K3 K4 K5 K6 K7 K8 K15 K16
Yakın Çevresini Takip Etme	7	K4 K7 K8 K9 K11 K15 K16
Mesleki Gelişim	5	K6 K7 K10 K14 K15
Bilgiye Ulaşım	5	K6 K7 K10 K13 K15
Paylaşımında Bulunma	4	K6 K7 K10 K11
Çocukların Eğitimine Yardımcı Olması	2	K9 K10

Tablo 3.7’ye göre katılımcılar dijital araçların (TV, internet, sosyal medya) olumlu yanları olarak duygusal rahatlık (n= 12), iletişim (n= 11), boş zaman değerlendirme (n= 11), gündemi takip etme (n= 9), keyif vermesi (n= 8), yakın çevresini takip etme (n= 7), mesleki gelişim (n= 5), bilgiye ulaşım (n= 5), paylaşımında bulunma (n= 4) ve çocukların eğitimine yardımcı olması (n= 2) görülmektedir. Bu konuda katılımcı görüşlerinden özel ve önemli görülenleri şu şekildedir:

K6 “Kuafor yanında çalışıyorum. Yaptığım işle ilgili gelişmelere bakıyorum. Yaptığımız saç modellerini paylaşıyorum. Arkadaşlarımla sürekli paylaşım yapıyorum. Boş zamanlarımda kimin ne yaptığı ne paylaştığını takip etmek hoşuma gidiyor.”

K8 “Kafama takılan bir konuda hemen cevabını bulabiliyorum. Astroloji sayfalarına bakıyorum. Günlük olarak takip ettiğimde kendimi rahatlatmış oluyorum. Dış dünyayı takip etmiş oluyorum. Arkadaşlarımla ne yaptıklarını takip ediyorum. Aslında uzakları yakın etmiş oluyor.”

K12 “Birçok şeyi öğrenebiliyoruz. Yemek tarifleri, dini konular, örgü modelleri gibi. İstedığınız müziği istediğiniz zaman dinleyebiliyorsunuz. Günlük gelişmelerden hemen haberdar olabiliyorsunuz.”

3.3.6.6. Dijital Araçların (TV, İnternet, Sosyal Medya) Olumsuz Yanları

Dijital araçların olumsuz yanlarına yönelik katılımcı görüşleri Tablo 3.8’de sunulmuştur.

Tablo 3.8. Katılımcılara Göre Dijital Araçların (TV, İnternet, Sosyal Medya) Olumsuz Yanları

Katılımcı Görüşü	n	Katılımcı
Boşa Zaman Geçirme	10	K1 K3 K4 K6 K8 K9 K10 K13 K14 K15
Kötü Alışkanlıklara Özendirme	7	K2 K3 K4 K5 K9 K12 K16
Aile İçi İlişkilere Zarar Vermesi	6	K2 K5 K6 K8 K11 K12
Zararlı Alışkanlıklara Teşvik Etme	5	K1 K3 K7 K10 K15
Değerlerimize Ters Düşme	3	K4 K8 K13
Şiddet	3	K1 K6 K9
Mahremiyetin Kalmaması	2	K10 K16
Doyumsuzluk	1	K4

Tablo 3.8'e göre katılımcılar dijital araçların (TV, internet, sosyal medya) olumsuz yanlarına yönelik boşa zaman geçirme (n= 10), kötü alışkanlıklara özendirme (n= 7), aile içi ilişkilere zarar vermesi (n= 6), zararlı alışkanlıklara teşvik etme (n= 5), değerlerimize ters düşme (n= 3), şiddet (n= 3), mahremiyetin kalmaması (n= 2) ve doyumsuzluk (n= 1) görüşlerini belirtmişlerdir. Bu konuda katılımcı görüşlerinden önemli görülenleri şu şekildedir:

K12 "TV ve internet doğru kullanıldığında çok güzel. Ama insanlar her şeyini paylaşıyorlar. Sanki herkes hayatından çok mutluymuş gibi. Kimsenin gizli saklısı kalmamış, yediklerini içtiklerini paylaşıyorlar. Gösteriş o biçim. Bu da doyumsuzluk oluşturuyor. Toplumun bozduğunu düşünüyorum."

K4 "Evde internet var. Çocuklarım için korkuyorum. Çünkü kontrol edemiyorum. Sürekli başlarında bekleyemem. Görüştüğü kişilerin güvenilirliği beni korkutuyor. Çünkü bakıyorum internette çok tuhaf şeyler paylaşıyorlar. Haberlerde gördüğümüz olaylardan dolayı endişeliyim."

K15 "İnternet ve TV ailede sorun oluyor. Çocuklar babalarını dinlemiyorlar. Ders yaptırıyoruz. İnternet üzerinden oyun oynuyorlar."

K10 "Akşam televizyon açık oluyor dizi izliyoruz. Günlük olaylardan pek konuşamıyoruz. Artık neredeyse her akşam aynı şekilde oluyor. Çocuklar internette oyun oynuyorlar. Karşı gelsem de genelde hep internette. Derslerine yeterince zaman ayırmıyorlar. Sonrasında da evde sorun oluyor."

SONUÇ

Bu bölümde araştırmadan elde edilen bulgulara dayalı olarak ulaşılan sonuçlara, sonuçların alanyazındaki diğer araştırma bulguları ile tartışılmasına ve bu bulgular doğrultusunda araştırmacılara ve uygulayıcılara yönelik önerilere yer verilmiştir.

Televizyon, toplumu ve kültürü büyük ölçüde etkileyen güçlü bir kitle iletişim aracı olarak hizmet etmiştir. Yıllar geçtikçe, dünya çapında milyonlarca insan için birincil haber, eğlence ve bilgi kaynağı haline gelmiştir. Televizyonun erişimi ve etkisi, kamuoyunu şekillendirerek, toplumsal değerleri yansıtarak ve kolektif hayal gücüne katkıda bulunarak geniş kapsamlı olmuştur. Paylaşılan deneyimleri ve kültürel referansları teşvik ederek insanları bir araya getirme yeteneğine sahiptir. Televizyon, bilginin yayılmasında, izleyicileri eğitmede ve farklı sesler ve bakış açıları için bir platform sağlamada önemli bir rol oynamıştır. Eksikliklerine rağmen televizyon, kamusal söylemi şekillendirmede, kültürel bağlantıları güçlendirmede ve küresel ölçekte izleyicileri eğlendirmede güçlü bir güç olmaya devam etmektedir. Etkisi gelişmeye ve yeni medya biçimleriyle bir arada var olmaya devam edecek, ancak sürekli değişen medya ortamında bir kitle iletişim platformu olarak rolü önemini korumaktadır.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) yapmış olduğu Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması verilerine göre yıllar bazında günlük ortalama televizyon izleme süreleri karşılaştırılması yapılmıştır. Buna göre; günlük ortalama televizyon izleme süresi 2006 yılında (RTÜK, 2006) 5 saat 8 dakika, 2009 yılında (RTÜK, 2009) 4 saat 23 dakika, 2012 yılında (RTÜK, 2012) 3 saat 54 dakika, 2018 yılında ise 3 saat 34 dakika olarak tespit edilmiştir.

RTÜK (2018) Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması verileri incelendiğinde “Hafta içi televizyon izleme süreniz ne kadardır?” sorusuna cevap verenlerin %27,3'ü hafta içi 2-3 saat televizyon izlemektedir bulgusu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları bu araştırma bulgularını desteklemektedir. Çakır (2005,123-142) tarafından “*Bir Sosyal Etkinlik Olarak Eğlence ve Televizyon*” adlı araştırmada deneklerin büyük çoğunluğunun 4-5 saat arasında televizyon izledikleri tespit edilmiştir. Günlük ortalama televizyon izleme süreleri yıllar bazında karşılaştırıldığında 2006 yılından bu zamana kadar televizyon izleme sürelerinde belirgin bir azalma yaşandığı belirlenmiştir. Nitekim tespit edilen bu azalmada teknolojinin gelişmesiyle birlikte hayatımıza giren yeni medya araçlarının etkisi olduğu düşünülebilir.

Ofcom,(2017,86) araştırma verilerine göre, ülkelerin televizyon izleme süreleri incelendiğinde, en fazla televizyon izleyen ülkelerin Amerika Birleşik Devletleri (ABD),

Brezilya ve Japonya; en az televizyon izleyen ülkelerin ise İsveç ve Çin olduğu görülmektedir. 2018 yılında Türkiye’de günlük ortalama televizyon izleme süresi 3 saat 34 dakikadır. Buna göre Türkiye’nin Almanya, Fransa, Birleşik Krallık ve Hindistan (BARCIndia, 2018,11) ülkeleriyle birbirine yakın televizyon izleme süreleri olduğu görülmüştür.

Çalışmada, örnekleme dahil olan katılımcıların büyük çoğunluğu “Dizileri” izlediğini ifade etmişlerdir. Bunu sırasıyla, kuşak programları, yarışmalar, yemek programları, dini programlar, haber programları, müzik programları, çocuk programları ve filmler takip etmiştir. Kırtape’nin (2014,231-232) yaptığı çalışmada da en çok izlenen televizyon programlarını haberler, filmler-diziler ve dini programlar olarak tespit etmiştir. Bu konuda üniversite öğrencilerine yönelik İmik (2006, s.80) tarafından yapılan bir çalışmada, dizi filmlerin izlenme oranı %40,5 olarak bulunmuştur. Ankara ve çevresinde yapılan izleyici eğilimleri araştırmasında ise dizi izleme oranları da oldukça yüksek çıkmıştır (Çıngı vd, 2006, 29). RTÜK (2018) Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması bulguları incelendiğinde cevap veren kişilerin izlemeyi en çok tercih ettiği program türü aylık ortalama 24 gün izleme ile “Haberler” olmuştur. İkinci sırada aylık ortalama 15 gün izleme ile “Yerli Diziler” program türü yer almaktadır. Tercih edilen program türleri sıralamasında üçüncü olarak “Spor Programları”, dördüncü olarak gündüz saatlerinde yayınlanan “Kuşak Programları” ve ardından beşinci olarak “Açık Oturum/Tartışma Programları”nın yer aldığı görülmektedir. Bu araştırmanın sonuçlarıyla karşılaştırıldığı zaman dizi programlarının diğer araştırma sonuçlarında da en çok izlenen programlar arasında olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durum ise televizyonun önemli bir işlevi olan eğlendirme aracı olması ile açıklanabilir. Gündelik hayatın rutininden, yoğun çalışma temposundan yorulan, sıkılan insanlar genellikle eğlendirici programlarla zaman geçirmeyi, rahatlamayı isterler. İşte bu noktada televizyon önemli bir eğlence, rahatlama kaynağı olmaktadır. Ülkemizde günün en çok televizyon izlenen saatleri olan “prime-time” (Altın Saatler) da kanalların yayın akışlarına incelendiğinde, söz konusu zaman diliminde genellikle dizi filmlerin yer aldığı görülmektedir.

Araştırmaya katılanların TV izleme nedenleri olarak *eğlenme, zaman doldurma, dizilerde benzer yaşamları görme, güncel gelişmeleri alma, değişik alanlarda bilgi edinme, alışkanlık, başkalarının yaşamını merak, hayali bir dünyaya kapı açması,*

sosyal etkileşim, sorunlardan kaçış ve çocuk ilgisi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, katılımcılar için televizyon izlemek en önemli boş zaman ve eğlence aktivitesidir şeklinde değerlendirilmiştir. Çakır (2005,123-142) tarafından yapılan çalışmada da benzer bulgulara ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda, televizyon izlemede etkili olan beş temel faktörün; *eğlence/rahatlama, kaçış/arkadaşlık, moral desteği, enformasyon ve alışkanlık* faktörleri olduğu ortaya çıkmıştır. Benzer bulgular Koçer vd. (2016) tarafından TV izleme alışkanlıkları ve nedenleri üzerine yapılan araştırmada da saptanmıştır. Bu araştırmada, Kayseri ilindeki katılımcılar televizyonu daha çok bilgi edinme, rahatlama, arkadaş edinme, alışkanlık gibi nedenlerden dolayı izlediklerini belirtmişlerdir. Bu durum, katılımcıların sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarının bir yansıması olarak değerlendirilebilir.

Katılımcıların çoğunluğunun dijital ortamda günlük geçirdikleri sürenin 1-2 saat olduğu tespit edilmiştir. Buna sosyal medya kullanımları da eklenmiştir. İletişim, müzik dinleme ve bir konu üzerine araştırma yapma gibi etkinlikler için geçirdikleri süreleri bu süreye kattıkları sanılmaktadır. Bu, kullanıcıların internetteki davranışlarını ve sosyal medya ile olan etkileşimlerini daha iyi anlamak için daha derinlemesine analiz gerektirdiğini göstermektedir. Nitekim dünyada ortalama bir kullanıcı 2018 yılı itibarıyla internette günde ortalama 6 saate yakın zaman geçirmektedirken, Türkiye’de ise ortalama internet kullanım süresi 7 saat 9 dakika, sosyal medya kullanım süresi ise 2 saat 48 dakika olarak ölçülmektedir (Kemp, 2018,72-74). “We Are Social”ın (Biz Sosyaliz) (2020) Türkiye raporuna göre, sosyal medya ağlarını kullanan bireyler Türkiye nüfusun %64’ünü oluşturmaktadır; en çok kullanılan sosyal medya mecrası Youtube olurken ikinci sırayı Instagram almaktadır

Dijital araçların olumlu yanlarına yönelik katılımcı görüşleri incelendiğinde, *duygusal rahatlık, iletişim, boş zaman değerlendirme, gündemi takip etme, keyif vermesi, yakın çevresini takip etme, mesleki gelişim, bilgiye ulaşım, paylaşımda bulunma ve çocukların eğitimine yardımcı* olduğu görülmektedir. Dijital araçlar yeni insanlarla bağlantı kurmaya ve halihazırda arkadaş oldukları kişilerle kurdukları bağlantıyı geliştirir. Teknolojinin yararlarından biri de farklı şehirlerde ve hatta farklı ülkelerdeki insanları buluşturmasıdır. İletişimin artması ve güncel paylaşımlarda bulunulması kişiler arasındaki ilişkileri de olumlu etkileyebilir. Kullanıcılar, aynı hobilere sahip diğer kişilerle tanışma fırsatı yakalarken aynı zamanda yeni ilgi alanları keşfedebilirler. Ayrıca, katılımcılardan bazıları, sosyal medyada kahve sunumları paylaştıklarını belirterek, bunun nedeninin çevreleriyle iletişim kurma ve kendi durumlarıyla ilgili de bilgi verme olduğunu ifade etmişlerdir.

K6: “Yeni kahve fincanı almışsam arkadaşlarım görsün istiyorum, ya da onlar yeni bir şey almışsa görüyorum”

Katılımcılar, buna ek olarak, ürettikleri şeyleri paylaşabiliyor olmaları yakın çevreleri tarafından beğenilerek, onlara bir motivasyon kaynağı da olmaktadır. Bu durum, katılımcıların kendilerini “önemli hissetmelerini” sağlamaktadır.

Katılımcıların dijital araçların olumlu yanları ile ilgili görüşlerinde bilgiye erişim ve bilgi paylaşımı gibi konular pek de önemli değildir çünkü katılımcılardan elde edilen bulgulara göre, olumlu yanların başında “merak” ve “kendi yaşantıları ile benzerlik” ve “kendi yalıtılmışlıklarından kurtulma hissi” gelmektedir. Ayrıca, dezavantajlı bölgedeki katılımcıların kısıtlı bilgi erişim imkânı göz önünde bulundurulduğunda, dijital araçların kişisel gelişimi destekleyici kullanımı ise daha düşük düzeyde kaldığı tespit edilmiştir.

K12: “Kadınlar artık güzelleşmeye çok meraklı. Bizim buralarda paraları olmamasına rağmen ne yapıp edip makyaj malzemesi alıyorlar, saçlarına boya yaptırıyorlar. Bende makyaj malzemeleri satan bir firmaya üye oldum para kazanıyorum”

Katılımcılar dijital araçların olumsuz yanlarına yönelik boşa zaman geçirme, kötü alışkanlıklara özendirme, aile içi ilişkilere zarar vermesi, zararlı alışkanlıklara teşvik etme, değerlerimize ters düşme, şiddet, mahremiyetin kalmaması ve doyumsuzluk görüşlerini belirtmişlerdir. Aile ilişkilerine zarar verme, kötü alışkanlıkları teşvik etme ve mahremiyetin azalması gibi sorunlar, dijital araçların sorumsuz kullanımı ile ilişkilendirilmektedir.

K9: “Bizim buralarda çok fazla özeni var. Instagram’da gördükleri her şeye imreniyorlar, onlar gibi ünlü olmak istiyorlar sanki çok kolaymış gibi. Açıkçası abla, bizim burada hayaller Paris, yaşantılar Sulukule “

Katılımcılar dijital araçların olumsuz etkilerine yönelik aile ilişkilerine zarar verdiğini belirtmişlerdir. Araştırmada sosyal medyanın ebeveynler ve çocuk arasındaki iletişimi zayıflattığı bulgusuna ulaşılmıştır. İletişimi ilk olarak ailede öğrenen aile bireylerinin her birinin kendi köşesine çekilerek gerek televizyon gerekse sosyal platformlarda vakit geçirmesi onların fiziksel olarak ailesiyle aynı ortamda olmasını sağlasa da duygusal ve iletişimsel anlamda daha az birlikte vakit geçirmesine sebep olmaktadır. Katılımcı görüşlerine göre dijital araçların olumsuzluklarından diğer biri de mahremiyetin kalmamasıdır. İnternet ve sosyal medya ile mahremiyet kavramı da tartışılır hale gelmiştir. Kullanıcılar kendi paylaşımlarını yaparken de başkalarının içeriklerini izlerken de mahremiyet konusuna önem vermedikleri söylenebilir. İnternet sosyal medya ya da televizyon gibi dijital araçlarda başkalarının hayatlarının izlenmesi

ve değerlendirilmesi konusunda aşırılıklar insanlarda doyumsuzluğa yol açabilir. Örneğin, sabah kuşaklarında aktarılan dramlar, aile trajedileri gibi olaylar izleyenlerin dikkatini çekmektedir ancak eğitim düzeyi düşük bireylerde bu aktarılanlar olumsuz etki de yaratabilmektedir. Ya da dizilerdeki şiddet görüntülerinden etkilenen çocuklarla ilgili olarak da birçok araştırma yapıldığı bilinmektedir.

K5: Çocuklar sosyal medyada çok vakit geçiriyorlar, yani dersleri ile ilgili şeyler güzel, ama ben korkuyorum yanlış şeylerde öğrenebilirler diye.

K7: Böyle oyun siteleri varmış, kumara falan alışırlar diye korkuyorum.

K8: Ya dizilerde sürekli kavga gürültü çocuklarda seyrediyor, babaları kızıyor bu sefer evde tartışma çıkıyor ben arada kalıyorum.

K14: Böyle yanlış ilişkiler var, erkek erkeğe falan Allah korusun insan korkuyor haliyle.

K11: Dizilerde, Instagram'da kızlar çok serbest çok özgür bize ters böyle şeyler hem ayıp hem günah vallahi benim kızlar özenip evden kaçarlar diye korkuyorum.

Dijital araçların insanları birbirine yakınlaştırma potansiyeli, aşırı kullanımları sonucunda ironik bir şekilde yalnızlık, kaygı ve depresyon gibi olumsuz duygusal durumlarla ilişkilendirilebilmektedir. Bu, dijital araçların kullanımının dengeli ve sağlıklı bir şekilde yapılması gerektiğini vurgular.

Dijital araçları olumlu ve olumsuz yönlerini birlikte düşünüldüğünde, akla ilk gelen olumlu yön, insanları mesafelere takılmadan yakınlaştırmasıdır; ancak bu olmadığında da tam tersi etki yapabilir. Uzmanlara göre bu olgunun ironik biçimde yalnızlık, kaygı ve depresyon ile ilişkilendirilebileceğinden bahsedilmektedir.

Televizyon İzleme Süreleri Üzerine Genel Görünüm: Araştırma, katılımcıların önemli bir kısmının günde ortalama 2-3 saat televizyon izlediğini göstermektedir. Bu süre, televizyonun toplumsal yaşam içindeki yerini ve bireylerin günlük rutinlerinde hala merkezi bir eğlence kaynağı olduğunu ortaya koymaktadır. Örneğin, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması verileri ile paralel bir şekilde, katılımcıların yarısından fazlasının hafta içi 2-3 saat arasında televizyon izlediği tespit edilmiştir.

Tercih Edilen TV Programları ve Toplumsal Etkileri: Katılımcılar arasında "Diziler" en popüler program türü olarak öne çıkmıştır. Bununla birlikte, kuşak programları, yarışmalar, yemek programları ve haber programları da önemli ölçüde izlenmektedir.

RTÜK'ün bulgularıyla uyumlu olarak, haberler ve yerli diziler en fazla izlenen program türleri arasında yer almaktadır. Dizi programlarının popülerliği, televizyonun eğlendirme işlevinin güçlü olduğunu ve toplumsal gerçekliklerin dramatize edilmiş yansımalarının geniş izleyici kitlesince ilgi gördüğünü göstermektedir. Katılımcıların izledikleri dizilerle ilgili görüşleri incelendiğinde; en çok Kardeşlerim, Yasak Elma ve Üç Kız Kardeş adlı dizileri izlediklerini ifade etmişlerdir. Bu dizileri izleme nedeni olarak ise; özellikle Kardeşlerim dizisinin kendi yaşamlarını yansıttığını o dizideki karakterleri kendileriyle özdeşleştikleri bulgusuna ulaşılmıştır.

Dijital Araçların Olumsuz Etkileri ve Aile Dinamikleri: Katılımcıların ifadelerine göre dijital araçlar, aile içi ilişkiler ve mahremiyet gibi konularda olumsuz etkilere sahip olabilir. Aile ilişkilerine zarar verme, kötü alışkanlıkları teşvik etme ve mahremiyetin azalması gibi sorunlar, dijital araçların sorumsuz kullanımı ile ilişkilendirilmektedir. Katılımcıların bir kısmı, dijital platformları yeni şeyler öğrenmek, iletişim kurmak, hayatın içerisinde olduğunu hissetmek için kullanırken, bir diğer kısmı karşıt görüş olarak daha çok kendilerini ve ailelerini korumak adına dini programları takip ettiklerini ifade etmişlerdir. Geleneksel Türk aile yapısında çok önemli olan “mahremiyet” kavramının bu görüşler üzerinde etkili olduğu görülmektedir.

Gündemi takip etme şekilleri: Katılımcılar televizyon izleyerek, gündemi takip ettiklerini ifade etmektedirler. Aileleri ve çocukları için endişe taşıdıkları, kontrolü kaybetme, ahlaki değerleri yitirdiklerine dair korku yaşadıkları gözlemlenmiştir. Katılımcıların çoğunun dış etkiye açık olan gençleri için duydukları endişeyi dile getirmekle beraber, bu konuda ne yapacaklarına dair herhangi bir düşüncelerinin olmadığını bulgusuna da ulaşılabilir.

Dijital Araçların Yalnızlık Etkisi: Dijital araçların insanları birbirine yakınlaştırma niteliği, aşırı kullanımları söz konusu olduğunda, bireyleri yalnızlık, kaygı ve depresyon gibi olumsuz duygulara yönlendirebilmektedir. Ancak bazı katılımcılar söylemlerinde internetin yalnızlıktan kurtardığını da aktarmaktadır. Çalışmada bu konu ile ilgili olarak, bazı katılımcılar da internetin mahrem alanı yok etmesi üzerinde durarak, endişelerini dile getirmişlerdir. Bu, dijital araçların kullanımının dengeli ve sağlıklı bir şekilde yapılması gerektiğini vurgular.

Araştırmada ayrıca, konuyla ilgili uzman görüşlerine de başvurulmuştur.

Dr. Öğr. Üyesi. Batu Duru ve Uzman Psikolog Bülent Kaan Köse'den alınan görüşler doğrultusunda (Bkz.Ekler).

-Dijital kültürün olumlu ve olumsuz yanlarının bulunduğunu;

-Katılımcıların özellikle sosyal medyanın bir var olma, muhatap bulma, kendisini ifade etme, bilgiye ulaşma aracı olduğu; diğer taraftan insanın doğasında olan ve ailelerinden göremedikleri sevgi ve değer duygularını dijital kültür üzerinden tatmin ettiklerini,

-Ayrıca telefonsuz kalma korkusu (nomofobi) ve internetsiz kalma korkusu (netlefofi) gibi sorunların dezavantajlı kadın ve gençlerde bir sorun olarak ortaya çıkma olasılığı olduğunu,

- Medyanın yanlış kullanımında ortaya çıkan bu korkular kişilerin başta özgül fobi olmak üzere, yaygın anksiyete bozukluğu, narsistik kişilik bozukluğu gibi tanılar almasına sebep olabileceğini,

- Doğru kullanımda bir derya deniz olan medya sektörünün, yanlış kullanımda bu tip sorunlara yol açabileceğini ifade etmektedirler.

Çalışmada elde edilen bulgular ve sonuçlar doğrultusunda, özellikle bireylerin sosyal ve psikolojik gelişimleri açısından da belli çıkarımlara varılabilir. Bu çıkarımlar ayrıca, Medya okuryazarlığı kapsamında değerlendirilen başlıklar arasında sayılmaktadır:

- Televizyon programlarının- özellikle dizilerin- toplum üyeleri üzerindeki etkileri dikkate alınarak hazırlanma ve senaryoların yazılma süreçlerinde toplumsal değerler göz önüne alınarak hazırlanmalıdır.
- Aile içinde beraber geçirilen zamanlarda televizyon, bilgisayar, tablet, telefon gibi dijital araçlarla zaman geçirme yerine aile içi etkinlikler artırılmalı, ortak uğraşlar oluşturulmalıdır.
- İlgili kurumlar veya belediyeler tarafından gün içerisinde çoğu zamanını evde televizyon, internet gibi dijital araçlarla geçiren bireylerin katılabileceği kurs veya etkinlikler düzenleyerek ve bu bireylerin katılmaları yönünde de motive edilerek zamanlarını değerlendirmeleri sağlanmalıdır.
- Dijital teknolojinin günlük hayatta ve eğitimde doğru kullanımına dair bilinç yaratmaya yönelik eğitimler ve etkinlikler düzenlenebilir.
- Kitap okuma etkinlikleri sadece okullarda değil çoğu zamanını evde geçiren aile bireyleri için de düzenlenmelidir. Kitap okuma projeleri artırılmalı, ailece kitap okuma etkinlikleri planlanmalıdır.
- Elde edilen analiz bulgularına göre, kitlelere ulaşan ve belli mesajlar aktarmayı amaçlayan dizi filmlerin katılımcıların çoğu tarafından takip edildiği tespit edilmiştir. Dizi filmlerin birey ve toplum üzerine etkileri

dair geniş çaplı çalışmalar sürdürülerek, başta şiddet olmak üzere içerikleri açısından olumsuz etkileri olan diziler engellenmelidir ya da çocuklara izlettirilmemelidir.

- Pilot bölge tespit edilerek, üniversiteler tarafından gönüllülük esasına dayalı, dezavantajlı kadınlara konuyla ilgili eğitimler verilebilir.

Çalışma, kentlerin yoksun, dezavantajlı bölgelerinde yaşayan kadınların, günün büyük bir bölümünü televizyon karşısında ya da sosyal medyada geçirdikleri varsayımından yola çıkmaktadır. Çalışma ayrıca, bu kadınların seslerini duyurmakta ve kendilerini ifade etmekte zorlandıkları ve sosyal medya platformları aracılığıyla varlıklarını göstermeye çalıştıklarını ele almakta ve “öğrenilmiş çaresizlik” ile baş edebilme konusundaki görüşlerine ve söylemlerine yer vermektedir. Katılımcıların söylemleri doğrultusunda, “diğer yaşamları merak etme”, “kendi yaşamları ile ilgili benzerlik kurma” ve “keyifli zaman geçirme” gibi kavramlar öne çıkmaktadır. Katılımcılar, izledikleri, takip ettikleri konular ile “özdeşleşme” yaşamakta ve “onlar gibi olma” ve özellikle sabah kuşağı kadın programlarını izlemeleri nedeniyle oradaki baş karakter olan sunucuları birer akıl hocası ya da rol model olarak almaktadırlar.

Çalışmada katılımcıların dijital ortamların olumlu nitelikleri dışında olumsuz niteliklerine de söylemlerinde yer verdikleri saptanmıştır. Katılımcılar ayrıca, konuyla ilgili kaygılarını da dile getirmişlerdir.

Çalışma, pilot bölge olarak Gaziantep Karşıyaka bölgesinde gerçekleştirilmiş örnek bir uygulamadır. Ancak bu konunun ilerleyen dönemlerde, başka bölgelerle, farklı şehirlerde karşılaştırılmalı olarak yapılması ve detaylı incelenmesi de önemlidir.

KAYNAKÇA

- Abowd, G. D. ve Mynatt, E. D. (2000). "Charting Past, Present and Future Research in Ubiquitous Computing". ACM, Trans. Comput. Hum. Interact. 7.1. s. 29-58.
- Adorno, T. & Horkheimer, M. (2010). Aydınlanmanın Diyalektiği: felsefi fragmanlar (s. 107). İçinde Kabalcı Yayınevi.
- Akar, E., (2010). Sosyal Medya Pazarlaması, Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri. Elif Yayınevi, İstanbul.
- Akiner, N. (2014). Uluslararası Medya Emperyalizmi, Hükümdar Yayınevi, İstanbul.
- Akdur, Recep, <https://scholar.google.com.tr/citations?user=kOh5iawAAAAJ&hl=tr>
Erişim trh: 12.11.2023
- Altındağ, Ö. (2019). Yoksulluk Üzerine Bir Değerlendirme. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 19 (1): 81-114.
- Anbarlı Özbaş, Z. (2019). Çevrimiçi İletişim ve Yansımaları içinde "Dijital Kültür", Gece Akademi, Ankara
- Argın, F. S., (2013). Ortaokul ve Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi (Çekmeköy Örneği). Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Arıkboğa, E. (2009). Yerel Yönetimlerde Temsil ve Kadın Üyeler: Kadın Adayların Önündeki Görünmez Engeller, Türk İdare Dergisi, Cilt 81, s.463-464.
- Aslıyüksek, M.K., (2017) Dijital Kültür Ortamında Bilgi Hizmetleri ve Kütüphaneciler, İstanbul, Hiperyayın.
- Aydoğan, D. (2014). "The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication", TOJDAC, Romanda Dijitalleşme, E-Kitap, October 2014, 4(4).
- Aykurt, Aylin Yıldırım, 21.Yüzyıl'da Sosyal Sorunlar ve Dezavantajlı Gruplar Cilt / Volume 5, Sayı.S.9-12 / Issue 3, 2020, Pp. 427-448
- Babacan, M. E., (2015), Sosyal Medya ve Gençlik, Açılım Kitapevi Yayınları, İstanbul.
- Balçıklı, C. (2010). The Effects Of Social Networking On Pre-Service English Teachers' Metacognitive Awareness And Teaching Practice. Phd Dissertation, Gazi University, Ankara.
- Baloğlu, A., (2015). Sosyal Medya Madenciliği. Beta Yayınları, İstanbul
- Baltacı, A. (2018). Nitel Araştırmalarda Örnekleme Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 256.
- Bashkow, I. (2004). "A Neo-Boasian Conception of Cultural Boundaries", American Anthropologist, 106 (3), (Sep.), p. 443-458.

- Başer, A., (2014). Sosyal Medya Kullanıcılarının Kişilik Özellikleri, Kullanım ve Motivasyonlarının Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Genel Tutumları Üzerindeki Rolü: Facebook Üzerine Bir Uygulama, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Bayzan, Ş., (2013). İnternetin Bilinçli ve Güvenli Kullanımı, İnternet Bağımlılığı Sorunlar ve Çözümler (Editörler: Melek Kalkan ve Canan Kaygusuz). Anı Yayıncılık, Ankara.
- Belli, A. (2017). Yerel Yönetimlerde Kadın Temsili ve Yerel Demokrasi, Yasama Dergisi, Cilt (31), s.65-88.
- Burke P. (2008). *Kültür Tarihi*, İkinci Baskı, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Bayar, F. (2008). “Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye”, Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi, ss.25-34, Üçüncü Kâtip, T.C. Seul Büyükelçiliği.
- Bilici, Ali Baz, [cholar.google.com.tr/citations?user=Rhy8FQ0AAAAJ&hl=tr](https://scholar.google.com.tr/citations?user=Rhy8FQ0AAAAJ&hl=tr) Erişim trh: 12. 11. 2023
- Binark, M., Bayraktutan S. G., Buçakçı, F., (2009). İnternet Kafelerde Gençlerin Oyun Oynama Pratikleri: Ankara Mikro Ölçeğinde Etnografik Alan Çalışmasının Bulgularının Değerlendirilmesi ve Yeni Medya Okuryazarlığı Önerisi, Dijital Oyun Rehberi: Oyun Tasarımı, Türler ve Oyuncu. Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- Bruns, A. (2008). Blogs, Wikipedi, Second Life and Beyond: From Production to Postusege. Peter Lang, New York.
- Caplan, S. E. (2002). “Problematic İnternet Use and Psychosocial Well-Being: Development of a Theory-Based Cognitive-Behavioral Measurement Instrument”, Computers in Human Behavior, 18:553-575.
- Castells M. (2005). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum, Kültür, Cilt 1, “Ağ Toplumunun Yükselişi”, Çev. Ebru Kılıç, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 1. Baskı, İstanbul.
- Castells M. (2016). İletişim Gücü, Çev. Ebru Kılıç, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 1. Baskı, İstanbul.
- Cengizhan, C., (2015). Öğrencilerin Bilgisayar ve İnternet Kullanımında Yeni Bir Boyut: İnternet Bağımlılığı. Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 22, İstanbul.
- Cinoğlu, H. (2013). Kitle Psikolojisi. Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, 9-10.
- Çakır, V. (2005). Bir Sosyal Etkinlik Olarak Eğlence ve Televizyon Konya Örneği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (13), 123-142.

- Çetin, İ. (2020). Yoksulluk ve Yoksulluk Göstergeleri: Türkiye ve OECD Ülkeleri Üzerine Bir Karşılaştırma. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22 (2): 510-532.
- Çıngı H. (2006), Ankara İli Kentsel Bölgelerinde Televizyon İzleme Eğilimi İle İlgili Araştırma, Haz: Ceren Eda Can, Deniz Kubali, Erhan Erkek, Figen Tezcan, Fikrican Filiz, Hande Konşuk, Şebnem Varlı, Tuğba Tunç, Hacettepe Üniversitesi İstatistik Bölümü, Haziran.
- Demirel, M., Yörük, M., Özkan, O. (2012). Çocuklar İçin Güvenli İnternet: Güvenli İnternet Hizmeti ve Ebeveyn Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7.
- Doğan, B, Pekaslı, A. (2021). COVID-19 Pandemisi Bağlamında Evsizler, Mevsimlik Tarım İşçileri, Mülteci, Şartlı Mülteci ve Geçici Koruma Kapsamında Bulunan Suriyelilerin Sorunları Üzerine Bir Değerlendirme. Toplum ve Sosyal Hizmet, 32 (1): 275-292.
- Deuze, M. (2005). "Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principle Components of a Digital Culture", The Information Society, 22 (2), 63-75.
- Durak, H., ve Seferoğlu, S. S. (2016). Türkiye'de sosyal medya okuryazarlığı ve sosyal ağ kullanım örüntüleri. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(46), 526-535.
- Dursun, Ç. (2013). "Sözlü ve Görsel Kültürde İnsan ve Toplum", H. Tüfekçioğlu (ed.) İletişim Sosyolojisi, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir, s.156-181.
- Eagleton T. (2005). Kültür Yorumları, Ayrıntı Yayınları, Birinci Basım, İstanbul.
- Erdoğan İ., Alemdar, K. (2005). Popüler Kültür ve İletişim, ERK Yayınları, 2. Baskı, Ankara.
- Eşgi, N. (2013). Dijital Yerli Çocukların ve Dijital Göçmen Ebeveynlerinin İnternet Bağımlılığına İlişkin Algılarının Karşılaştırılması. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 28(3), 181- 194.
- Freud, S. & Bernays, E. (1978). Totem ve Tabu. Fischer.
- Freud, S. (1993). Toplum Psikolojisi. (Çev.) Kemal Saydam. İstanbul: Düşünen Adam Yayınları
- Geyik, O (2020). Türkiye'de Dezavantajlı Gruplara Yönelik Yapılan Mali Yardımlar Üzerine Bir İnceleme. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 20 (1): 52-66.
- Gere, C. (2019). Dijital Kültür, Çev. Aydoğdu Akın, Salon Yayınları, İstanbul.
- Giddens A. (2008). Sosyoloji, Çev. Cemal Güzel, Kırmızı Yayınları, İstanbul.
- Göker, Z. G. (2019). Memories, stories and deliberation: Digital sisterhood on feminist websites in Turkey. European Journal of Women's Studies, 26(3), 313-328.

- Gönenç, E. (2012). “İletişimin Tarihsel Süreci”.İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi 0 (28), (<https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuifd/issue/22861/244107>, Erişim Tarihi: 27.09.2020).
- Gönenç, E. (2012). “Kitle Kültürü Ve Kitle İletişimi”,İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Istanbul University Faculty of Communication Journal, 0(13). (<https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuifd/issue/22876/244473>, Erişim Tarihi: 03.10.2022).
- Gupta, A., Ferguson, J. (1992), “Beyond Culture: Space, Identity, and The Politics of Difference”, Cultural Anthropology, 7 (February), p. 6-23.
- Gündüz, S. G. (2007). Sosyal İçerme Politikalarının Uygulanmasında Kamu İstihdam Kurumlarının Rolü. T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Tezi, Ankara, s.12, 21.
- Güçdemir, Y., (2017). Sosyal Medya Halkla İlişkiler, Reklam ve Pazarlama. Derin Yayınları, İstanbul.
- Güney, Z. (2010). Çoklu Medya Ortamında Üreten Tüketici Reklamcılığı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Gürcan, A., Özhan, S.ve Uslu, R., “Dijital Oyunlar ve Çocuklar Üzerindeki Etkileri”, T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Ankara, Kasım-2008, s. 1-46.
- Heep, A. (2015). Medyatikleşen Kültürler, (Çev: Çiğdem Bozdağ ve Elif Posos Devrani), Ankara: Dipnot Yayınları
- Hillbert, M. (2011). “Digital Gender Divide or Technologically Empowered Women in Developing Countries? A Typical Case of Lies, Damned Lies and Statistics”, Women's Studies International Forum, 34, Issue 6, NovemberDecember: 479–489.
- Hirst, P., Thompson, G. (1998). Küreselleşme Sorgulanıyor, Çev. Çağla Erdem, Elif Yücel, Dost Kitabevi, Ankara.
- Holton, R. (2013).” Küreselleşmenin Kültürel Sonuçları”, Çev. Kasım Kahraman, Sosyoloji Konferansları No:47 (2013-1) 59-75.(<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/101326>, Erişim Tarihi: 22.12.2022).
- Işık, M, Demirok, K. (2021). Sosyal Politika Kapsamında Kamu Kuruluşları Tarafından Bir Dezavantajlı Grup Olarak Engellilere Yönelik Verilen Hizmetlerin Etkinliği: Isparta İli Örneği. Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi, 4 (1): 111-135.
- İmik, N. (2006). 2000-2005 Arası Türkiye’de Televizyon Dizilerinde Kullanılan Müziğin Genç İzleyicilere Etkileri, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elâzığ
- İnci, M. A., Akpınar, Ü., Kandır, A. (2017). Dijital Kültür ve Eğitim, Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, C. 37, No: 2, 2017, s. 493-522.

- Kabakçı, I., Odabaşı H. F. (2004). “Teknolojiyi Kullanmak ve Teknogerçekçi Olabilmek”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Clit:4 Sayı: 1, 21.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1993). İnsan ve İnsanlar. İstanbul: Evrim Yayınları.
- Kaplan M., Haenlein, M. (2010). “Dünyanın Bütün Kullanıcıları Birleşin! Sosyal Medyanın Zorlukları ve Sağladığı Fırsatlar” Çev. Himmet Hülür, Cem Yaşın Yeni medya Kullanıcının Yükselişi, (2016). İçinde 1. Baskı, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Karaca, C & Kaleli, E. (2019). Türkiye'de Kayıt Dışı İstihdama İlişkin Çözüm Önerileri. Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi, 19 (44): 769-792.
- Kellner, D. (2001). “New Technologies/New Literacies: Reconstructing Education for the New Millenium”, International Journal of Technology and Desing Education, (11): 67-81.
- Karaman, M. (2019). Yoksulluk Sorununu Anlamlandırma Çalışması Yoksulluk ve Sosyal Dışlanma. Journal of Political Administrative and Local Studies, 2 (1): 43-61.
- Kaya, Ş. (2018). Kadın ve Sosyal Medya. Gaziantep University Journal of Social Sciences, 17(2), 563-576.
- Kemp, S. (2018). Digital in 2018: World’s Internet Users Pass the 4 Billion Mark. We Are Social. 11.12.2022, Retrieved from: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report2018>
- Kılınç, A. (2011). “Bir İnsan Hakkı Olarak “Adli Yardım”. Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi, 3 (1): 1-10.
- Kırtay, O. (2020). Gaziantep ili Şahinbey ilçesinde öğrenim gören ortaöğretim 9. sınıf öğrencileri özelinde bilgi toplumu ve dijital kültür kavramı arasındaki ilişkinin incelenmesi.
- Kietzmann, J., Hermkens, K., Mccarthy, H. I. Silvestre, B., (2011). Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. Business Horizons, 54(3).
- Koçer, M., Koçer, L. L., & Asif Yoldaş, M. (2016). Televizyon İzleme Alışkanlıkları ve Nedenleri Üzerine Bir Analiz: Celalabat ve Kayseri İlleri Örneği. Humanities Sciences, 11(2), 140-151.
- Korkmaz, A., (2012). Arap Baharı Sürecinde İnternet ve Sosyal Medyanın Rolü. International Symposium On Language And Communication Research Trends and Challenges (ISLC).
- Köksal, Y. (2015). “İnternet Bağımlılığı ile İnternette Alışveriş İlişkisi Üzerine Bir İncelenme; Üniversite Öğrencileri Uygulaması”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12:117-130.
- Kongar, Emre: “Küreselleşme ve Kültürel Farklılıklar Çerçevesinde Ulusal Kültür, (Çevrimiçi) <http://www.kongar.org/makaleler/mak-ku.php>, 08.05.2005.

- Köroğlu, O. (2012), “İnsan Bilgisayar Etkileşimi Açısından Yeni İletişim Ortamları”, AJIT- e: Online Academic Journal of Information Technology, 2012 Kış /Winter 2012 –3(6), DOI: 10.5824/1309-1581.2012.1.001.x. (erişim tarihi: 04.10.2022).
- Kress, G. (2003), Literacy in the New Media Age, Routledge, London.
- Kurudayıoğlu, M. ve Tüzel, S. (2010). “21. Yüzyıl Okuryazarlık Türleri, Değişen Metin Algısı ve Türkçe Eğitimi”, TÜBAR-XXVIII-/2010-Güz, s. 283-298.
- Lafcı, D. (2021). Dijital Kültürün Günümüz Animasyon Sinemasında Görünümü: Ralph Breaks The Internet ve Emoji. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Le Bon, G. (1997). Kitleler Psikolojisi, Hayat Yayınları, Birinci Baskı, İstanbul.
- Magsamen C., K., Greene, K., (2014). Technology Addiction's Contribution to Mental Wellbeing: The Positive effect of Online Social Capital. Computers in Human Behavior.
- Mahiroğulları, A. (2010). “Küreselleşmenin Kültürel Değerler Üzerine Etkisi”. Journal of Social Policy Conferences, 0 (50), 1275-128. (<https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusskd/issue/891/9956>, Erişim Tarihi: 08.10.2022)
- Manovich, L., The Language of New Media, MIT Press: Cambridge, Mass., (2001).
- Marcuse, H. (1966). Eros ve Uygarlık, Freud Üzerine Felsefi Bir İnceleme. Boston: Beacon Press.
- Mayer, E. S. (2003). What is a Disadvantaged Group? Minneapolis: Effective Communities Project.
- Mayfield, A. (2008), What is Social Media? E-book. Erişim Adresi: <https://www.scribd.com/doc/209914/What-is-Social-Media#download> Erişim Tarihi: 04.10.2022.
- Mertol, H., vd. (2021). Mevsimlik Tarım İşçiliği Sorunları ve Çözüm Önerileri (Hilvan Örneği). Eğitim Bilim ve Araştırma Dergisi, 2 (1): 63-74.
- Miles, M., & Huberman, M. (1994). An Expanded Sourcebook Qualitative Data Analysis (2nd Edition). California: Sage Publications.
- Miller V., (2020). Understanding Digital Culture, London, Sage Publications.
- Mutioğlu H., Gözğü F. (2009). “Küreselleşme ve Toplumsal Dönüşüm”, içinde sayfa 1, Küreselleşme, Der. Özdemir Abdullah ve Eser Mümin Ezgi Kitabevi, Bursa.
- Mutlu, E. (1998). İletişim Sözlüğü (s. 210-211). Ankara: Ark Yayınları.
- Mutlu, A. (2012). Kadınların Siyasete Girme Yöntemi Olarak Mahalle Muhtarlığı, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü Yerel Politikalar Dergisi, Sayı 1, s.8-9.Oral, B., & Çoban, A. (2020). Kuramdan Uygulamaya Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Pegem Akademi.
- Oğuz, M. ve Atatimur, N. (2008). Kent ve Kadın, Kültür ve Siyasette Feminist Yaklaşımlar Dergisi, Sayı 6, s.126-144.

- Orkunoglu Şahin, İ. (2020). Kadın Yoksulluğu: “Nedenleri ve Mücadele Yöntemleri”. Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 9 (1): 35-47.
- Örtlek, M. (2014). Türkiye’de Etnik Azınlıklara Yönelik Yaklaşımlar. Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi, 6 (2): 15-30.
- Özçınar, Z. (2011). “The Relationship Between İnternet Addiction and Communication, Educational and Physical Problems of Adolescents in North Cyprus”, Australian Journal of Guidance and Counseling, 21(1):22-32. Ocak, M. A. ve Şahin, S. (2011). Teknoloji Destekli Sınıflarda Öğrenme Kazanımları ve Değerlendirilmesi, Eğitimde Teknoloji Entegrasyonu.
- Özkul, O. (2013). Kültür ve Küreselleşme. İstanbul: Açılım Kitap.
- Özyurt, C. (2002). Küreselleşme Sürecinde Kimlik ve Farklılaşma, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul.
- Pfeil, U., Arjan, R., Zaphiris, P. (2009). Age Differences İn Online Social Networkinga Study Of User Profiles And The Social Capital Divide Among Teenagers And Older Users İn Myspace. Computers in Human Behavior, 25.
- Pınarcıoğlu, Ş. N. (2017). Eril Siyasette Kadın Temsili (Mi?), Yaşam Bilimleri Dergisi, Batman Üniversitesi, Cilt 7(1), s.12-24.
- Pullen, D. L., Gitsaki, C., & Baguley, M. (Eds.). (2009). Technoliteracy, Discourse, and Social Practice: Frameworks and Applications in the Digital Age: Frameworks and Applications in the Digital Age. IGI Global.
- Rab, Á. (2007). “Digital culture- Digitalised Culture and Culture Created on A Digital Platform Information” Coursebook, Budapest: Gondolat, http://www.itk.hu/netis/doc/ISCB_eng/11_Rab_final.pdf, Erişim Tarihi: 23.01.2023.
- Saçlı, A. (2019). Türkiye’de Kentsel Yoksulluk Olgusu Üzerine Bir Değerlendirme. Türkiye Siyaset Bilimi Dergisi, 2 (2): 1-21.
- Scharf, T. & Keating, N. (2012). From exclusion to inclusion in old age. UK: Bristol University Press.
- Shih, C. Ve Venkatesh, A. (2004). “Beyond Adoption: Development and Application of a Use-Diffusion Model”, Journal of Marketing, 68(1): 59-72.
- Sırakaya, M. ve Seferoğlu, S. S. (2013). “Öğretmen Adaylarının Problemlı İnternet Kullanımlarının İncelenmesi”, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 28(1):356-368.
- Sibel, D. (2017). Kadınların Dijital Olanaklara Uyumu: Türkiye Örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22(Kayfor 15 Özel Sayısı), 1761-1783.

- Şenel, A., & Gençoğlu, S. (2003). Küreselleşen dünyada teknoloji eğitimi. Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi, 11(12), 45-65.
- Şenses, F. (2002), Küreselleşmenin Öteki Yüzü Yoksulluk. 2. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Songur, A. (2019). Dijital Nesillerin Teknoloji Bağımlılığı, içinde, Ankara, Nobel Yayınları.
- Sönmez, B., (2013). Sosyal Medya ve Ortaöğretim Öğretmenlerinin Facebook Kullanım Alışkanlıkları. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- Subaşı, M., & Okumuş, K. (2017). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Durum Çalışması. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 421.
- Şimşek, T. N. (2012). Modern kent toplumunda facebook ile yalnızlaşan gençlik: İstanbul Üniversitesi örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Üniversitesi, İstanbul. Tataroğlu, M.(2013). Mahremiyet sorunlarının önlenmesinde mahremiyet etki değerlendirmesi (MED). Yönetim ve Ekonomi, 20(1), 264-289.
- Tapscott, D. (2009). Grown Up Digital, McGraw-Hill, New York.
- Tarhan, N. (2010). Toplum Psikolojisi: Sosyal Şizofreniden Toplumsal Empatiye. İstanbul: Timaş Yayınları.
- TDK.Erişim Adresi: <http://www.tdk.gov.tr> Erişim Tarihi: 11.11.2022.
- Toğay, A., Akdur, T. E., Yetişken, İ. C., Bilici, A. (2013). Eğitim Süreçlerinde Sosyal Ağların Kullanımı: Bir MYO Deneyimi. Akademik Bilişim Konferansı, Antalya.
- Tosun, N., (2010). İletişim Temelli Marka Yönetimi. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Törenli, N. (2005). Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Turan, Ş. (1990). Türk Kültür Tarihi. Ankara: Bilge Yayınları.
- Tüik, (2017). “Hanelerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı” (Türkiye, Kır, Kent), http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028 12.09.2022.
- Türkoglu, N. (2003). Kitle İletişimi ve Kültür. İstanbul: Naos Yayınları.
- Tylor, S. (2016). “*Kültür Bilimi*”, Çev. Esra Dabağcı, ViraVerita E-Dergi- (4), 91-110. (<https://dergipark.org.tr/tr/pub/viraverita/issue/37202/429317>, Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Ünlüer, K. (2021). Toplumsal Roller ve Sosyal Yapının Oluşturduğu Ekonomik Sorun: Yoksulluk. Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Akademik Dergisi, 4 (6): 47-61.
- Van Dijk, J. (2018). Ağ Toplumu, Çev. Özlem Sakin, Epsilon Yayınevi, 2.Baskı, İstanbul.

- Vural, A. B. ve Bakır, U. (2007). “Distopyan Perspektiften Bilgi İletişim Teknolojileri ve İnsanlığın Geleceği”, Selçuk Üniversitesi Selçuk İletişim Dergisi, 5(1):5-21.
- We Are Social, (2020). Digital in 2020. <https://wearesocial.com/digital-adresinden> erişildi. Erişim: (03.11.2022).
- Yaman, A. (2019). “Küreselleşme Süreci Ve Küreselleşmenin Yerel Kültüre Etkisi”, Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi, Volume: 44, Winter-2019, 422-436. ISSN: 1308-6200 (<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/873420>, Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Yaman, H. Erdoğan, Y., (2007). İnternet Kullanımının Türkçeye Etkileri: Nitel Bir Araştırma. Journal of Language and Linguistic Studies, 3(2).
- Yaman, A. (2021). Kamu Politikası Analizi Bağlamında Türkiye'nin Gençlik Politikası. İBAD Sosyal Bilimler Dergisi, (10): 45-71.
- Yayla, H. (2018). “Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı: Instagram Örneği”, Selçuk İletişim, 11(1), 40-65. DOI:10.18094/josc.346756. (<https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/34866/346756>, Erişim Tarihi: 07.10.2022).
- Yaylagül, L. (2017). Kitle İletişim Kuramları, 8. Baskı, Dipnot Yayınları, Ankara.
- Yaylagül, L. ve Korkmaz, N. (Editör) (2008). Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. H. Şimşek, & A. Yıldırım içinde, Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (s. 48). Seçkin Yayıncılık.
- Yorulmaz, Atakan, (2019) Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Ve Sinema Anabilim Dalı İletişim Bilimleri Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi s:12-13-14-15
- Yücel R., (2017). Yazılı Kültür–Dijital Kültür Bağlamında Mesajın Değişen Yapısı (Örnek Olay: Ana Britannica Ansiklopedisi ile Ekşi Sözlük Karşılaştırması). Yayımlanmamış Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Zenelaj, B., (2014). Pazarlama Stratejisi Olarak Sosyal Medya İletişimi ile Kurumsal İtibarı Oluşturmak: İletişim Sektöründe Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

EKLER

EK-1 Katılımcı Görüşme Formu

Katılımcı görüşme formu

Değerli Katılımcı

Ben Lütfiye Meral Özgen, Hasan Kalyoncu Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı alanında yüksek lisans tez öğrencisiyim. Siz değerli katılımcıların dijital kültürün dezavantajlı kadınlar üzerindeki etkisine ilişkin görüşlerine ihtiyaç duymaktayım. Görüşmeyi kabul ettiğiniz ve değerli katkılarınız için şimdiden teşekkür ederim.

Görüşme esnasında yöneltilen soruda anlaşılmayan veya tereddüt edilen bir husus olursa lütfen belirtiniz. Görüşmeyi izninizle kaydetmek istiyorum. Toplayacağım verileri sadece bilimsel amaçlarla kullanacağımı ve dilerseniz araştırmanın özet raporunu bana vereceğiniz iletişim adresinize göndereceğimi taahhüt ediyorum. Şimdi sizi tanımak için birkaç soru soracağım. Ardından araştırma konumuzla ilgili 15 soruyu sırayla yönelteceğim. Tekrar teşekkür ediyorum.

I. ÖN BİLGİ

- Görüşme Tarihi ve Saati:
- Görüşmenin Yapıldığı Yer ve Ortam:
- Cinsiyet: Kadın
- Eğitim Durumu: () Okuryazar Değil () İlkokul () Ortaokul () Lise
- Medeni hali:
- Meslek:
- Gelir durumu:

ARAŞTIRMA SORULARI

GÖRÜŞME SORULARI

1. Dezavantajlı bölgelerde yaşayan kadınlar dijital kültür enstrümanlarından olan televizyon ve sosyal medya araçlarından nasıl etkilenmektedirler?	
1.1. Dezavantajlı bölgelerde yaşayan kadınlar dijital kültür enstrümanlarından televizyonu nasıl izlemektedirler?	Evinizde televizyon var mı? Evet ise hangi odada? Aile üyeleriyle birlikte mi? yalnız mı? Günde ortalama kaç saat TV izlersiniz?
1.1. Dezavantajlı bölgelerde yaşayan kadınların televizyon izleme alışkanlıkları nelerdir?	Sabah hangi programları izlersiniz? Öğlen hangi programları izlersiniz? Akşam hangi programları izlersiniz?

1.1. Televizyonun dezavantajlı bölgelerde yaşayan kadınlar üzerinde olumlu etkileri nelerdir?	İzlediğiniz programlarda sizi en çok etkileyen konular hangileridir? Nedenini açıklar mısınız?
1.2. Televizyonun dezavantajlı bölgelerde yaşayan kadınlar üzerinde olumsuz etkileri nelerdir?	İzlediğiniz programlarda sizi en çok etkileyen karakterler hangileridir? Nedenini açıklar mısınız?
	Sizi en iyi tanımlayan dizi karakteri kim? Neden?
	Dizilerde kimin yerine geçmek istersiniz? Neden?
1.1. Dezavantajlı bölgelerde yaşayan kadınların sosyal medya kullanım alışkanlıkları nelerdir?	Evinizde internet ağı var mı?
	Evinizde bilgisayar var mı?
	Telefonunuzdan internete bağlanır mısınız? Günde kaç saat?
1.1. Dezavantajlı bölgelerde yaşayan kadınların sosyal medya kullanım alışkanlıkları nelerdir?	İnterneti hangi amaçlar için kullanıyorsunuz?
	Sosyal medya hesabınız var mı? Varsa hangileri?
1.1. Sosyal medya araçlarının dezavantajlı bölgelerde yaşayan kadınlar üzerinde olumlu etkileri nelerdir?	Sosyal medyada sizi en çok etkileyen içerikler neler? Neden?
1.2. Sosyal medya araçlarının dezavantajlı bölgelerde yaşayan kadınlar üzerinde olumsuz etkileri nelerdir ?	

EK-2

UZMAN GÖRÜŞÜ-1

Öncelikle çalışmanın başlığı, bir antropolog olarak hem ilgimi çekti hem de kadın, dezavantaj, kültürel değişim konularına farklı bakış açısıyla bakabilmemi sağladı. Kuramsal olarak bir yenilik getirmese de alan araştırmasının doğru bir şekilde, nesnel bir bakış açısıyla ve en önemlisi yerelin bakış açısının müdahale edilmeden sunulmasından dolayı Gaziantep'in daha önce üzerinde araştırma yapılmamış dezavantajlı bu bölgesinin bizlere genelde de kullanılabilir çok katmanlı bilgiler sağlamıştır.

Gaziantep, Şahinbey Karşıyaka bölgesinde yapılan bu araştırma; kadın, göç, sosyal tabakalaşma kavramlarını sosyo-ekonomik kaynaklı dezavantaj olgusunu dijital kültür tüketim alışkanlıkları üzerinden analiz etmesiyle benzer çalışmalardan ayrılmaktadır.

Dijital kültürün kullanım şeklinin sadece bir arz talep ilişkisi üzerinden değil aynı zamanda, bir var olma, içinde bulunduğu dezavantaj/lar türüne göre bir direnme stratejisi kurma pratiği olduğunu görmek beni şaşırttı (Tablo 2.1, Tablo 4.3). Sadece bu iki başlık üzerine yeniden başlı başına bir araştırma yapılabilir.

Çalışmanın ana odak noktasını belirleyen soruların net olması ve hipotezlerin vurgulanmasına yönelik olması olumlu. Bu sorular ve hipotezler, sonraki bölümlerde yapılan analiz ve yorumlamaları destekleyecektir. Ayrıca, çalışmanın amacıyla tutarlı olduğu ve hedeflere başarılı bir şekilde ulaşıldığı gözlemlenmiştir.

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde ki tek ve en önemli eksiklik taksonomik analiz yapılmamış olmasıdır. Eldeki zengin veriler üzerinden yapılacak söylem analizi, kültürel örüntüleri ortaya çıkartmakta çok daha yardımcı olacaktır. Katılımcılar hakkında daha ayrıntılı demografik verilerin toplanmamış olması bir eksiklikten ziyade, kaçırılmış bir fırsat olarak görmek mümkündür.

Yöntem bölümünün, veri toplama sürecinin ve analiz prosedürlerinin ayrıntılı ve anlaşılır bir şekilde açıklandığı görülmektedir. Bu, çalışmanın tekrarlanabilirliğini ve güvenilirliğini arttırmıştır. Verilerin ayrıntılı bir şekilde analiz ettiğiniz ve araştırma sorularına yanıt sağlamaktadır.

Bu önerileri dikkate alarak, çalışmanızı daha da geliştirme ve başarıyla tamamlama yolunda ilerleyebilirsiniz.

Dr. Öğr. Üyesi Batu Duru

Hasan Kalyoncu Üniversitesi-İletişim Fakültesi

UZMAN GÖRÜŞÜ-2

Tezin konusu olan dezavantajlı bölgelerde yaşayan kadınların dijital kültür ile olan ilişkisinde, genel hatlarıyla sosyal medya kullanımının çok büyük etkisi olduğu düşünülmektedir. Alt sınıf niteliklere sahip olan insan topluluklarının günümüz çağındaki en büyük kurtarıcılarında olan sosyal medya uygulamaları, kişilerin genel hatları ile ailelerinden göremedikleri “ sevgi” ve “değer” duygularının açığa çıkmasından kaynaklanmaktadır. Bu durumu psikolojik açıdan ele aldığımız zaman, temel inançlar başlığını ele almak durumundayız. Bu başlıkta genel olarak kişilerde olumlu ya da olumsuz şekilde ortaya çıkan temel inanç iki türde görülür. Geçmiş deneyimler sonucunda oluşmuş olan, çaresizlik, değersizlik, sevilme şeklinde üç ana başlıkta toplanan inanç sistemleridir. Çocukluktan gelen aile baskısı ve sevgisizliğinin üzerine ergenlik ve erişkinlik döneminde kurulan yanlış ilişkilerin getirdiği ilişkiler ya da evlilikler bu durumu daha fazla tetiklemektedir. Bu sebeptendir ki, kitle kültürü başlığı olayın doğruluğunu kanıtlar niteliktedir. Bir Afrika ülkesi sözündeki gibi “Köyü tarafından sevilmeyen çocuk, sevgi sıcaklığını hissetmek için köyü yakar.” diyor. Sevgi dediğimiz olgu bu yüzden önce aileden öğrenilmelidir. Bir insana bırakılabilecek en büyük miras; sevmeyi sevilmeyi bilen, sevgiyle dolu bir kalptir. Kitle psikolojisinin ve kitle iletişim araçlarının etkisi en çok Birinci ve İkinci Dünya Savaşlarında belirginleşmiştir. Freud şiddet olgusunu "kendiliğinden" davranış olarak açıklamış ve şiddeti bastırılmış içgüdüsel bir eylem olarak tanımlamıştır. Soğuk Savaş döneminde medya bugünkü kadar gelişmemişti. O dönemde kitleler gazete, radyo ve televizyon aracılığıyla şiddete teşvik ediliyordu. Böylece savaş çıkarıcılar, kendi cebinden çıkanlara karşı kendilerini haklı çıkarmaya çalıştılar. Sonuç olarak, toplumdaki baskın kişilerin ideolojisini ve ahlaki değerlerini temsil edenler, medya şiddetini çarpıtmaya çalıştılar, böylece toplumdaki baskın kişilerin mesajları aslında hedef aldıkları sosyal grup veya etnik azınlık üzerinde etkili olur. Onlar ait ancak toplum ile bilincin gelişimi arasındaki diyalektik ilişki, toplumu kontrol edenlerin yapılandırılmış kitle psikolojisinin ve medya şiddetinin zaman içinde devam etmesini sağlar. Kitle iletişim şiddeti, psikolojik savaş yöntemlerinden biridir ve amacı, kitle psikolojisini toplumu yönetenlerin ahlaki değerlerine ve ideolojik hedeflerine uyarlamaktır. Medya çevresindeki değişim, algı bozukluğundan ve yanlış kullanımlardan kaynaklı olarak başta kişilik bozuklukları dahil olmak üzere sosyal medya bağımlılığı ve Nomofobi, Netlesfobi gibi rahatsızlıklara sebep olmaktadır. Nomofobi telefonsuz kalma korkusu olarak tanımlanırken, Netlesfobi ise internetsiz kalma korkusu olarak tanımlanmaktadır.

Medyanın yanlış kullanımında ortaya çıkan bu korkular kişilerin başta özgül fobi olmak üzere, yaygın anksiyete bozukluğu, narsistik kişilik bozukluğu gibi tanılar almasına sebep olabilmektedir. Özetle, medya kullanımının olumlu ve olumsuz tarafları her zaman mevcuttur. Doğru kullanımda bir derya deniz olan medya sektörü, yanlış kullanımda bu tip sorunlara yol açabilmektedir.

Bülent Kaan KÖSE

Uzman Psikolog



ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Lütfiye Meral ÖZGEN
Uyruğu : T.C.

EĞİTİM

Derece	Adı	Bitirme Yılı
Üniversite	Hasan Kalyoncu Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı	2021

