



GLOBAL TRANSFORMATION AND DIFFERENTIATION II

DIGITALIZATION AND THE FUTURE OF DIGITAL SOCIETY

CONGRESS BOOK

Editors:
Prof. Dr. Suat KOLUKIRIK
Ragıp PEHLIVANLI



www.gtrd.org
www.inglobe.org



InGlobe
ACADEMY

March 12-14, 2020

Akdeniz University / Antalya / TURKEY

CONGRESS BOOK

EDITORS

Prof. Dr. Suat KOLUKIRIK

Ragıp PEHLİVANLI

PUBLICATION COORDINATOR

Büşra YILMAZ

www.inglobe.org

congress@inglobe.org

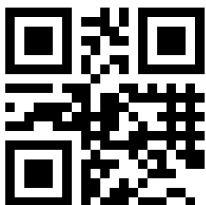
(+90) 312 911 0799



All rights of this book belong to editors. Can be used by giving reference. Scientific and ethical responsibilities of the writings belong to authors and copyright belongs to InGlobe editors. The authors are responsible for the correctness of the content and resources of the writings.

Copyright © 2020

Innovation and Global Issues Congress. All rights reserved.



SCIENTIFIC ADVISORY BOARD

Prof. Dr.	Ali Rıza	ABAY	YALOVA UNIVERSITY
Prof. Dr.	Nurşen	ADAK	AKDENİZ UNIVERSITY
Prof. Dr.	Yusuf	ADIGÜZEL	İSTANBUL UNIVERSITY
Prof. Dr.	Ümit	AKÇA	SULEYMAN DEMİREL UNIVERSITY
Prof. Dr.	Yıldız	AKPOLAT	ATATÜRK UNIVERSITY
Prof. Dr.	Köksal	ALVER	SELÇUK UNIVERSITY
Prof. Dr.	Roza	AMANOVA	MANAS UNIVERSITY
Prof. Dr.	Durmuş Ali	ARSLAN	MERSİN UNIVERSITY
Prof. Dr.	Hamza	ATEŞ	İSTANBUL MEDENİYET UNIVERSITY
Prof. Dr.	Ali	AYATA	BİLECİK ŞEYH EDABALİ UNIVERSITY
Prof. Dr.	Mazhar	BAĞLI	NEVŞEHİR UNIVERSITY
Prof. Dr.	Stalbek	BAKTIGULOV	MANAS UNIVERSITY
Prof. Dr.	Fatih	BAŞBUĞ	MANAS UNIVERSITY
Prof. Dr.	Tsendiin	BATTULGA	NATIONAL UNIVERSITY OF MONGOLIA
Prof. Dr.	Nurettin	BİLİCİ	ÇANKAYA UNIVERSITY
Prof. Dr.	Veysel	BOZKURT	İSTANBUL UNIVERSITY
Prof. Dr.	Alıca	BRODZKA	WROCLAW UNIVERSITY OF ECONOMICS
Prof. Dr.	İhsan	BULUT	AKDENİZ UNIVERSITY
Prof. Dr.	Kanat	CANUZAKOV	MANAS UNIVERSITY
Prof. Dr.	Elif Sibel	ÇAKAR	KIRKLARELİ UNIVERSITY
Prof. Dr.	Kayhan	DELİBAŞ	ADNAN MENDERES UNIVERSITY
Prof. Dr.	Gönül	DEMEZ	AKDENİZ UNIVERSITY
Prof. Dr.	Esmâ	DURUGÖNÜL	AKDENİZ UNIVERSITY
Prof. Dr.	Orhan	ELMACI	DUMLUPINAR UNIVERSITY
Prof. Dr.	Nevin Güngör	ERGAN	HACETTEPE UNIVERSITY
Prof. Dr.	Rüstem	ERKAN	DİCLE UNIVERSITY
Prof. Dr.	Mustafa	ERTÜRK	AKDENİZ UNIVERSITY
Prof. Dr.	Cahit	GELEKÇİ	HACETTEPE UNIVERSITY
Prof. Dr.	Mehmet Nuri	GÜLTEKİN	GAZİANTEP UNIVERSITY
Prof. Dr.	Mübariz	HASANOV	OKAN UNIVERSITY
Prof. Dr.	Urkimbaeva Duysengul	ISAEVNA	ABYLAYKHAN UNIVERSITY
Prof. Dr.	Hüsâmettin	İNANÇ	DUMLUPINAR UNIVERSITY
Prof. Dr.	Amina	JESENKOVIĆ	INTERNATIONAL UNIVERSITY OF SARAJEVO
Prof. Dr.	Mehmet	KARAKAŞ	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
Prof. Dr.	Kamil	KAYA	İSTANBUL GELİŞİM UNIVERSITY
Prof. Dr.	Mxia	KHAKHUTAİSHNİLİ	BATUMİ SHOTA RUSTAVELI STATE UNIVERSITY
Prof. Dr.	Suat	KOLUKIRIK	AKDENİZ UNIVERSITY
Prof. Dr.	Alev	KURU	GAZİ UNIVERSITY
Prof. Dr.	Kerem Hatemoğlu	MEMMEDLİ	BAKÜ STATE UNIVERSITY
Prof. Dr.	İrfan	MORİNA	KOSOVO UNIVERSITY
Prof. Dr.	Leonid	NAKOV	SKOPJE UNIVERSITY
Prof. Dr.	Adile	NAZEROVA	AZERBAIJAN EDUCATION INSTITUTE
Prof. Dr.	Suleymenova Jarkımbike	NUAYKIZI	KAZAKH STATE WOMEN'S TEACHER TRAINING UNIVERSITY
Prof. Dr.	Murat	OKÇU	SULEYMAN DEMİREL UNIVERSITY
Prof. Dr.	Serik	OMİRBAYEV	NORTH KAZAKHSTAN STATE UNIVERSITY
Prof. Dr.	Kemal	ÖKTEM	HACETTEPE UNIVERSITY
Prof. Dr.	Yıldıray	ÖZBEK	AKDENİZ UNIVERSITY
Prof. Dr.	Sevinç	ÖZEN GÜÇLÜ	AKDENİZ UNIVERSITY
Prof. Dr.	Ertan	ÖZENSEL	SELÇUK UNIVERSITY
Prof. Dr.	Metin	ÖZKUL	SULEYMAN DEMİREL UNIVERSITY
Prof. Dr.	Zeki	PARLAK	MARMARA UNIVERSITY
Prof. Dr.	Hamit	PEHLİVANLI	KIRIKKALE UNIVERSITY
Prof. Dr.	Şerafettin	SEVİM	DUMLUPINAR UNIVERSITY
Prof. Dr.	İnga	SHAMİLİSHVİLİ	BATUMİ SHOTA RUSTAVELI STATE UNIVERSITY
Prof. Dr.	Yurıstanbek	SIGAYEV	MANAS UNIVERSITY
Prof. Dr.	Mehmet	ŞAHİN	POLICE ACADEMY
Prof. Dr.	Sami	ŞENER	DOĞUŞ UNIVERSITY
Prof. Dr.	Mustafa	TALAS	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
Prof. Dr.	Ahmet	TALİMCİLER	İZMİR BAKIRÇAY UNIVERSITY
Prof. Dr.	Lile	TANDİLAVA	BATUMİ SHOTA RUSTAVELI STATE UNIVERSITY
Prof. Dr.	Mustafa	TAŞLIYAN	KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM UNIVERSITY
Prof. Dr.	Nana	TSETSKHLADZE	BATUMİ SHOTA RUSTAVELI STATE UNIVERSITY
Prof. Dr.	Ceylan Gazi	UÇKUN	KOCAELİ UNIVERSITY

Prof. Dr.	M. Demet	ULUSOY	HACETTEPE UNIVERSITY
Prof. Dr.	Ahmet	UZUN	AKDENİZ UNIVERSITY
Prof. Dr.	Mustafa	ÜNAL	ERCİYES UNIVERSITY
Prof. Dr.	Hakan	YAVUZ	UTAH UNIVERSITY
Prof. Dr.	H. Güçlü	YAVUZCAN	GAZİ UNIVERSITY
Prof. Dr.	Dilek	YEŞİLTUNA	EGE UNIVERSITY
Prof. Dr.	Mustafa	YILDIRAN	AKDENİZ UNIVERSITY
Prof. Dr.	Mehmet Zeydin	YILDIZ	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
Prof. Dr.	Özkan	YILDIZ	DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY
Prof. Dr.	Bülent	YILMAZ	BİLECİK ŞEYH EDABALİ UNIVERSITY
Prof. Dr.	Cevdet	YILMAZ	SULEYMAN DEMİREL UNIVERSITY
Prof. Dr.	Meliha	YILMAZ	GAZİ UNIVERSITY
Prof. Dr.	Yagut	ALIYEVA	BAKU STATE UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Selahattin	AVŞAROĞLU	NECMETTİN ERBAKAN UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Sibel Mehter	AYKIN	AKDENİZ UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Mira	BALTYMOVA	AKTOBE STATE UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Vehbi	BAYHAN	İNÖNÜ UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Mehmet Hanefi	BAYRAM	AKDENİZ UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Ahmet	BAYTOK	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Tamer	BUDAK	İNÖNÜ UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Tuba	BÜYÜKBEŞE	HASAN KALYONCU UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Savaş	ÇAĞLAYAN	MUĞLA SITKI KOÇMAN UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Eren	ÇAŞKURLU	GAZİ UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Hacer Mutlu	DANACI	AKDENİZ UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Güven	DİNÇ	AKDENİZ UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Zeki	DUMAN	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Zafer	DURDU	MUĞLA SITKI KOÇMAN UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Oktay	EMİR	ANADOLU UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Murat	ERCAN	BİLECİK ŞEYH EDABALİ UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Tamer	EREN	KIRIKKALE UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Biol	ERKAN	UŞAK UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Kemal	EROL	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Ceren	GİDERLER	DUMLUPINAR UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Evren	GÜÇER	GAZİ UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Mustafa	GÜLEÇ	ANKARA UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Serkan	GÜNEŞ	GAZİ UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Bengül	GÜNGÖRMEZ	ULUDAĞ UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Berrin	GÜZEL	ADNAN MENDERES UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Anarbek	IBRAYEV	MANAS UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Ahmet Burak	KAHRAMAN	ERCİYES UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Kasım	KARAMAN	ERCİYES UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Elife	KART	AKDENİZ UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Meltem	KATIRANCI	GAZİ UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Mahmut	KAYA	HARRAN UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Selahattin	KAYNAK	ONDOKUZ MAYIS UNIVERSITY
Assoc. Prof.	İbrahim	KILIÇ	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Metin	KILIÇ	DÜZCE UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Bekir	KOCADAŞ	ADIYAMAN UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Asım	MEMMEDOV	GENCE STATE UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Aidos	MUKHATAYEV	KAZAKH STATE WOMEN'S TEACHER TRAINING UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Emine	NAS	SELÇUK UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Kişibaev Kacımuhan	ORAZOVIŞ	KAZAKH STATE WOMEN'S TEACHER TRAINING UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Elbeyi	PELİT	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Benedek	PEN	MACARİSTAN BUDAPESTE EÖTVÖS LORAND UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Fatih	SARAÇOĞLU	GAZİ UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Tuncay Ercan	SEPETÇİOĞLU	ADNAN MENDERES UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Ajla	SKRBIC	UNİVERSITY OF TRAVNIK
Assoc. Prof.	Edina	SOLAK	ZENİCA UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Hasan Hüseyin	SOYBALI	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Vechi	SÖNMEZ	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Fikret	SÖZBİLİR	ARTVİN ÇORUH UNIVERSITY
Assoc. Prof.	İbrahim	SUBAŞI	MARMARA UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Janar	SUINZHANOVA	AHMET YESEVİ UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Konrbaeva Saraş	ŞAHİKIZI	KAZAKH STATE WOMEN'S TEACHER TRAINING UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Kamil	ŞAHİN	KIRIKKALE UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Ümran	TÜRKYILMAZ	GAZİ UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Okyay	UÇAN	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY

Assoc. Prof.	Seyit Battal	UĞURLU	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Fatih	USLU	AKDENİZ UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Elvan	YALÇINKAYA	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
Assoc. Prof.	Cevdet	YILMAZ	SULEYMAN DEMİREL UNIVERSITY
Dr.	Handan	AKYİĞİT	SAKARYA UNIVERSITY
Dr.	Yalçın	ARSLANTÜRK	GAZİ UNIVERSITY
Dr.	Ali	AVAN	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
Dr.	Hasan Hüseyin	AYGÜL	AKDENİZ UNIVERSITY
Dr.	Barış	AYTEKİN	KIRKLARELİ UNIVERSITY
Dr.	Nabi	AZEROĞLU	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
Dr.	Orkide	BAKALIM	UŞAK UNIVERSITY
Dr.	Emre Vadi	BALCI	UŞAK UNIVERSITY
Dr.	Hakan	BOZ	UŞAK UNIVERSITY
Dr.	Doğan	BOZDOĞAN	GAZİOSMANPAŞA UNIVERSITY
Dr.	Ünal	BOZYER	MUĞLA SITKI KOÇMAN UNIVERSITY
Dr.	Selçuk	BUYRUKOĞLU	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
Dr.	Yasin	ÇAKIREL	KIRKLARELİ UNIVERSITY
Dr.	Oğuz	ÇETİN	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
Dr.	Yavuz	ÇOBANOĞLU	MUNZUR UNIVERSITY
Dr.	Fethi	DEMİR	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
Dr.	Mehriban	EMEK	ADIYAMAN UNIVERSITY
Dr.	Metin	EREN	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
Dr.	Nezire Derya	ERGUN ÖZLER	DUMLUPINAR UNIVERSITY
Dr.	Serdar	FİDAN	KARADENİZ TEKNİK UNIVERSITY
Dr.	Zühal	GÜLER	ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY
Dr.	Muazzez	HARUNOĞULLARI	KİLİS UNIVERSITY
Dr.	Fatih	KAHRAMAN	İZMİR KATİP ÇELEBİ UNIVERSITY
Dr.	İffet	KESİMLİ	KIRKLARELİ UNIVERSITY
Dr.	Şevket Ercan	KIZILAY	DÜZCE UNIVERSITY
Dr.	Ebru Bilgen	KOCATÜRK	KIRKLARELİ UNIVERSITY
Dr.	Mustafa	METE	GAZİANTEP UNIVERSITY
Dr.	Özge Tuçe	GÖKALP	KIRKLARELİ UNIVERSITY
Dr.	Gökhan Veli	GÖKTÜRK	AKDENİZ UNIVERSITY
Dr.	Gökhan	OFLUOĞLU	BÜLENT ECEVİT UNIVERSITY
Dr.	Mustafa	ÖZALP	BOZOK UNIVERSITY
Dr.	Ercan	ÖZEN	UŞAK UNIVERSITY
Dr.	Bayram	POLAT	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
Dr.	Serkan	SABANCI	SİİRT UNIVERSITY
Dr.	Emine	ŞAHİN	GAZİANTEP UNIVERSITY
Dr.	Mehmet Recep	TAŞ	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
Dr.	Mustafa	TAYTAK	UŞAK UNIVERSITY
Dr.	Salih	TİRYAKİ	UŞAK UNIVERSITY
Dr.	Malik	YILMAZ	ATATÜRK UNIVERSITY
Dr.	Özcan	ZORLU	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
Dr.	Hanife	AKGÜL	ERCIYES UNIVERSITY
Dr.	Mükerrem	ATALAY ORAL	AKDENİZ UNIVERSITY
Dr.	Erhan	AYDIN	UŞAK UNIVERSITY
Dr.	Abdulaziz	ELWALDA	MISURATA UNIVERSITY
Dr.	Betül	HAYRULLAHOĞLU	UŞAK UNIVERSITY
Dr.	Fulya	KÖKSOY	BATMAN UNIVERSITY
Dr.	Abdullah	TEKBAŞ	CONSTITUTIONAL COURT
Dr.	Özge	ZEYBEKOĞLU	AKDENİZ UNIVERSITY

CONGRESS ID

Name of Congress

Global Transformation and Differentiation II
Digitalization and the Future of Digital Society

Type of Participation

Davetli ve Çağrılı / Keynote and Invited

Date and Place

March 12-14, 2020
Akdeniz University / Antalya / TÜRKİYE

President

Prof. Dr. Suat KOLUKIRIK

Head of Board

Ragıp PEHLİVANLI

General Coordinator

Elif GÜN

Organization

InGlobe Academy

Platform

Akdeniz University

Atyrau University

Turkish Airlines

TÜRPAV

MPE

Regularity Board

Prof. Dr. Suat KOLUKIRIK
Prof. Dr. Akramjon YULDASHEV
Prof. Dr. Elbeyi PELİT
Prof. Dr. Fatih BAŞBUĞ
Prof. Dr. Kalybayeva KALAMKAS
Prof. Dr. Sevinç ÖZEN GÜÇLÜ
Assoc. Prof. Asım MEMMEDOV
Assoc. Prof. Birol AKGÜL
Assoc. Prof. Sayyora ZAKIROVA

Executive Board

Ragıp PEHLİVANLI
Ali Burak ULUÇAY
Bilgehan ÖZSOY
Büşra YILMAZ
Elif GÜN
Gulshat SHAIKENOVA
Karlygash ASHIRKHANOVA
Mariana MANKO
Milina LATIKANT
Ramin ALIYEV

CONTENTS

CONGRESS ID.....	II
FOREWORD.....	III
SCIENTIFIC ADVISORY BOARD.....	IV
CONTENTS.....	VI
FROM THE MIDDLE AGES TO PRESENT: MONEY AND BITCOIN AS AN EXAMPLE OF DIGITALIZATION.....	1
<i>Arnas BULUT</i>	<i>1</i>
A RESEARCH ON THE USE OF VIRTUAL REALITY IN MUSEUMS	8
<i>Alper ATEŞ, Halil SUNAR, Mustafa COŞKUNER</i>	<i>8</i>
DIGITAL SERVICE TAX AND ITS APPLICABILITY IN TURKEY.....	15
<i>Betül HAYRULLAHOĞLU</i>	<i>15</i>
TIME AND MONEY IN DIGITALIZATION OF INDUSTRY: A SOCIOLOGICAL RESEARCH ON AVIATION IN TURKEY ..	24
<i>Mehmet KURTCEBE</i>	<i>24</i>
TECHNOLOGY AND SOCIAL WORK PROFESSION	40
<i>Umut YANARDAĞ</i>	<i>40</i>
FORECASTING OF CO2 EMISSION ACCORDING TO DATA ANALYSIS	52
<i>M.Fatih AK, Abdurrahman ÇELİK, Beyza ACAR</i>	<i>52</i>
DESIGN AND COMPARISON OF PID AND SLIDING MODE CONTROL SYSTEM ON A STABILIZED PLATFORM.....	66
<i>M. Talha KORKMAZ, A. Engin ÖZÇELİK</i>	<i>66</i>
CURRENT TRENDS IN NEW MEDIA ECONOMY: BLOCKCHAIN TECHNOLOGY VERSUS “CLICK ECONOMY”	73
<i>Çiğdem ÖZKAN</i>	<i>73</i>
SOCIETY 5.0 IN THE CONTEXT OF THE VALUE-ORIENTED TECHNOLOGY IDEA.....	92
<i>Abdulkadir BÜYÜKBİNGÖL.....</i>	<i>92</i>
THE VIRTUAL IDENTITIES SPIRAL: THE PEEP CULTURE IN ONLINE NETWORKS	101
<i>Büşra ÖZEN.....</i>	<i>101</i>
AVERSIVENESS OF MEDIA AND AUGMENTED REALITY IN NEWS	116
<i>Biröl AKGÜL, Ebrar Feyza KILIÇ.....</i>	<i>116</i>
EVALUATION OF THE USAGE OF AUGMENTED REALITY IN JOURNALISM VIA THE CONCEPT OF NEWS.....	128
<i>Biröl AKGÜL, Ebrar Feyza KILIÇ.....</i>	<i>128</i>
AN INTERPRETATION OF THE TRANSHUMANISM THOUGHT THROUGH MUSIC	139
<i>Esin Nilay ZENGİN</i>	<i>139</i>
EFFECTS OF DIGITAL MEDIA ON THE THOUGHT FORMS OF YOUTH IN THE HIGH SCHOOL AGE	152
<i>Gökhan CANTÜRK, İbrahim YÜKSEL</i>	<i>152</i>
CAPITALISM 5.0: "DIGITAL CAPITALISM" AND ITS POLITICAL ECONOMY IN THE CONTEXT OF THE EVOLUTION OF CAPITALISM.....	174
<i>Abdilcelil KOÇ.....</i>	<i>174</i>
SIMULATED TRAINING IN DEVELOPING INTERCULTURALLY COMPETENT LEADERS.....	176
<i>Mesut AKDERE</i>	<i>176</i>
THE APPLICATION TO THE MENTAL TRAINING OF THE CINEMA THERAPY AS AN EXAMPLE OF DIGITALIZATION IN SPORTS.....	177
<i>Ersin AFACAN.....</i>	<i>177</i>
THE FICTION OF HEROINE IN DIGITAL PLATFORMS: THE ANALYSIS OF SERIES ‘ATIYE (THE GIFT)’ THROUGH A FEMINIST PERSPECTIVE	180
<i>Didem DENİZ ANAMUR, Sevcan KARCI.....</i>	<i>180</i>

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

DÖRDÜNCÜ SANAYİ DEVRİMİ (ENDÜSTRİ 4.0) VE İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ	187
<i>Altan BAŞARAN.....</i>	<i>187</i>
A MODEL SUGGESTION FOR EXAMINING THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL LEARNING, PRODUCT INNOVATION AND FIRM PERFORMANCE.....	190
<i>Betül Ayşe ÇETİN, Serdar BOZKURT.....</i>	<i>190</i>
THE ROLE OF THE DIGITAL FOOTPRINT IN STRUGGLE WITH SHADOW ECONOMY ACTIVITIES.....	192
<i>Dilek GÜMÜŞ, Mustafa YILDIRAN.....</i>	<i>192</i>
AN OVERVIEW OF THE RELATION OF SOCIAL MEDIA AND REALITY	209
<i>Savaş ÇAĞLAYAN, Gülben TOKER</i>	<i>209</i>
DIGITAL TECHNOLOGY AND SOCIO-POLITICAL TRANSFORMATIONS	212
<i>Eyüp ÖZ.....</i>	<i>212</i>
PERSONALITY AND SOCIAL VALUES IN A GLOBALIZED WORLD REVIEW OF THE SYSTEM AND THE EFFECT OF THIS ON THE AZERBAIJAN SOCIETY.....	215
<i>Yağut ALİYEVA, Sevinc ALİYEVA</i>	<i>215</i>
DIGITAL AESTHETIZED BODY IMAGE IN FASHION PHOTOS.....	220
<i>Eren GÖRGÜLÜ.....</i>	<i>220</i>

FROM THE MIDDLE AGES TO PRESENT: MONEY AND BITCOIN AS AN EXAMPLE OF DIGITALIZATION

Arnas BULUT¹

Abstract

Money, as a concept that has existed ever since the transition to settled life, continues to keep up with a world that perpetually reforms and develops. Today, in accordance with the needs of the epoch, it has its place among our lives as a ‘digital asset’ with the introduction of cryptocurrencies. Theoretically introduced in 2008 and practically implemented in our lives in 2009, Bitcoin’s roots can be traced all the way back to a set of studies conducted in the 90s. In this study, the roots of money will be touched upon while mentioning the reforms that came into human life with the development of international trade, especially during the middle ages; and in the context of digitalization and digital society, cryptocurrencies, which came into being with the development of the blockchain technology and bitcoin, will be discussed in terms of their effects on our daily lives and economy, and how they shape the social life.

Keywords: Bitcoin, blockchain, cryptocurrency, digital assets, middle ages

ORTA ÇAĞ’DAN GÜNÜMÜZE PARA VE BİR DİJİTALLEŞME ÖRNEĞİ OLARAK BİTCOİN

Özet

Yerleşik yaşama geçişten bu yana insanoğlunun hayatında her daim var olmuş olan para kavramı, sürekli yenilenen ve güncellenen dünyamıza ayak uydurmaya devam ediyor. Çağın gerekliliklerine uygun olarak gelişen para, günümüzde ‘dijital varlık’ olarak adlandırılan kriptopara birimleriyle hayatımızda yer edinmekte. Teorik altyapısı 2008’de sunulmuş, pratikte ise 2009’dan beri hayatımızda olan Bitcoin’in kökenleri ise 90’larda yapılan bir dizi çalışmaya kadar takip edilebilir. Bu çalışmada paranın kökenlerine değinilerek, özellikle orta çağda gelişen uluslararası ticaret ile insanlık yaşamına giren yeniliklerden bahsedilecek, günümüzde ise dijitalleşme ve dijital toplum bağlamında blokzincir teknolojisi ve bitcoin yeniliği ile hayatımıza giren kriptopara birimlerinin günlük yaşam ve ekonomiye etkileri ele alınarak, sosyal hayatı nasıl şekillendirdiği tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Bitcoin, blokzincir, kriptopara, dijital varlıklar, orta çağ

JEL Codes: O14, O33, Z13

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi Akdeniz Uygarlıkları Araştırma Enstitüsü, Akdeniz Orta çağ Araştırmaları ABD, arnasbulut@gmail.com

1 Giriş

Günümüzde parasız bir hayat düşünülemez iken, eski çağlarda durum böyle değildi. Yerleşik hayata geçişten önce para diye bir kavram olması mümkün dahi değilken, geçişten sonra ise epey bir süre bildiğimiz anlamda para diye bir şey yoktu. Yaklaşık on bin yıl önce ilk yerleşik hayata geçişten MÖ 7. yüzyılda Lidyalıların ilk sikkeyi icat etmesine kadar geçen sürede insanlık, olduğu yerde durmasının doğurduğu alım-satım ihtiyacını takas yoluyla gideriyordu. Bildiğimiz manada paraya geçmeden önce ise arpa, buğday, kumaş topları vb. ürün ve eşyalar bir nevi para olarak kullanılmıştır. Takas döneminin zorlukları arasında birbiriyle takas edilen her bir ürünün değerinin her bir bölgede ayrı ayrı kaydedilmesi, ürünler farklı ürünlerle takas edilmek istenildiği zaman ortaya çıkan takas değeri uyumsuzluğu gibi sorunlar gösterilebilir. Kullanılabilen ve tüketilebilen ürünlerin takasta kullanılmaya başlaması, beraberinde birçok kolaylık getirmiştir. ‘Sağ’ para olarak anılan bu kullanılabilen ürünler, standart bir fiyat belirlenmesine ön ayak olduğundan, bireyler arası takas işlerinin kolaylaşmasına ek olarak satışı yapılan ürün veya ürünlerin pazarı da genişlemiştir. Eski zamanlarda para trampasında kullanıldığı bilinen buğday, arpa, kumaş topları gibi ürünlere ek olarak, günümüzde hâlâ “deniz hayvanlarının kabukları, çeşitli süslü kumaşlar, demir parçaları, bilezik ve gerdanlıklar, iplere dizilmiş renkli deniz hayvanı kabukları, kaya tuzu, çapa, sığır” (Eröz, 2014: 246) gibi eşyaların ‘sağ’ para olarak kullanıldığı bilinmektedir. Eröz sağ para çeşitlerinden bahsederken, ilerleyen dönemlerde ortaya çıkan ‘gerçek’ paranın işleri nasıl kolaylaştırdığına değinmeyi unutmuyor. Herkesin değerine mutabık kaldığı belli başlı bir nesne, aşağıda da örneklerini görebileceğiniz gibi insanlığın gelişimine ön ayak da olmuştur.

Bildiğimiz manada paraya geçmeden önce ticaret de haliyle kısıtlı kalmak mecburiyetindeydi ve herhangi bir ticari işlemle meşgul olan kişilerin birbirlerine üst mertebeye güven duymasını gerektiriyordu. Bu konuya Eröz yine aynı eserinde ‘Sessiz Ticaret’ başlığında değinmiş. Sessiz ticareti açıklarken “[m]übadelelerin bu kaba şeklinde taraflar, alışveriş için bir araya gelmeden mal mübadelesinde bulunurlar,” (2014: 242) diyerek, birkaç örnekle sözlerini tamamlıyor. Eröz’ün aktardığı şekli ile, sessiz ticaretin birbirini tanıyan iki (genellikle ilkel) topluluğun, birbirlerini görmeden, önceden anlaşılmalı noktalara ticareti yapılacak ürünlerin ve karşılıklarının bırakılması (bu işlem günler alabiliyordu) aracılığıyla gerçekleştiğini anlıyoruz. Küreselleşen dünyamızda böylesi bir ticaretin gerçekçi temellere oturtularak mümkün olamayacağını, yalnızca kapanık topluluklar arasında var olabileceğini öne sürebiliriz.

Anlaşılabileceği üzere paranın uzun çağlara yayılan tarihçesi, gelişen, değişen ve yenilenen dünya ve toplum yapısı ile eşzamanlı dönüşüme tanıklık etmiştir. Önceleri basit bir takas işlemi iken, sonrasında gördüğümüz üzere çeşitli ticaret yöntemlerine dönüşmüş ve günümüze kadar ulaşarak uçsuz bucaksız sınırları kapsar hale gelmiştir. Bu çalışmanın amacı, paranın Orta çağ’dan günümüze tarihçesini takip ederek günümüzde Bitcoin ile nasıl bir boyut aldığını incelemektir. Çalışmada nitel ve nicel veriler bir arada kullanılarak karma yöntem tercih edilmiştir.

2 Orta Çağ’da Para

Yukarıda bahsedilen türden ticaret şekillerinin günümüzde sürdürülebilir, hatta uygulanabilir olmadığını belirtmiştik. Bunun sebepleri arasında büyüyen pazarlar, küreselleşen toplumlar, lojistik sorunları ve daha bir sürü kavram ve olgu gösterilebilir. Günümüzde sürdürülebilir türde ticaretin temellerinin orta çağda atıldığını görüyoruz. Lidyalıların M.Ö. 7. yüzyılda ilk sikkeyi icat etmeleri, o güne kadar görülmemiş çapta bir yeniliktir. Bu icat ile yukarıda bahsedilen güven sorunu ortadan kalkmış, tüccarlar birbirleri yerine paraya güvenmeye, boş vaatler yerine somut parayı dikkate almaya başlamışlardır. Bunun mümkün

olması, önceleri para olarak olmasa da kıymetli olduğu bilinen değerli taşlar ile sağlanmıştır. Üretilen herhangi bir sikkenin içindeki değerli maden miktarı, sikkeyi üreten hükümdarın namusu ile taahhüt ediliyordu. Bu yüzdendir ki eski çağlardan beri ‘kalpazanlık’ en ağır cezalara tanıklık etmiştir. Paranın sahtesi, hükümdarın namusunun sahtesi anlamına geldiğinden, affedilmesi imkânsız bir suçtu. Sonuç olarak, ihtiva ettiği değerli maden miktarı katı kanunlarla korunan sikkeler ticarete güveni sağlamış, güven ile beraber de gelişim ve ilerleme ortaya çıkmıştır.

Harari, *Hayvanlardan Tanrılara: Sapiens: İnsan Türünün Kısa Bir Tarihi* başlıklı eserinde para hakkında “...şu ana kadar yaratılmış en evrensel ve en etkili karşılıklı güven sistemidir” (2015: 58) tanımlamasını yapıyor. Bu önermeyi irdelemek gerekirse nedenini açıkça görebiliriz: ortada para gibi bir sistem olunca, başka hiçbir şeyi düşünmeye gerek kalmıyor. Ticaret yaptığımız kişinin de paraya sizinle aynı değeri verdiğini—en azından materyal anlamda—biliyorsunuz. Harari para konusunu ileriye taşıyarak, bu karşılıklı güven sisteminin krediyi, kredinin geleceğe güveni, geleceğe güvenin ise ilerlemeci toplulukları oluşturduğunu öne sürmekte. Yani öznelardan sıyrılıp öznelarası bir olguya dönüşerek, para, kendini adeta toplumun ve geleceğin mimarı konumuna yerleştirmiş durumda.

Konumuza dönecek olursak, sikkenin icadı ve işin içine değerli taşların girmesiyle birlikte büyük çaplı ticaret ve üretim gerçekleşmeye başlamıştır. Orta çağa geldiğimizde birtakım takas faaliyetlerinin hâlâ devam ettiğini görmekle beraber, para sisteminin de yavaş yavaş oturduğuna şahit olmaktadır. Öyle ki, ticaret ağları, denizcilik, ürün çeşitlilikleri gelişirken, ilk altın parayla 1252 yılında Floransa’da karşılaşırız. Altının para birimi olarak hayatımıza girmesi önemlidir, çünkü bugün bile hâlâ—yavaş yavaş değiştiğini gözlemlemekle birlikte—altın ve benzeri kıymetli madenlere güveniyoruz. Orta çağda kurulmaya başlayan uluslararası ticaret ağları, yukarıda bahsedilen güven sorununu altın ve benzeri kıymetli madenlerin günümüzde anladığımız tabiriyle para olarak kullanılmasıyla çözmüştür.

3 Paranın Geleceği: Bitcoin

Geçmişten günümüze getirdiğimiz para, orta çağdan itibaren son halini almış, son üç yüz yılda kâğıt şekline bürünmüş ve artık kimsenin güven problemi yaşamadığı bir emtia hâlini almıştır. Ortaya çıkışından günümüze kadar iki kere değişime uğradığına şahit olduğumuz parayı şimdilerde yeni bir değişim beklemekte, hatta bu değişim gerçekleşmeye başladı bile.

Bitcoin’i kısaca tanıtmak gerekirse, Bitcoin, Satoshi Nakamoto mahlaslı bir bilgisayar programcısı/programcıları tarafından açık kaynak kodlu bir şekilde geliştirilmiş özel bir algoritma üzerine kurulu, eşler arası transfer işlemi onaylama ve bunun sonucu olarak ise arzı sınırlı bir elektronik para sistemi oluşturma işlemine verilen kısa isimdir. Türkiye Bilişim Vakfı bünyesinde kurulmuş olan Blockchain Türkiye isimli kuruluşun yaptığı *Blokzinciri Teknolojisi Terminoloji Çalışması*nda Bitcoin şu şekilde tanımlanmıştır:

2008 yılında rumuzu Satoshi Nakamoto olan anonim bir kişi tarafından deneysel olarak ortaya atılmış; herhangi bir merkezi otoriteye bağlı olmaksızın kullanıcılar arasında aracısız olarak değer transferi sağlayan dijital ödeme yöntemidir. Ulusal para birimlerine alternatif olarak ortaya çıkmış ancak henüz Türk hukuku çerçevesinde resmi bir ödeme aracı olarak kabul görmemiştir. Sembölü ₿, kısaltması ise BTC’dir. (2019: 12)

Bu tanımdan yola çıkarak, “herhangi bir merkezi otoriteye bağlı olmaksızın kullanıcılar arasında aracısız olarak değer transferi sağlama” kısmının Bitcoin ve genel olarak Blokzincir teknolojisinin özünü oluşturduğunu vurgulamak gerekmektedir. Günümüz ticaret dünyasında

para transferleri, paranın basımı, piyasaya sürülmesi, sahtecilik kontrolünün yapılması, depolanması ve alım satım işlemleri için merkezi otoritelere ihtiyaç duyulmaktadır. Yukarıda da belirtildiği gibi, para, ilk ortaya çıktığı zamanlarda dahi aslında kişi veya kişilere ait olan bir şey değil, onu bastıran ve dağıtan hükümdarın ve sonrasında ise devletler aracılığıyla merkez bankalarının kontrolündeydi, hâlâ da öyle olduğu bilinmektedir. Blokzincire gelince böyle olmadığı görülmektedir. Bitcoin, SHA256 algoritmasını kullanan bir blokzincirin ürettiği sınırlı arzlı bir dijital varlıktır. Çeşitli blokzincirler olmakla beraber, ilk çıkan ve genel kanı itibariyle en güvenilen kriptopara birimi olduğu için aşağıda verilen örnekler ve yapılan atıfların hepsi Bitcoin özelinde olacaktır.

3.1 Bitcoinin Çalışma Prensibi

Bitcoin ekosisteminde aslında para yoktur. Bitcoinin kaynak kodu, her biri bir megabayt boyutunda, ‘blok’ denilen matematiksel formüllere işlenmiş verileri o an ağda olan tüm kullanıcılara iletmek üzerine kurulmuştur. Bu bloklar matematiksel formüller olduğundan, ağdaki kullanıcıların işlem güçleri, yani bilgisayarlarının işlemcileri tarafından çözümleri gerekmektedir. Bu işlemi en kısa sürede çözen kullanıcıya ise Bitcoin algoritması ödül olarak sınırlı olan arzdan bir miktar Bitcoin verir.

Blokzincir jargonunda ağdaki verileri doğrulayan işlem gücüne sahip cihazlara ‘madenci’ denirken, matematiksel formülleri çözme işine ise ‘madencilik yapmak’ adı verilir. Madencilik yapmak, içerisinde depolanan veriyi ağa duyurabilmek adına, şifrelenmiş halde duran blok yapısının şifresini çözüp, herkesin erişimine açmaktır. Yapılan bu iş sonucunda o blok yapısının çözümüne katkıda bulunmuş bütün madenciler, o anki blok ödülü ne ise, o miktarda Bitcoin kazanır. Söz konusu blok ödülünün içerisinde yeni üretilen Bitcoin harici, o blokta yer almış bütün işlemlerin ücretleri de bulunmaktadır. Yani Bitcoin kullanıcılarından birbirlerine Bitcoin gönderirken sistem tarafından kesilen işlem ücretleri, tekrar kullanıcılara iade edilmektedir.

Şubat 2020 itibariyle dünya üzerinde yaklaşık 18 milyon adet Bitcoin bulunmaktadır. Formülü gereği 21 milyondan fazla Bitcoin üretilmeyecek, son Bitcoin üretildikten sonra ise madencilere ekstra ödül vermek yerine sadece o an çözülen bloktaki işlem ücretleri dağıtılacaktır. Şu anki hesaplamalara göre 2030lu yıllarda Bitcoin arzının %99’u kazılacak, 2140 yılı itibariyle de son Bitcoin üretilmiş olacak, bu yıldan sonra ise yukarıda da bahsedildiği gibi madencilere yalnızca işlem ücretleri dağıtılacaktır.

Bitcoinin arzının sınırlı olması, kopyalanamaması, gizlilik temelli olması, kullanım kolaylığı ve ucuzluğu gibi etmenler, Bitcoinin değerini belirlemede önemlidir. Şubat 2020 itibariyle 1 Bitcoin, 9700\$ seviyelerinden işlem görmektedir.

Genel hatları ile Bitcoin böyle çalışmaktadır. Anlaşılacağı üzere, Bitcoin basan bir merkez yok, bir yerden bir yere göndermek için banka benzeri aracı kurumlar yok, sahteciliği önlemek içinse tonlarca algoritma ve işlem gücüne dayalı üretim limiti var. Yukarıda bahsedilen değer belirleme faktörlerine ek olarak bu ‘aracısızlık’ özelliği, Bitcoin tercih edilen bir araç haline getirmektedir.

4 Değerlendirme ve Sonuç

İlk bakışta geleneksel paradan çok farklı gibi görünsede öznelarasılık ve değer algıları üzerinden konuşulacak olursa, aslında Bitcoinin hiçbir farkı yoktur. Günümüzde basılan kâğıt paraların yüzde doksanının karşılığı olmadığı biliniyor olmasına rağmen, hâlâ ona değer

verilmektedir. Bitcoin de aynı şekilde, yukarıda da bahsedildiği gibi, ‘paranın kendi içinde güvenli olması’ kıstasından ötürü insanlık tarafından değer görmektedir.

Fakat benzer değerlerle yaklaşılması, aynı olduğu anlamına gelmez. Bitcoinin şüphesiz en büyük artışı, araçları ortadan kaldırmış olmasıdır. Güncel veriler ile hesaplandığı zaman, örneğin, Western Union aracılığıyla yurtdışına 100 dolar göndermek istenirse eğer, 15 dolar masraf ücreti ödenmesi gerekmektedir. Araya döviz bürosu, bankalar, para gönderim acenteleri de derken birçok aracı gerektirir. 1000 dolar göndermek istenirse, aynı şekilde birçok aracından geçerek, 52 dolar masraf ödenecek. Peki Bitcoinde durum nasıl? 100 dolar değerinde Bitcoin gönderilmek istenirse, güncel rakamlar baz alındığında 53 ila 78 cent arası bir ücret kesintisi olacaktır. Peki 1000 dolar değerinde Bitcoin gönderilmek istenirse? İşte burada Bitcoinin bir diğer büyük farkını görmekteyiz. Yine 100 dolarda olduğu gibi, yalnızca 53 ila 78 cent arası bir işlem ücreti ödenecektir. Bunun sebebi, Bitcoin sisteminin parasal değer boyutuna değil, matematiksel değer boyutuna bakmasıdır. 100 dolarlık da olsa, 1000 dolarlık da olsa, gönderilecek olan Bitcoin miktarının yukarıda bahsedilen bir megabaytlık blok içerisinde kapladığı alan aynı olacaktır. Bunun sonucu olarak da aşağı yukarı aynı şekilde ücret kesilecektir. Yani şöyle denebilir ki, algoritmanın değer verdiği tek şey veri. Algoritma insanlar gibi düşünmediğinden ve Bitcoin miktarı ne olursa olsun verinin boyutu aynı olacağından, daha fazla ücret kesmeye ihtiyaç duymamaktadır. Çünkü ağı yaptığı tek şey (daha doğrusu ağ üzerinde kullanıcıların yaptığı tek şey), “A noktasından B noktasına X miktarda BTC gitti” işlemini onaylamak. Ek olarak, geleneksel para gönderme yöntemlerinde en hızlı bir sonraki gün işlem tamamlanırken (ki bu tür işlemler daha masraflıdır), Bitcoin ağında işlemler 8 ila 10 dakikada tamamlanır. Bu süre başka diğer blokzincirlerde saniyelere kadar düşmektedir.

Bütün bunlara ek olarak, dijital varlıkların, yani Bitcoin ve türevlerinin, güvenlik ve gizlilik konusunda hiçbir aracının sağlayamayacağı bir güvence verdiği su götürmez bir gerçektir. Kriptopara birimleri, yapıları itibarıyla şifrelenmiş veriler olduklarından çalınamazlar, takip edilemezler ve kopyalanamazlar. Bugün hangi banka, kasalarındaki paranın matematiksel olarak kesinlikle çalınamayacağını, takip edilemeyeceğinin veya sahtesinin basılamayacağını garantisini verebilir?

Geçtiğimiz günlerde birbiri ardına ülkeler kriptopara birimlerini tanıdıklarını, üstlerindeki yasaları kaldırdıklarını ve hatta yasal birer ödeme aracı olarak gördüklerini açıkladılar. Bugün Ekvator, Çin, Senegal, Tunus, İsviçre, Estonya, Japonya, İsveç, Singapur, Filistin, Rusya ve henüz duyurulmamış birçok ülke kendi kriptopara birimlerini üreterek geleceğin parası olan dijital varlıklara geçiş yapma hazırlıkları yapmaktalar. Yalnızca transfer işlemlerini onaylamaktan öte başka amaçlar için de kullanılabilen blokzincir teknolojisi, cep telefonlarından bilgisayarlara, hastanelerden gökdelenlere kadar her alanda sıradan algoritmaların yaptıkları işin yerini alarak, ulaşılabilirliği kolaylaştırma yolunda insanlığın önemli adımlar atmasına ön ayak olmaktadır.

Kapatırken şunu sormak istiyorum: İnsanlık 2.0, Endüstri 4.0, Toplum 5.0 diyoruz da, Kriptopara neden Para 3.0 olmasın?

Kaynakça

Antonopoulos, A.M. (2014). *Mastering Bitcoin: Unlocking Digital Cryptocurrencies*. USA: O’Reilly Media.

Bjerg, O. (2016). “How is Bitcoin Money?”, *Theory, Culture & Society*, 33(1): ss. 53-72.

Chohan, U.W. (2017). *A History of Bitcoin*. Canberra: University of New South Wales.

Dodd, N. (2018). "The Social Life of Bitcoin", *Theory, Culture & Society*, 35(3): ss. 35-56.

Eröz, M. (2014). *İktisat Sosyolojisine Başlangıç*, İstanbul: Ötüken.

Harari, Y.N. (2015). *Hayvanlardan Tanrılara: Sapiens: İnsan Türünün Kısa Bir Tarihi*, (Çev.) Genç, E., İstanbul: Kolektif.

Hart, K. (2017). *Money in a Human Economy*, Oxford: Berghahn Books.

Haseni, A. El. (1996). *İslam'da Para*, İstanbul: İz Yayıncılık.

Lee Kuo Chuen, D. (2015). *Handbook of Digital Currency: Bitcoin, Innovation, Financial Instruments, and Big Data*, USA: Elsevier.

Luther, W.J. (2016). "Bitcoin and the Future of Digital Payments", *The Independent Review*, 20(3): ss. 397-404.

Maurer, B., Nelms, T.C., Swartz, L. (2013). "“When Perhaps The Real Problem Is Money Itself?”: The Practical Materiality of Bitcoin", *Social Semiotics*, 23(2): ss. 261-277.

Nakamoto, S. (2008). *Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System*.

Shiller, R.J. (2019). *Narrative Economics: How Stories Go Viral & Drive Major Economic Events*, Oxford: Princeton University Press.

Tschorsch, F., Scheuermann, B. (2016). "Bitcoin and Beyond: A Technical Survey on Decentralized Digital Currencies", *IEEE COMMUNICATIONS SURVEYS & TUTORIALS*, 18(3), THIRD QUARTER: ss. 2084-2123.

Underwood, S. (2016). "Blockchain Beyond Bitcoin", *ACM*, 59(11): ss. 15-17.

İnternet Kaynakları

2. *Ulusal Blokzincir Çalıştayı 2019*. <https://blokzincir.bilgem.tubitak.gov.tr/bz-calistay/bzcalistay2/index-tr.html>, (19 Şubat 2020).

A Very Short History of Bitcoin. <https://medium.com/coinyou/a-very-short-history-of-bitcoin-56574e1727ed>, (19 Şubat 2020).

Barter Bills: Bitcoin History. <https://www.ancient-origins.net/history-ancient-traditions/barter-bills-bitcoins-history-007109>, (19 Şubat 2020).

Barter to Bitcoin: A Story of Money and Blockchain. <https://techcrunch.com/2016/01/21/barter-to-bitcoin-a-story-of-money-and-blockchain/>. Erişim Tarihi 19 Şubat 2020.

Bitcoin History: Part 1 – The Beginning. <https://news.bitcoin.com/bitcoin-history-part-1-in-the-beginning/>, (19 Şubat 2020).

Blokchain Türkiye Platformu. <https://bctr.org/>. Erişim Tarihi 19 Şubat 2020.

BtcTurk – Blokzincir Nedir?. <https://pro.btcturk.com/faydali-bilgiler/blokzincir-nedir>, (19 Şubat 2020).

Evolution of Money from Barter to Bitcoin. <https://medium.com/new-media-dod/evolution-of-money-from-barter-to-bitcoin-3e7dcaa5aaab>, (19 Şubat 2020).

The History of Bitcoin. <https://cryptodaily.co.uk/the-history-of-bitcoin>, (19 Şubat 2020).

The History of Money. <https://wissen.fun/en/the-history-of-money/>, (19 Şubat 2020).



March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

The History of Money from Barter to Bitcoin. <https://www.welfordblockchain.com/the-history-of-money-from-barter-to-bitcoin/>, (19 Şubat 2020).

Türkiye Bilişim Vakfı. <http://tbv.org.tr/>, (19 Şubat 2020).

A RESEARCH ON THE USE OF VIRTUAL REALITY IN MUSEUMS

Alper ATEŞ¹, Halil SUNAR², Mustafa COŞKUNER³

Abstract

Advances in technology have made it easier for people to do their jobs, while on the other hand, they have caused people to change their consumption behavior. Although all these changes have a positive effect on the way of life of the societies, these changes have had some negative effects especially on the environment. As a result of these adverse effects, short and long term plans and strategies have been developed by bringing the concepts of anxiety for the world heritage to be left to the next generations and the balance of using protection, sustainability, industry 4.0. The effective cultural interaction of the tourism sector is important in terms of spreading the concept of sustainability and raising awareness. Therefore, the concept of tourism 4.0 emerged as equivalent to tourism 4.0 in the tourism sector. In this study, the relationship between tourism 4.0 and virtual reality has been examined and studies and developments related to the usage areas of virtual reality applications in museums and cultural heritage sites have been discussed. While examining studies and developments, the reasons, advantages and disadvantages of virtual reality applications in museums and cultural heritage sites were determined and suggestions were presented.

Keywords: Virtual Reality, Museum, Industry 4.0, Tourism 4.0

SANAL GERÇEKLİĞİN MÜZELERDE KULLANILMASINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Teknolojide yaşanan gelişmeler bir taraftan insanların işlerini kolaylaştırırken diğer yandan insanların tüketim davranışlarını değiştirmesine neden olmuştur. Tüm bu değişimler toplumların yaşam biçimlerini bir yandan olumlu etkilese de, bu değişimler özellikle çevre üzerinde birtakım olumsuz etkileri ortaya çıkarmıştır. Bu olumsuz etkiler sonucunda gelecek kuşaklara bırakılacak dünya mirasları için kaygıların oluşmasına ve koruma kullanma dengesi, sürdürülebilirlik, endüstri 4.0 kavramlarını gündeme getirerek kısa ve uzun vadeli planlamalar ve stratejiler geliştirilmiştir. Turizm sektörünün etkin biçimde kültürel etkileşim sağlaması sürdürülebilirlik kavramının yaygınlaşması ve bilinç oluşturma açısından önem arz etmektedir. Bu nedenle endüstri 4.0 kavramının turizm sektöründe eş değer olarak turizm 4.0 kavramı ortaya çıkmıştır. Çalışmada turizm 4.0 ile sanal gerçeklik ilişkisi incelenerek, sanal gerçeklik uygulamalarının müzelerde ve kültürel miras alanlarında kullanım alanları ile ilgili çalışmalar ve gelişmeler ele alınmıştır. Çalışmalar ve gelişmeler incelenirken sanal gerçeklik

¹ Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği, alpera@selcuk.edu.tr

² Giresun Üniversitesi, Tirebolu Mehmet Bayrak MYO, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri, halil.sunar@windowslive.com

³ Anadolu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Doktora Öğrencisi, mustafacoskuner03@gmail.com

uygulamalarının müzelerde ve kültürel miras alanlarında kullanılma nedenleri, avantajları ve dezavantajları belirlenerek öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sanal Gerçeklik, Müze, Endüstri 4.0, Turizm 4.0

1 Giriş

Teknolojinin gelişimi ve günlük hayata hızlı entegrasyonu, insanların yaşamında ve tüketim alışkanlıklarında köklü ve sürekli değişimler yaşanmasına neden olmuştur. Birçok farklı alanda etkisini gösteren teknolojik gelişmeler bütününe “Endüstri Devrimi 1.0, 2.0, 3.0, 4.0” gibi genel geçer kapsayıcı terimler atfedilmiştir. Birbirinin ardılı olarak devam eden bu dönemlerin ortaya çıkmasında internetin gelişimi, yapay sinir ağları, yapay zekâ, sosyal medya vb. gelişmeler etkili olmuştur. Özellikle internetin gelişmesi ve kullanıcı sayısının her geçen gün artması bütün sektörlerin tamamı veya kısmi olarak internet ortamında taşınmıştır. We are Social tarafından hazırlanan rapora göre Ocak 2020 tarihi itibarıyla yaklaşık 7.75 milyar kişiye ulaşan dünya nüfusunun yaklaşık 4,54 milyarı (%58,6) internet kullanıcısı ve bu internet kullanıcılarının da yaklaşık 3,8 milyar kişisi aynı zamanda aktif sosyal medya kullanıcısıdır. Her geçen gün internet kullanıcı sayısının artış göstermesi, birçok sektörde internet tabanlı uygulamaların ortaya çıkmasına ve bu uygulamaların maliyet, zaman vb. avantajları göz önünde bulundurularak öneminin artmasına neden olmuştur. Bu sektörlerden birisi olan turizm sektörünün, hizmet yoğun bir sektör olmasından dolayı, hizmeti somutlaştırmaya yardımcı olma fonksiyonuna sahip internet tabanlı reklam ve tanıtım ağırlıklı çalışmalar genellikle karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra sanal gerçeklik uygulamaları, çevrimiçi yorumlar, engellilere yönelik uygulamalar, e-oyunlar vb. uygulamalar da turizm sektörü paydaşları tarafından kullanılmaktadır. Sanal gerçeklik uygulamalarının günümüzde başarılı, etkin ve gün geçtikçe daha da yaygın olarak kullanıldığı alanlardan birisi de müzelerdir. Çalışmanın konusunu müzelerde ve kültürel miras alanlarında kullanılan sanal gerçeklik uygulamaları oluşturmaktadır.

2 Kavramsal Çerçeve

2.1.Sanal Gerçeklik ve Turizm Sektöründe Uygulama Alanları

Sanal gerçeklik kavramı ilk olarak 1970’li yıllarda Jaron Lanier kullanmıştır. Sanal gerçeklik kavramı köken olarak Latince’deki “virtualis” den gelmektedir (Şekerci, 2017: 1126). Sanal gerçeklik kavramı var olmayanın, bilgisayar yazılım ve donanımları aracılığıyla üç boyutlu olarak oluşturulan objelerin sanal ortam aracılığı ile iletişimde bulunarak gerçekte var olma algısı oluşturmasıdır (Bayraktar ve Kaleli, 2007: 3). Tarihsel süreçte sanal gerçeklik kavramını analiz ettiğimizde ilk olarak Gaddis (1998) çalışmasında sanal gerçeklik kavramını bilgisayar aracılığıyla hayali dünyanın etkileşimi olarak ifade etmiştir. Oppenheim (1993) çalışmasında ise, makine ve insan arasındaki etkileşimin bazı görsel ve işitsel teknolojiler ile desteklenerek algılanması olarak ifade etmiştir. Başka bir tanıma göre ise; “*gerçek hayatın veya durumların bilgisayar destekli olarak simüle edilmesine, yapay biçimde yeniden oluşturulması*” olarak ifade edilmektedir (b4mind.com, 2020). Kayabaşı (2002) çalışmasında ise sanal gerçekliği en basit ifadeyle “gerçeğin yeniden inşa edilmesi” olarak tanımlamıştır.

Dijital medyanın bir fonksiyonu olarak da karşımıza çıkan sanal gerçeklik uygulamaları olarak dijital, interaktif, üst metin, sanal ortam, ağ tabanı ve simülasyon ön plana çıkmaktadır (Lister vd., 2009: 13). Sanal gerçeklik uygulamaları ilk olarak askeri ve uzay araştırmalarında yaygın olarak kullanılmıştır (Sürücü ve Başar, 2016). Zaman içerisinde sanal gerçeklik uygulamalarının gelişmesiyle ve sağladığı faydalar doğrultusunda eğitim başta olmak üzere

eğlence, sağlık, e-ticaret, mimarlık-inşaat, kültür-turizm ve satış-pazarlama gibi birçok alanda sanal gerçeklik uygulamaları kullanılmaktadır (Hasançebi vd., 2018: 148). Sanal gerçeklik, bir teknolojiden ziyade bir deneyim olarak, siber-uzaydaki görüntülerle karşılıklı ve etkileşimli bir iletişim sistemidir. Günümüzde sanal gerçekliğin birçok uygulama alanı olması vazgeçilmez yeni fırsatlar oluşturmaktadır (Bayraktar ve Kaleli, 2007: 2).

Sanal gerçeklik uygulamalarının en çok kullanıldığı alanlardan birisi de turizm sektörüdür. Turizm sektöründe sanal gerçekliğin yanı sıra artırılmış gerçeklik uygulamaları da oldukça yaygın olarak kullanılmaktadır. Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamalarının turizm sektöründe turizm deneyimini iyileştirme ve ziyaretçilerin işlerini kolaylaştırma ile ilgili bilgilere ulaşmalarına yardımcı olması amacıyla kullanılmaktadır. Turizm sektöründe artırılmış gerçeklik teknolojisi tarihi ve kültürel miraslar hakkında bilgi vermek dışında ziyaretçilere rehberlik etmek, konaklama işletmeleri tanıtımında, destinasyonların oyunlaştırılması, alışveriş merkezleri gibi destinasyonların turizm alt yapılarını görselleştirmek için de kullanılabilir. Artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik teknolojisi turizm sektöründe üç boyutlu nesnelerin görselleştirilmesi ve sanal ortamlar oluşturulmasıyla ziyaretçilerin turizm işletmelerini, destinasyonları, müzeleri, tarihi, kültürel ve mimari alanları gibi yerleri önceden sanal ortamda deneyimleme imkânı sunmaktadır. Bunun yanı sıra destinasyonda ziyaretçilere rehberlik görevi üstlenerek, turistik, tarihi, mimari ve kültürel yerler ve turizm işletmeleri hakkında bilgiler sunulmasında, renklendirme, yıkılmış olan bir yapıyı o dönemdeki haliyle görmek ve anlama noktasında önemli bir rol oynamaktadır. Kısacası sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamaları, turizm faaliyetlerinin başlangıcından bitimine kadar önemli bir rol üstlenmektedir (Demirezen, 2019: 2). Turizm sektöründe sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamaları, bireylerin seyahat planlarını etkileyebilmekte ve seyahat deneyimlerini geliştirerek daha fazla müşteriye ulaşabilmeleri açısından önemli bir fırsat sunması aynı zamanda turizm pazarlaması ve daha fazla kitleye ulaşılması açısından da önemlidir. Tüm bu uygulamalarının yanı sıra turizm sektöründe sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamaları özellikle yiyecek içecek işletmelerinde kullanılan üç boyutlu tanıtım, dijital menüler, birden fazla dil seçeneği ve sipariş vermek istenen lezzetin hazırlanışı, içinde kullanılan malzeme, besin değeri, kalori hesaplama vb. özellikleri üç boyutlu inceleyebilme imkânları sunması gibi seçeneklerin olması aynı zamanda müşteri memnuniyeti artırılabilir.

Müzelerde ve Kültürel Miras Alanlarında Sanal Gerçeklik Uygulamaları

Sanal gerçeklik uygulamalarının günümüzde en fazla kullanıldığı alanlardan birisi de müzelerdir. Yıpranmış, zarar görmüş veya herhangi bir eserin kaldığı dönemdeki halini, renklerini, yapısını, işlevini görebilmek veya daha iyi kavrayabilmek adına sanal gerçeklik ile ilgili uygulama sayısı artmıştır. Bu uygulamaların sayısının artması ve sanal gerçeklik uygulamalarının her geçen gün daha da gelişmesiyle “sanal müze” kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Sanal müze kavramı genellikle müze koleksiyonlarının çevrimiçi portallarını veya bir müzenin fiziksel tezahürünün dışında halkın katılımı açısından yaptığı hemen hemen her şeyi ifade etmektedir (Kuchelmeister, 2018: 205). Panciroli vd. (2007) çalışmalarında sanal müzeyi, bazı özellikleri geleneksel müze ile paylaşan, izleyici kitlesine erişebilen, kültürel bir öğeye atıfta bulunan ve eğitim amaçlı olan çevrimiçi veritabanı ve uzamsal sanal gerçeklik gösterimi olan dijital bir varlık olarak ifade etmişlerdir. Burada dikkat edilmesi gereken hususlardan birincisi eğitim bilgi alanı olması, ikincisi ise kullanıcılar için deneyimsel bir kaliteye sahip olmasıdır (Kuchelmeister, 2018: 205). Sanal gerçeklik uygulamaları kültürel miras alanlarında ve müzelerde belgeleme, restitüsyon, restorasyon, rekonstrüksiyon ve sunum gibi temel

işlemler çerçevesinde yaygın olarak kullanılmaktadır. Sürücü (2017) tez çalışmasında bu alanlardaki sanal gerçeklik uygulamaları içerik ve alt amaçlarına göre sınıflandırmıştır. Bunlar:

- Sanal rekonstrüksiyon amacıyla yapılan uygulamalar,
- Yerinde deneyimleme ve rehberlik sağlama amacıyla yapılan uygulamalar,
- Bilimsel analiz amacıyla yapılan uygulamalar,
- Sanal restorasyon amacıyla yapılan uygulamalar,
- Sanal müzeler,
- Eğitici oyunlar

Sanal rekonstrüksiyon uygulamaları bir yapının zamanla yıkılmış veya hasar görmüş kalıntılarının belgeler yardımıyla eski halinin belirlenerek yapılması işlemini ifade etmektedir. Sanal rekonstrüksiyon kültürel miras alanlarında sanal gerçeklik uygulamalarının ilk örnekleridir. Sanal rekonstrüksiyon uygulamaları kültürel mirasın korunması, tanıtılmasının yanı sıra kullanıcılara bir deneyim sunmaktadır (Sürücü, 2017: 37).

Yerinde deneyimleme ve rehberlik sağlama amacıyla yapılan uygulamalar kültürel miras alanlarının, tarihi kalıntıları yerinde deneyimlemek isteyen bireylerin genellikle giyilebilir aygıtlar yardımı ile yapıların eski halleri, kalıntının tam halini veya renkli orijinal halini gösteren bilgiler veren sanal gerçeklik uygulamalarıdır. Bu uygulamalar kullanıcıların deneyimlerini kendi tercihleriyle yönlendirerek elde etmektedir. Bir başka ifadeyle kullanıcının kültürel mirasın yerinde sanal gerçeklik uygulamasıyla gerçek zamanlı müdahale edebilme imkânı sunması açısından önemlidir (Aş, 2019: 96).

Bilimsel analiz amacıyla yapılan sanal gerçeklik uygulamaları kültürel miraslar hakkında analiz yapmak amacıyla çalışma ortamı sunarak ilk halleri üzerinden çıkarımlar yapabilmek amacıyla da kullanılmaktadır. Örnek olarak arkeologlar kazıya başlamadan önce, kazı alanında yaptıkları ölçümler ve tespitlerden elde ettikleri verilerden yararlanarak oluşturdukları modellerle alanı daha iyi algılayarak yorum yapabilmekte ve kazı sırasında oluşabilecek tahribatı önlemek veya en aza indirmek için, kazıya sanal olarak müdahale edebilmektedir (Aş, 2019: 98).

Sanal restorasyon amacıyla yapılan uygulamalar yıpranması kolay olan heykel, mozaik, fresk, boyama gibi kültür varlıklarının korunması ve restorasyonu amacıyla yapılan sanal gerçeklik uygulamalarıdır.

Sanal müzeler kültürel varlıkların sergilendiği, geçmişin değerlerini ile geleceğe aktarılması arasında köprü görevi gören müzeler, bilgi çağının gelişmesi ile sanal ortama taşınmıştır. Müzeye seyahat engeli, ekonomik vb nedenlerden dolayı gidilememesi ve müzenin daha fazla ziyaretçiye ulaşmak ve internet üzerinden tanıtım yapmak gibi farklı nedenlerden dolayı sanal müzeler oluşturulmuş ve yaygınlaşmıştır. Sanal gerçeklik uygulamaları içinde bulunduğumuz bilgi çağı nedeniyle müzelere uyarlanarak sanal müzeler oluşturulmuş ve kullanıcılara internet ortamına müze deneyim imkânı sunmuştur. Müzelerde sergilenen eserlerin camikan, şerit vb. zarar görmesini engellemek amacıyla korunmaya alınması sanal müzelerde bu durumun ortadan kaldırılmış kullanıcılar daha yakından ve ayrıntılı bir biçimde görebilme imkânı sunulmuştur. Sanal müzelerde eserlerin yapıldığı dönemdeki halini renklendirilmiş bir biçimde görebilme ve günümüzdeki haliyle karşılaştırma imkânı sunmaktadır. Sanal müzeler kazı alanlarında bulunan eserlerin materyallerin nasıl yapıldığı ve

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

içerikleri hakkında daha fazla bilgi almalarını sağlamıştır. Özellikle büyük müzelerde rehberlerin her şeyi kusursuz bir biçimde hatırlamalarını beklemek, dil seçenekleri, zaman gibi kısıtları sanal müzeler ile ortadan kaldırılmıştır. Sanal gerçeklik uygulamaları ile kullanıcıların etkileşimi, erişilebilirliğini artırmak amacıyla birçok uygulama örnek olarak geliştirilmiştir. Bu duruma örnek olarak Louvre Müzesi'nde yer alan dünyanın en ünlü eserlerinden biri olan Mona Lisa'yı müzede koruma camının arkasında görmek yerine, oluşturulan sanal ortamda, sanal gerçeklik gözlüğü ile Mona Lisa'nın etrafında dolaşabilme ve eseri daha yakından inceleme ve eseri önemli kılan özelliklerini anlamaya daha yardımcı olmaktadır (Carlsson, 2020).

Kültürel mirasın korunması, bilinçlenme ve bunun sürdürülebilirliği açısından eğitici videolar, oyunlar veya uygulamalarla eğlenceli hale getirmek amacıyla sanal gerçeklik ile oluşturulan uygulamalardır. Bu tür uygulamaların amacı ise, kültürel miras unsurlarının özgün yapısını kullanıcılara aktarmak, doğru bilgiyi işlemek ve mirasın korunması yönünde farkındalık oluşturma noktasında bunu eğlenceli hale dönüştürerek eğitim vermektir (Muşkara, 2017: 104).

Sonuç ve Öneriler

Bilhassa mobil iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi, internet entegrasyonunu birçok farklı alanda aktif olarak hayata geçirilmesi ve bu durumu benimsemiş kullanıcı sayısının da artması nedenleriyle kültürel miras alanlarının ve müzelerin sanal gerçeklik uygulamalarını son yıllarda yaygınlaşarak kullanmasına neden olmuştur. Bilindiği üzere turizm ürünü dağıtımını tersine bir dağıtım kanalı özelliği göstermektedir. Diğer bütün turizm ürünlerinde, ürüne gelmek zorunda kalan turist sanal gerçeklik uygulamaları sayesinde zaman ve mekân avantajı sağlayarak deneyim yaşama şansı elde etmektedir. Oluşturulan paket turlarda veya gezi planlarında müzelere fazla zaman ayrılamaması veya ayrıntılı bir biçimde gezilememesi, tarihi değerlerin camekân veya koruma ekipmanları ile çevrili olması, bireysel olarak ziyaret edildiğinde ziyaret maliyetlerinin çok daha yüksek olması, bireyler için seyahat engelleri, zaman kısıtları, çalışma yaşamlarındaki kısıtlamalar, müzelerde mekân yetersizliği nedeniyle sergilenemeyen eserler gibi nedenleri ortadan kaldırma açısından sanal müzeler oldukça önemlidir. Bunun yanı sıra kültürel mirasın ilk inşa edildiği dönemdeki halini görebilme, heykel veya tarihi değerlerin renklendirilmiş hallerini görebilme, ünlü bir sanat eseri hakkında entegre edilmiş daha fazla bilgi alma, sanatçının yaşadığı çevreyi o günkü şartlarıyla algılayabilme, bir romanda, hikâyede, destanda veya tarihi bir olayda anlatılan bir yerin atmosferinin canlandırılması gibi birçok avantaj sağlamaktadır.

Turistlere yönelik bahsedilen bu avantajlarının yanı sıra sanal müze uygulamalarının rehberlik mesleğinin geleceği açısından tehdit oluşturarak sorun teşkil ettiği ve müzelerin sanal ortama aktarılmasıyla yaşanacak dijitalleşmenin müzelerine olan ilginin azalması gibi olumsuz etkileri olacağı yönünde eleştiriler de bulunmaktadır. Müzeler açısından olumlu etkilerine bakıldığında ise, daha fazla kişiye ulaşma, daha ayrıntılı bilgi verme, yanlış bilgilendirmelerin önüne geçebilme, dil sorunlarını ortadan kaldırma, internet üzerinden ücretli içerik oluşturarak daha düşük ücretle daha fazla kişiye ulaşabilme, tanıtım ve reklam çalışmalarında maliyeti azaltma gibi birçok avantajlar sağlamaktadır. Ayrıca sanal gerçeklik uygulamalarının müzelerine uygulanması özellikle pandemi gibi kriz süreçlerinde kullanıcıların müzelerine erişebilmesi, üç boyutlu turlarla müzeleri gezebilme imkânı sunması açısından oldukça önemlidir. Tüm bu avantajlar göz önünde bulundurularak sanal gerçeklik uygulamalarının kültürel miras alanlarında ve müzelerde kullanımı ile ilgili öneriler ise şu şekilde sıralanabilir:

Üniversitelerde başta mimarlık, turizm olmak üzere diğer ilgili bölümlerin öğretim programlarına sanal gerçeklik uygulamalarına yönelik derslerin dâhil edilmesi,

Bu uygulamaların geliştirilmesi ve kullanımının yaygınlaştırılması amaçlarıyla multidisipliner çalışmaların yapılması (yazılım mühendisliği, mimarlık, tarih, sanat tarihi, güzel sanatlar, turizm vb.),

Turizm işletmelerinin sanal gerçeklik uygulamalarıyla dış müşterilerine tanıtım, iç müşterilerine ise eğitim faaliyetleri yapılması,

Turizm faaliyetlerinde kültürel miras alanlarına ve müzelere sanal gerçeklik uygulamaları ile engelli bireylerin erişilebilirliğine yönelik uygulamalar gerçekleştirilmesi,

Kronolojik Sıralama

Özellikle somut olmayan kültürel miras olarak adlandırılan tören ve ritüellerin korunması ve yaşatılması açısından sanal gerçeklik uygulamalarının geliştirilmesi,

Dil, sesli anlatım vb. rehberlik hizmetlerine yönelik uygulamalar geliştirilmesi,

Kültürel miras alanları ve müzelerin içeriklerini ve özelliklerini yansıtan eğitici oyunlar oluşturulması olarak sıralanabilir.

Kaynakça

Aş, H. (2019). “Saran Mimari Yazılım Ve Teknolojilerinin Kültürel Mirası Koruma Çalışmalarında Kullanımı”, *Tasarım Enformatiği*, 1(2): ss. 92-106.

Bayraktar, Erkan ve Kaleli, Fatih (2007). “Sanal Gerçeklik ve Uygulama Alanları”, *Akademik Bilişim*, ss:1-6

Carlsson, R. (2020). *7 Ways VR is Changing The Museum Landscape*, <https://www.museumnext.com/article/7-ways-vr-is-changing-the-museum-landscape/>, (11.04.2020).

Demirezen, B. “Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik Teknolojisinin Turizm Sektöründe Kullanılabilirliği Üzerine Bir Literatür Taraması”, *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1): ss. 1-26.

Gaddis, Tony. (1998). *Virtual Reality in The School*. Virtual Reality And Education Laboratory. East Carolina University.

Hasançebi, M., Yavuz, M., Gündüz, A., Tan, S. S., Göktaş, Y. (2018). “Türkiye’deki Sanal Gerçeklik Tezlerinin İncelenmesi”. *DILET2018 The 2nd International Conference on Distance Learning and Innovative Educational Technologies*, Bildiriler Kitabı, Ankara, ss. 147-157.

<https://b4mind.com/dijital-pazarlama/sanal-gerceklik-ile-artirilmis-gerceklik-arasindaki-5-kritik-fark-2/>, (10.04.2020).

Kayabaşı, Y. (2002). “Sanal Gerçeklik ve Eğitim Amaçlı Kullanılması”. *Turkish Online, TOJET* July 2005 ISSN: 1303-6521, 4(3) Article 20.

Kayabaşı, Y. (2002). “Sanal Gerçeklik ve Eğitim Amaçlı Kullanılması”. *Turkish Online, TOJET* July 2005 ISSN: 1303-6521, 4(3) Article 20.

Kuchelmeister, V. (2018). *The Virtual (Reality) Museum of Immersive Experiences*. Published by BCS Learning and Development Ltd. Proceedings of Proceedings of EVA London 2018, UK, <http://dx.doi.org/10.14236/ewic/EVA2018.39> 203.

Lister, M. ve Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction*, London and New York: Routledge.

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

Muşkara, Ü. (2017). “Yeni Medyanın Kültürel Miras Konulu Uygulamaları”. *Erdem*, (73): ss.89-110.

Oppenheim, Charles (1993). “Virtual Reality and The Virtual Library. *Information Services and Use*”, (3): ss. 215-227.

Panciroli, C., Russo, V., Macaudo, A. (2007) *When Technology Meets Art: Museum Paths between Real and Virtual*. Proceedings.

Sürücü, O. (2017). *Sanal Gerçekliğin Kültürel Mirası Korumada Kullanımı, Salih Bozok Villası Örneği*, Doctoral dissertation, Konya: Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Sürücü, O., Başar, M. E. (2016). “Kültürel Mirası Korumada Bir Farkındalık Aracı Olarak Sanal Gerçeklik”. *Artium*, 4(1).

Şekerci, C. (2017). “Sanal Gerçeklik Kavramının Tarihçesi”, *Journal Of International Social Research*, 10(54).

DIGITAL SERVICE TAX AND ITS APPLICABILITY IN TURKEY

Betül HAYRULLAHOĞLU¹

Abstract

Today, digitalization and accordingly, the digital economy is developing rapidly. With this rapid development, traditional taxation rules are inadequate in the taxation of this area. Countries wishing to take a share from the digital economy are carrying out a number of studies to tax this area. One of these studies is the digital service tax.

This study aims to explain the digital services tax which is being implemented from the date of 01.03.2020 in Turkey. In addition, the problems arising from the implementation of this tax are also discussed in the study.

Keywords: Digitalization, Digital Economy, Digital Service Tax.

TÜRKİYE’DE DİJİTAL HİZMET VERGİSİ VE UYGULANABİLİRLİĞİ

Özet

Günümüzde dijitalleşme ve buna bağlı olarak dijital ekonomi hızla gelişmektedir. Bu hızlı gelişme ile beraber geleneksel vergileme kuralları, bu alanın vergilendirilmesinde yetersiz kalmaktadır. Dijital ekonomiden pay almak isteyen ülkeler, bu alanın vergilendirilmesi için bir takım çalışmalar yapmaktadır. Bu çalışmalardan bir tanesi de Dijital Hizmet Vergisidir.

Çalışma Türkiye’de 01.03.2020 tarihinden itibaren uygulanmaya başlanan Dijital Hizmet Vergisini açıklamayı amaçlamaktadır. Ayrıca çalışmada bu verginin uygulanmasının yaratacağı sorunlar da tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, Dijital Ekonomi, Dijital Hizmet Vergisi.

JEL Codes: H20, H26, K33

1 Giriş

Dünyada dijitalleşme ile beraber bu alanda büyük bir pazar ortaya çıkmıştır. Bu süreçte ülkeler bu pazardan daha çok gelir elde etmek için yarışmaktadır. Türkiye de hızla gelişen dijital ekonomiden pay alabilmek amacıyla Dijital Hizmet Vergisi adıyla yeni bir vergi uygulama koymuştur.

Türkiye’de Dijital Hizmet Vergisi dönemini başlatan 7194 sayılı Dijital Hizmet Vergisi ile Bazı Kanunlarda ve 375 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun 05.12.2019 tarihinde kabul edilerek 07.12.2019 tarihli Resmi Gazetede

¹ Araş. Gör. Dr., Uşak Üniversitesi, İİBF Maliye Bölümü, betul.hayrullahoglu@usak.edu.tr

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

yayımlanmıştır. Kanunun Dijital Hizmet Vergisine ilişkin maddelerinin Kanunun yayımlanmasını izleyen üçüncü ayın başında yani 01.03.2020 tarihinde yürürlüğe gireceği belirtilmiştir. Ancak bu verginin uygulanması ile birlikte bir takım sorunlar ortaya çıkacağı ve bu nedenle bu vergiden umulan hasılatın elde edilemeyeceği düşünülmektedir.

Çalışmada öncelikle Dijital Hizmet Vergisi açıklanmakta, sonrasında ise verginin uygulanmasındaki güçlükler ve uygulanması nedeniyle karşılaşılabilecek sorunlar tartışılmaktadır.

2 Dijital Hizmet Vergisi

Dijital ekonominin kapsamının genişlemesiyle beraber geleneksel vergileme kuralları, bu alanın vergilendirilmesinde yetersiz kalmaktadır. Bunun neticesinde dijital ekonominin kavranması ve vergilendirilmesine yönelik olarak çok sayıda sorun ortaya çıkmaktadır. Bu amaçla, birçok ülke ve özellikle Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) tarafından dijital ekonominin etkin bir şekilde vergilendirilmesine yönelik çalışmalar yürütülmektedir (Akkaya & Gerçek, 2019: 167). Bu ülkelerden bir tanesi olan Türkiye dijital pazardan pay almak ve vergi hasılatını artırmak amacıyla Dijital Hizmet Vergisi uygulamaya başlamıştır.

Türkiye’de Dijital Hizmet Vergisi dönemini başlatan 7194 sayılı Dijital Hizmet Vergisi ile Bazı Kanunlarda ve 375 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun 05.12.2019 tarihinde kabul edilerek 07.12.2019 tarihli Resmi Gazetede yayımlanmıştır. Kanunun Dijital Hizmet Vergisine ilişkin maddelerinin Kanunun yayımlanmasını izleyen üçüncü ayın başında yani 01.03.2020 tarihinde yürürlüğe gireceği belirtilmiştir.

Dijital Hizmet Vergisinin niteliği tartışmalıdır. Bazı yazarlarca bu vergi dolaylı bir tüketim vergisi olarak kabul edilirken (Yılmaz, 2020), bazı yazarlar ise bu verginin kamuflajlı bir özel gelir vergisi olduğunu belirtmektedir (Akçaoğlu, 2020).

Türkiye’de ilk kez uygulanacak olan Dijital Hizmet Vergisinin anlaşılabilmesi için vergiye ilişkin bir takım esaslı unsurların açıklanması gerekmektedir. Bunlar verginin konusu, matrahı, oranı, mükellefi, sorumlusu ile muafiyet ve istisnalara ilişkin düzenlemelerdir.

Dijital ortamda sunulan her türlü reklam hizmetleri; bilgisayar programları, uygulamalar, müzik, video, oyunlar, oyun içi uygulamalar ve benzerleri dâhil dijital herhangi bir içeriğin dijital ortamda satışı ile bu içeriklerin dijital ortamda dinlenmesine, izlenmesine, oynanmasına veya elektronik cihazlara kaydedilmesine veya bu cihazlarda kullanılmasına yönelik dijital ortamda sunulan hizmetler; kullanıcıların birbirleriyle etkileşime geçebilecekleri dijital ortamların sağlanması ve işletilmesi hizmetlerinin Türkiye’de sunulmasından elde edilen hasılatlar ile bu hizmetlere yönelik dijital ortamda dijital hizmet sağlayıcıları tarafından verilen aracılık hizmetlerinden elde edilen hasılat verginin konusunu oluşturmaktadır.

Verginin konusunu oluşturan ve Türkiye’de sunulan bu hizmetlerden hasılat elde edilmesiyle vergiyi doğuran olay gerçekleşmiş kabul edilmektedir. Diğer bir ifadeyle vergiyi doğuran olay hizmetin Türkiye’de sunulması ve hasılatın elde edilmesine bağlanmış bulunmaktadır. Kanunda hasılatın elde edilmesi; “hasılatın mahiyet ve tutar itibarıyla kesinlik kazanmış olmasını” ifade etmektedir. Yani Dijital Hizmet Vergisinde tahakkuk esas geçerlidir.

Verginin mükellefi, dijital hizmetleri sağlayanlar olarak belirlenmiştir. Kanun, mükellefin Türkiye’de ikametgâh, işyeri ya da daimi temsilcisi bulunmaması durumları ile gerekli görülen diğer hallerde vergi alacağının güvence altına alınması amacıyla vergiye tabi

işleme taraf olanlar ile işlem ve ödemeye aracılık edenlerin verginin ödenmesinden sorumlu tutulabileceğini belirtmektedir.

Dijital Hizmet Vergisinde vergilendirme dönemi birer aylık dönemlerdir. Verginin matrahını vergilendirme döneminde verginin konusuna giren hizmetlerden sağlanan hasılatlar oluşturmaktadır. Verginin oranı ise % 7,5 olarak belirlenmiş bulunmaktadır.

Dijital Hizmet Vergisinde muafiyete ilişkin düzenleme önem taşımaktadır. Buna göre, Türkiye’de elde edilen hasılatı 20 milyon TL’den ya da dünya genelinde elde edilen hasılatı 750 milyon Euro’dan veya muadili yabancı para karşılığı TL’den az olanlar bu vergiden muaf tutulmuşlardır. İlgili hesap döneminde bu tutarların her ikisinin de aşılması durumunda muafiyet sona ermekte ve vergilendirme dönemini izleyen dördüncü vergilendirme döneminden itibaren mükellefiyet başlamaktadır. O halde mükellef olabilmek için hadlerin her ikisinin de aşılması gerekmektedir. Bu hadlerden her ikisinin ya da birinin altında kalınması halinde muafiyet devam etmektedir. Arka arkaya iki hesap dönemi boyunca bu hadlerden birinin altında kalınması halinde ise muafiyet yeniden başlamaktadır.

Dijital Hizmet Vergisinin hesaplanmasında matrahtan herhangi bir gider, maliyet ya da vergi indirilmemektedir. Ancak ödenen Dijital Hizmet Vergisi, mükellefler tarafından gelir ve kurumlar vergisinin hesaplanmasında gider olarak indirilebilmektedir.

Dijital Hizmet Vergisinde beyan esası geçerlidir. Buna göre mükellefler ve sorumlular Dijital Hizmet Vergisi beyannamelerini vergilendirme dönemini izleyen ayın sonuna kadar katma değer vergisi (KDV) mükellefiyeti bulunanlarca bu vergi bakımından bağlı olunan vergi dairesine, KDV mükellefiyeti bulunmayanlar tarafından ise Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından belirlenecek olan vergi dairesine vermekle ve aynı süre içerisinde ödemekle yükümlüdürler.

3 Dijital Hizmet Vergisinin Türkiye’de Uygulanabilirliği

7194 sayılı Kanun’un muafiyet hükmü değerlendirildiğinde bu verginin uygulanmasında mükellef sayısının 15-20 arasında olacağı tahmin edilmektedir (Gerçek, 2020). Verginin muafiyet sınırlarını aşarak mükellef olacak kişi ve kurum sayısının kaç olacağı kanun teklifinin komisyon görüşmeleri sırasında da gündeme gelmiş ve 16-17 mükelleften bahsedilmiştir (Türkiye Büyük Millet Meclisi, 2019: 65). Bu mükellefler esas olarak Google, Youtube, Apple, Facebook, Amazon, Netflix, Microsoft gibi dijital dünyaya hâkim olan ABD şirketleridir (Gerçek, 2020). Tablo 1’de bu şirketlere ait 2019 yılı hasılat rakamları yer almaktadır.

Tablo 1. ABD Merkezli Bazı Şirketlerin 2019 Yılı Hasılat Rakamları (Milyar Dolar)

	Alphabet (Google&YouTube)	Facebook	Apple	Amazon	Netflix	Microsoft
2019 Yılı Hasılat	161,857	70,697	63,930	280,522	20,156	125,843

Kaynak: Alphabet, 2020: 1; Amazon, 2020: 8; Apple, 2019: 1; Facebook, 2020: 1; Microsoft, 2020: 6; Netflix, 2020: 10.

Alphabet Şirketinin 2019 yılında elde ettiği reklam gelirleri 15,149 milyar doları YouTube üzerinden, 134,811 milyar doları ise Google üzerinden olmak üzere toplamda 149,960 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (Alphabet, 2020: 1). Bu da şirketin gelirlerinin % 92,65'lik kısmının reklam gelirlerinden oluştuğunu göstermektedir. Benzer şekilde 2019 yılında elde ettiği 69,655 milyar dolarlık reklam geliri Facebook'un 2019 yılı gelirlerinin % 98,52'lik kısmını oluşturmaktadır (Facebook, 2020: 1). Reklam gelirlerinden bu denli yüksek gelir elde eden şirketlerin bu vergiye nasıl tepki gösterecekleri belirsizdir.

Türkiye'de Dijital Hizmet Vergisinin mükellefi olacağı öngörülen şirketlerinin birçoğunun ABD şirketleri olması, verginin uygulanması noktasında Fransa ile ABD arasında yaşanan gerilimi gündeme getirmiştir. Fransa 04.07.2019 tarihinde Dijital Hizmet Vergisini onaylamış ve vergiyi geçmişe yürüterek 01.01.2019'dan itibaren uygulanmasını kararlaştırmıştır (United States Trade Representative, 2019: 12). 10.07.2019 tarihinde ise ABD Ticaret Temsilciliği 1974 tarihli Ticaret Kanunu'nun 301'inci bölümü uyarınca bir soruşturma başlatmıştır. Kanun'un 301'inci bölümü, uluslararası ticaret anlaşmalarına aykırı ya da uluslararası ticaret anlaşmalarının kapsamında olmasa da ABD'nin çıkarlarını etkileyecek şekilde uygulamaya konulan düzenlemelere ABD'nin karşılık vermesini öngörmektedir (Bedük, 2019).

ABD Ticaret Temsilciliği 02.02.2019 tarihinde yayımladığı raporda Fransa'nın Dijital Hizmet Vergisini şu gerekçelerle eleştirmiştir (United States Trade Representative, 2019: 30-76);

- Bu verginin ABD dijital şirketlerine karşı ayrımcılık içerdiği,
- Bu verginin geçmişe yürütülmesinin, gelire uygulanmasının ve ülke dışı yapısının vergi ilkeleriyle tutarsız olduğu ve bu vergiden etkilenen ABD şirketleri aleyhine aşırı bir yük getirdiği,
- Bu verginin haksız bir şekilde küçük bir grup dijital şirketi hedeflediği ve
- Bu vergiye yönelik kamu gerekçelerinin inandırıcı olmadığı.

Bu soruşturma sonucunda ABD Fransız malları ya da hizmetlerine vergi, harç ya da diğer ithalat kısıtlamaları getirilmesi gibi bir dizi önlem alınmasının uygun olacağını belirtmiştir (United States Trade Representative, 2019: 77). Fransa da iki ülke arasında ticari ilişkilerin bozulmaması amacıyla bu vergiyi uygulamaktan vazgeçtiğini açıklamıştır (Yılmaz, 2020).

ABD'nin raporundan yalnızca 3 gün sonra 05.12.2019 tarihinde Türk vergi sistemine Dijital Hizmet Vergisini dahil eden 7194 sayılı Kanun kabul edilmiştir. Üstelik Türkiye tarafından kabul edilen ve 1 Mart 2020 tarihinden itibaren uygulamaya giren Dijital Hizmet Vergisi Fransa'dan alınmıştır. Bu nedenle ABD'nin Türkiye'ye karşı da soruşturma ve yaptırım hazırlıklarının başlamış olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Gerçek, 2020).

Ocak 2020 itibariyle Avrupa'da; Avusturya, Fransa, Macaristan, İtalya ve Türkiye Dijital Hizmet Vergisine ilişkin düzenleme yapmıştır. Belçika, Çek Cumhuriyeti, Slovakya, İspanya ve Birleşik Krallık'ta ise Dijital Hizmet Vergisini yürürlüğe koymak için teklifte bulunulmuştur. Polonya kısa süre önce Dijital Hizmet Vergisi konusundaki çalışmalarını askıya aldığı açıklamıştır. Letonya, Slovenya ve Norveç ise bu vergiyi uygulama niyetini resmî olarak açıklamışlardır (Asen, 2020).

Letonya Hükümeti, ülkenin % 3 oranında bir Dijital Hizmet Vergisi aldığı varsayımına dayanarak vergi gelirlerindeki artışı belirlemek için bir hukuk şirketi olan Primus Derling'i görevlendirmiştir. Slovenya Maliye Bakanlığı da, Haziran 2019'da hükümetin 1 Nisan 2020'ye

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

kadar Ulusal Meclis'e Dijital Hizmet Vergisine ilişkin bir yasa tasarısı sunacağını duyurmuştur. Bu verginin, AB direktiflerine uygun olacağı ve 1 Eylül 2020'den itibaren geçerli olacağı açıklanmış olmasına rağmen 2019'dan beri bu konuda bir gelişme olmamıştır. Norveç Maliye Bakanlığı ise, OECD'nin 2020'de bir uzlaşma çözümüne ulaşmaması halinde Norveç'in tek taraflı bir önlem alacağını açıklamıştır (KPMG, 2020: 20, 21, 24).

Ayrıca Danimarka, Finlandiya ve İsveç Maliye Bakanlıkları dijital vergiyle ilgili ortak bir bildiri yayınlarak dijital ekonominin vergilendirilmesi gerektiğini ve bu konuda ulaşılan çözümün, önemli bir kısmı OECD tarafından yapılan, fikir birliğine dayalı bir çözüm olması gerektiğini belirterek bu konuda küresel bir çözüm bekleme eğiliminde olduklarını ortaya koymuşlardır. Ancak, Danimarka Başbakanı kısa süre önce bir açıklama yaparak, küresel bir uzlaşmaya varılmaması durumunda Danimarka'nın AB çapında bir anlaşmaya destek vereceğini belirtmiştir (KPMG, 2020: 14).

OECD tarafından Dijital Hizmet Vergisine yönelik bir çalışma yapılması gerektiği Danimarka, İsveç, Finlandiya ve Norveç tarafından açık olarak belirtilmekle birlikte, G20 ülkeleri tarafından da OECD'den benzer bir talepte bulunulmuştur. Ülkelerin egemenlik güçlerinin temelinde vergilendirme yetkisinin yer aldığını, ancak son yıllarda çok uluslu şirketlerin faaliyetlerini düşük vergili ya da vergi dışı ülkelere kaydırarak vergiden kaçınmalarının söz konusu olduğunu belirten G20 ülkeleri, OECD'den bu matrah aşındırmasının engellenmesi amacıyla çalışma yapmasını istemiştir. Bu amaçla OECD tarafından 2013 yılının Temmuz ayında "Matrah Aşındırması ve Kâr Aktarımı" (Base Erosion and Profit Shifting) (BEPS) adıyla bir eylem planı hazırlanmıştır. Plan, sorunun ele alınması için bir dizi ulusal ve uluslararası eylemi tanımlamakta ve uygulama için zaman çizelgeleri belirlemektedir. Planda dijital ekonomiden kaynaklanan vergi sorunlarına yönelik çözüm arayışları birinci eylem planı olarak tanımlanmıştır. Bu kapsamda dijital ekonominin yol açtığı sorunların ve bu sorunların çözümüne yönelik yapılacak eylemlerin belirlenmesi amaçlanmıştır (OECD, 2013: 29).

Avrupa Komisyonu da, dijital ekonomik faaliyetlerin geleneksel iş modellerine oranla düşük oranda vergilendirildiğini, bunun temel sebebinin ise dijital ekonominin kaynak ülkede herhangi bir işyerine ihtiyaç duymadan faaliyet gösterebilmesi ve gayrimaddi varlıkların kolaylıkla transfer edilebilmesi olduğunu belirtmiştir. Bu nedenle Komisyon, Mart 2018'de "Dijital Ekonominin Adil Vergilenmesi" adlı bir paket benimsemiştir. Bu pakette 2 temel öneri bulunmaktadır. Bunlardan ilki kurumların vergilendirilmesi kapsamında kalıcı bir reformun hayata geçirilmesi, diğeri ise belirli bazı dijital hizmetlerden elde edilen kazancın ortak bir Dijital Hizmet Vergisine tabi tutulmasıdır. Dijital Hizmet Vergisinin temelde iki ölçüyü esas alması ve dünya çapında yıllık hasılatı 750 milyon Euro ve AB'de yıllık hasılatı 50 milyon Euro'yu geçen hizmetlerin bu vergiye tabi tutulması öngörülmüştür. Pakette, bu verginin tek oranlı olarak ve dijital hizmetlerden elde edilen brüt kazanç yani hasılat üzerinden %3 oranında uygulanması öngörülmüştür (Akçura, 2019).

Görüldüğü üzere gerek OECD, gerekse AB dijital ekonominin vergilendirilmesi noktasında uygulamada olan uluslararası vergileme kurallarının yetersiz kaldığı hususunda fikir birliği içerisindedir. Ancak, üye ülkelerce uluslararası alanda bu sorunların çözümüne yönelik henüz yeni bir vergilendirme politikası geliştirilebilmiş değildir (Gerçek, 2020). Oysa çok uluslu şirketlerin, uygulanan verginin caydırıcılığı karşısında hizmet sunumlarını kesmelerinin önüne geçilebilmesi için muhakkak tüm ülkeler tarafından benimsenmiş olması, yani küresel olarak uygulanması gerekmektedir. Bu nedenle Dijital Hizmet Vergisinin yalnızca Türkiye'de uygulanması, çok uluslu şirketlerin faaliyetlerini Türkiye dışında çok sayıda ülkede vergisiz olarak sürdürme imkânları bulunduğu gerçeği göz önünde bulundurulduğunda kazanç sağlama amacına ulaşamamasına yol açacaktır (Yılmaz, 2020).

Avrupa Komisyonu tarafından dijital ekonominin vergilendirilmesine yönelik yapılan çalışmalar kapsamında Mart 2018’de benimsenen “Dijital Ekonominin Adil Vergilenmesi” adlı bir pakette yer alan iki temel öneriden biri, Dijital Hizmet Vergisinin tek oranlı olarak ve dijital hizmetlerden elde edilen brüt kazanç yani hasılat üzerinden %3 oranında uygulanmasıdır (Akçura, 2019). Türkiye’de Dijital Hizmet Vergisinin düzenlenmesinde AB’nin Dijital vergi düzenleme önerileri esas alınmıştır. Ancak verginin oranı, AB’nin önerdiği %3’ün oldukça üzerindedir (Türkiye Büyük Millet Meclisi, 2019: 64).

Avrupa’da Dijital Hizmet Vergisine ilişkin düzenleme yapmış olan ya da bu konuda çalışmalar başlatan ülkelerde uygulanması planlanan oranlar %2 ila %7,5 arasında değişmektedir. Birleşik Krallıkta %2, Fransa, İtalya, İspanya ve Belçika %3, Avusturya %5, Çek Cumhuriyeti % 7, Macaristan ve Türkiye’de ise % 7,5 oranında Dijital Hizmet Vergisi uygulanması öngörülmüştür. Macaristan’da vergi oranı 1 Temmuz 2019’dan 31 Aralık 2022’ye kadar %0’a düşürülmüştür. Görüldüğü gibi Türkiye’de uygulanan %7,5 ile oranı en yüksek ülkedir. Bu da verginin uygulanmasında bir diğer güçlük yaratan faktör olarak öne çıkmaktadır.

Türkiye’de Dijital Hizmet Vergisinin uygulanmasına ilişkin bir diğer sorun, yurt dışında faaliyet gösteren mükelleflerin muafiyet sınırlarını aşırp aşmadıklarının, diğer bir ifadeyle hasılatlarının nasıl belirleneceğinin belirsiz olmasıdır. Her ne kadar bu verginin mükelleflerinin çoğunlukla ABD’de faaliyet gösteren büyük şirketler olsa da, şirket bilgilerinde şeffaflık bulunmayan ülkelerde faaliyet gösteren şirketler açısından bu durumun bir sorun teşkil edeceği düşünülmektedir (Türkiye Büyük Millet Meclisi, 2019: 64).

Türkiye’de Dijital Hizmet Vergisinin uygulanabilirliği noktasında yaşanan bir diğer endişe çifte vergilendirme sorunudur. Zira 18.12.2018 tarihli 476 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ile 01.01.2019 tarihinden itibaren yapılacak ödemelere uygulanmak üzere, internet ortamında verilen reklam hizmetleri gelir ve kurumlar vergisi stopajına tabi tutulmuştur. Buna göre bu hizmeti verenlere veya internet ortamında reklam hizmeti verilmesine aracılık edenlere, ödeme yapılacak kişilerin mükellef olup olmadıklarına bakılmaksızın gerçek kişilere yapılacak ödemeler üzerinden %15 oranında gelir vergisi, dar mükellef kurumlara yapılacak ödemeler üzerinden %15 ve tam mükellef kurumlara yapılacak ödemeler ise % 0 oranında kurumlar vergisi tevkifatı getirilmiştir.

Dijital Hizmet Vergisinin uygulamaya konulması ile birlikte stopaj yoluyla vergilemeye de devam edileceğinden, belirtilen faaliyetlerin ekonomik anlamda çifte vergilendirmesi söz konusu olacaktır. Bu şekilde bir çifte vergilendirmenin, reklam sektörüne ağır bir vergi yükü getireceği tahmin edilmektedir (Gerçek, 2020).

Dijital Hizmet Vergisinin sorumluluk hükümlerinin bu verginin tüketiciler üzerinde kalma olasılığını da artırdığı ifade edilmektedir. Zira Kanunun bu maddesi, Türkiye’de işyeri vb. bulunmayan bir şirketten yapılan alışveriş neticesinde, banka aracılığıyla ödeme sırasında tüketiciden KDV’nin yanı sıra Dijital Hizmet Vergisi alınmasını da mümkün kılmaktadır. Halihazırda yabancı dijital mağazalarda banka aracılığıyla yapılan ödemelerde KDV tahsilatı yapılması aynı uygulamanın Dijital Hizmet Vergisi için geçerli olabileceğinin de göstergesi olarak kabul edilmektedir. Bu noktada Fransa’nın, Dijital Hizmet Vergisini uygulamasından vazgeçmesinin bir başka nedeni, vergi yükünün tüketicilerin üzerinde kalma ihtimali olduğu ifade edilmektedir. (Yılmaz, 2020). Fransa’nın Dijital Hizmet Vergisini uygulamasına ilişkin yapılan bir çalışmada bu verginin uygulanması halinde vergi yükünün yaklaşık %55’inin tüketiciler, %40’ının dijital platformları kullanan şirketler ve yalnızca %5’inin esas hedef kitleyi oluşturan büyük internet şirketleri tarafından karşılanacağı ortaya konulmuştur (Deloitte, 2019: 2).

Türkiye’de Dijital Hizmet Vergisinin uygulanmasına ilişkin bir diğer endişe çalışma ve ifade özgürlüğünün engellenmesi noktasında ortaya çıkmaktadır. Zira beyanname verme ve ödeme yükümlülüklerini kanuni süresinde yerine getirmeyen mükelleflere ya da Türkiye’deki yetkili temsilcisine, bu yükümlülüklerin yerine getirilmesi için ihtarda bulunularak bu durum Gelir İdaresi Başkanlığının internet sitesinde ilan edilmektedir. İlandan itibaren 30 gün içinde bu yükümlülüklerin yerine getirilmemesi durumunda, dijital hizmet sağlayıcıları mükelleflerin sunmuş oldukları hizmetlere erişimin, bu yükümlülükler yerine getirilinceye kadar engellenmesine Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından karar verilerek ve bu karar erişim sağlayıcılarına bildirilmek üzere Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumuna gönderilmekte ve engelleme işlemi bildirimden itibaren 24 saat içinde erişim sağlayıcıları tarafından yerine getirilmektedir. Burada engelleme işlemi mükellefiyete bağlanmış olduğundan, muafiyet sınırının altında kalanlar için dahi engelleme söz konusu olabilecektir. Ayrıca engellenmenin süresi belirsiz olduğundan bir orantısızlık da söz konusudur. İnternetin ifade özgürlüğü açısından önemi Anayasa Mahkemesinin kararlarında sıklıkla vurgulanmaktadır (Rençber, 2020). Bu noktada çok uluslu şirketlerin vergiyi ödemek yerine erişim engeline razı olmalarının vergiye uyumun düşük kalması ve beklenen hasılatın elde edilememesinin yanı sıra kişilerin özgürlüklerine de büyük zarar vereceği düşünülmektedir.

4 Sonuç

Türkiye’de hızla gelişen dijital ekonomiden pay alabilmek amacıyla 7194 sayılı Kanunla 01.03.2020 tarihinden itibaren Dijital Hizmet Vergisi yürürlüğe girmiştir. Ancak bu vergiden beklenen hasılatın sağlanıp sağlanamayacağı tartışmalıdır. Zira bu verginin uygulanması birtakım sorunlar meydana getireceğinden, umulan hasılatın elde edilemeyeceği düşünülmektedir.

Vergi, birçoğu dijital dünyaya hâkim olan ABD şirketleri olan 16-17 şirketi esas almaktadır. Bu noktada ABD’nin daha önce Fransa’ya uygulamış olduğu yaptırımlar neticesinde Fransa’nın geri adım atmak zorunda kaldığı bilinmektedir. Benzer bir durumun Türkiye için de geçerli olacağı düşünülmektedir. Verginin uygulanması noktasında birçok ülke tarafından AB ve OECD tarafından düzenleme yapılması gerektiği belirtilmektedir. Zira bu verginin başarısı küresel düzeyde uygulanmasına bağlıdır. Bu noktada vergisinin yalnızca Türkiye’de uygulanması, çok uluslu şirketlerin faaliyetlerini Türkiye dışında çok sayıda ülkede vergisiz olarak sürdürme imkânları bulunduğu gerçeği göz önünde bulundurulduğunda kazanç sağlama amacına ulaşamamasına yol açacağı düşünülmektedir. Ayrıca verginin oranı, AB’nin önerdiği %3’ün oldukça üzerindedir. Hatta Avrupa’da Dijital Hizmet Vergisine ilişkin düzenleme yapmış olan ya da bu konuda çalışmalar başlatan ülkelerde uygulanması planlanan oranlar içerisinde Türkiye en yüksek oran uygulayan ülkedir. Yine 2019 yılından itibaren internet ortamında verilen reklam hizmetlerinin gelir ve kurumlar vergisi stopajına tabi tutulması ile bu hizmetlerin bir de Dijital Hizmet Vergisine tabi tutulması ekonomik anlamda bir çifte vergilendirme yaratacağı gerekçesiyle eleştirilmektedir.

Dijital Hizmet Vergisi, sorumluluk hükümlerinin verginin tüketiciler üzerinde kalma olasılığını artırması ve yurt dışında faaliyet gösteren mükelleflerin muafiyet sınırlarını aşp aşmadıklarının, diğer bir ifadeyle hasılatlarının nasıl belirleneceğinin belirsiz olması açılarından da eleştirilmektedir. Ayrıca çok uluslu şirketlerin vergiyi ödemek yerine erişim engeline razı olmalarının vergiye uyumun düşük kalması ve beklenen hasılatın elde edilememesinin yanı sıra kişilerin özgürlüklerine de büyük zarar vereceği düşünülmektedir.

Açıklanan tüm bu nedenlerle Türkiye açısından bu verginin sonuçlarının çok iyi analiz edilmesi gerektiğine inanılmaktadır. Vergiden başarı elde edilebilmesi için küresel ölçekte

uygulanması gerektiği açıktır. Bu bakımdan AB ve OECD tarafından yapılan çalışmaların beklenmesinin ve verginin oranının düşürülmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

Akçaoğlu, E. (2020). *Dijital Hizmet Vergisi: Karakter Meselesi*, Koç Üniversitesi Hukuk Fakültesi Vergi Panelinde Sunulan Sözlü Bildiri, Koç Üniversitesi Hukuk Fakültesi Vergi Paneli Yeni Vergiler, Yeni Düzenlemeler, İstanbul, Türkiye, 28.02.2020.

Akçura, A. (2019). *Dijital Ekonominin Vergilemesinde Dünya Uygulamaları ve Türkiye'nin Pozisyonu*, <https://www.verginet.net/dtt/1/dijital-ekonomi-vergilendirilmesi-dunya-turkiye-uygulamaları.aspx>, (16.03.2020).

Akkaya, H. ve Gerçek, A. (2019). "OECD ve Seçilmiş Bazı Ülkelerde Dijital Ekonominin Vergilendirilmesi: Türkiye İçin Çıkarımlar", *International Journal of Public Finance*, 4(2): 166-188.

Alphabet. (2020). *Alphabet Announces Fourth Quarter and Fiscal Year 2019 Results*, https://abc.xyz/investor/static/pdf/2019Q4_alphabet_earnings_release.pdf?cache=05bd9fe, (04.03.2020).

Amazon. (2020). *Amazon.com Announces Fourth Quarter Sales Up 21% to \$87.4 Billion*, <https://ir.aboutamazon.com/static-files/f3589a21-d023-4e4c-9897-1498c60885d2>, (04.03.2020).

Apple. (2019). *Apple Inc. Condensed Consolidated Statements of Operations (Unaudited)*, <https://www.apple.com/newsroom/pdfs/Q4%20FY19%20Consolidated%20Financial%20Statements.pdf>, (04.03.2020).

Asen, E. (2020). *Digital Services Taxes in Europe*, <https://taxfoundation.org/digital-tax-europe-2020/>, (20.03.2020).

Bedük, B. (2019). *ABD'nin Dijital Hizmet Vergisine Karşı Yaptırımlarına Fransız Kalmayın!*, <http://www.rekabetregulasyon.com/abd-nin-dijital-hizmet-vergisine-karsi-yaptirimlarina-fransiz-kalmayin/>, (04.03.2020).

Deloitte. (2019). *The French Digital Service Tax*, <https://taj-strategie.fr/content/uploads/2020/03/dst-impact-assessment-march-2019.pdf>, (09.03.2020).

Facebook. (2020). *Facebook Reports Fourth Quarter and Full Year 2019 Results*, https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_news/Facebook-Reports-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2019-Results-2020.pdf, (04.03.2020).

Gerçek, A. (2020). *Dijital Hizmet Vergisi Uygulanabilir mi?*, <https://www.rekabet.net/makale/dijital-hizmet-vergis-i-uygulanabilir-mi-198/>, (02.03.2020).

KPMG. (2020). *Taxation of the Digitalized Economy*, <https://tax.kpmg.us/content/dam/tax/en/pdfs/2020/digitalized-economy-taxation-developments-summary.pdf>, (05.03.2020).

Microsoft. (2020). *Annual Report 2019*, <https://www.microsoft.com/investor/reports/ar19/index.html#>, (04.03.2020).

Netflix. (2020). *Final Q4 2019 Shareholder Letter*, https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/2019/q4/FINAL-Q4-19-Shareholder-Letter.pdf, (04.03.2020).

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

OECD. (2013). *Action Plan on Base Erosion and Profit Shifting*, OECD Publishing.

<http://dx.doi.org/10.1787/9789264202719-en>, (09.03.2020).

Rençber, A. (2020). *Dijital Hizmet Vergisinde Güvenlik Önlemi: Çalışma ve İfade Özgürlüğünün Sınırlandırılması Meselesi*, Koç Üniversitesi Hukuk Fakültesi Vergi Panelinde Sunulan Sözlü Bildiri, Koç Üniversitesi Hukuk Fakültesi Vergi Paneli Yeni Vergiler, Yeni Düzenlemeler, İstanbul, Türkiye, 28.02.2020.

Türkiye Büyük Millet Meclisi. (2019). *İstanbul Milletvekili Vedat Demiröz ve 97 Milletvekilinin Dijital Hizmet Vergisi Kanunu ile Bazı Kanunlarda ve 375 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Teklifi (2/2312) ile Plan ve Bütçe Komisyonu Raporu*, <https://www.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem27/yil01/ss128.pdf>, (05.03.2020).

United States Trade Representative. (2019). *Section 301 Investigation Report on France's Digital Services Tax*, https://ustr.gov/sites/default/files/Report_On_France%27s_Digital_Services_Tax.pdf, (04.03.2020).

Yılmaz, B. E. (2020). *Bir Tüketim Vergisi Daha: Dijital Hizmet Vergisi*, <https://www.binhanelifyilmaz.com/dijital-hizmet-vergisi-nedir-ne-olmalidir/>, (07.03.2020).

TIME AND MONEY IN DIGITALIZATION OF INDUSTRY: A SOCIOLOGICAL RESEARCH ON AVIATION IN TURKEY

Mehmet KURTCEBE¹

Abstract

One of the prevailing factors of change in today's society is digitalization. Various inquiries into the factors playing role in the social change tend to prioritize technology as the determining factor. Nevertheless taking the social aspect into consideration reveals more than one sources of change intersect. Social sciences have the potential to broaden our horizon and help us see the whole picture.

Drawing on the data of a previous study by the author, this study aims to study the social aspects of the change brought about by digitalization with reference to time. The data comes from a previous research including in depth interviews and participant observation of fifteen participants working either in a Turkish airline company or a handling company operating in a metropolitan city airport in Turkey. Virilio's dromology and Wajcman's time pressure concepts were applied to analyze what digitalization of industry mean regarding the social aspects of time. Virilio was pivotal in understanding the central place of time defining our lives in contemporary society. Wajcman was applied to show that technology is useful but it can turn out to be an instrument of pressure according to the context. Technological phenomena are value-free in terms of time. In other words, time as a concept has its meaning with regards to social relations and exists together with the meanings ascribed to developments leading to digitalization. Time and industrial change are concomitant in emphasis on timing, instance, being now and here in the workplace today.

Keywords: digitalization, digitalization and society, digitalization of industry, digitalization and time, aviation, industrial sociology, sociology of work, social change

DİJİTALLEŞEN ENDÜSTRİDE VAKTİN NAKTE DÖNÜŞME BİÇİMLERİ: TÜRKİYE'DE HAVACILIK ŞİRKETLERİ ÖRNEĞİNDE BİR ARAŞTIRMA

Özet

Günümüzde toplumsal değişimin başlıca etmenleri arasında dijitalleşmenin yadsınamaz bir yeri vardır. Söz konusu değişimde rol oynayan faktörleri ele alan çeşitli alanlardan çalışmalarda, teknolojik faktörleri önceleyenlere sıklıkla rastlamak mümkündür. Ne var ki sosyal boyutun hesaba katılması, çeşitli unsurların bir arada yer aldığını gözler önüne sermektedir. Sosyal bilimlere başvurarak bu anlamdaki perspektifimizi genişletmek ve toplumsal tezahürleri bütünlüğü içerisinde incelemek mümkün olmaktadır.

¹ Hacettepe Üniversitesi, kurtcebemehmet@hotmail.com

Bu araştırmada, daha önce gerçekleştirilen daha geniş kapsamlı bir saha araştırmasının verilerinden faydalanarak, endüstride dijitalleşmeyle yaşanan değişimin toplumsal yönleri zaman mevhumu ekseninde ele alınmaktadır. Bahsi geçen veriler Türkiye’de bir havayolu şirketi ve bir yer hizmetleri şirketine görev alan toplam on beş çalışan ile gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler ve katılımlı gözlem sonucunda elde edilmiştir. Virilio’nun dromoloji ve Wajcman’ın zaman baskısı yaklaşımlarından faydalanılarak endüstride dijitalleşmenin zamanın sosyal içeriği bakımından ortaya koydukları incelenmektedir. Virilio zamanın günümüzde yaşamlarımızı tanımlayan ve etrafında şekillendiği bir kavram olmasıyla araştırma açısından açıklayıcı olmaktadır. Wajcman ise çalışmanın günümüzde çalışanlara kolaylıklar sunar gibi görünen özelliklerinin nasıl baskı yaratan yönleri beraberinde getirebildiğini göstermesi açısından faydalı olmuştur. Teknoloji ile ilişkilendirilen nesnelere ve ilişkiler kendi başına zamana duyarlı değildir. Diğer bir deyişle zaman kavramı, sosyal ilişkilerimizde anlam kazanmakta ve dijitalleşmeyi de beraberinde getiren gelişmelere yüklenen anlamlarla beraber var olmaktadır. Çalışma kavramı açısından zamanlamanın, “an”ın, şimdi ve burada olanın öne çıkmasında, endüstrideki dönüşümün ve zamanın içinde bulunduğumuz dönemde taşıdığı anlamların beraber pay sahibi olduğu dikkat çekmektedir.

Anahtar sözcükler: dijitalleşme, dijitalleşme ve toplum, endüstride dijitalleşme, dijitalleşme ve zaman, havacılık, endüstri sosyolojisi, çalışma sosyolojisi, sosyal değişme

1 Giriş

Dijitalleşme pek çok açıdan ele alınabilecek etkileri olan bir konudur. Bilimsel araştırmaların çoğunluğunda konunun teknolojiye bağlı olarak ele alındığı dikkat çekmektedir. Teknolojiyi dijitalleşmenin yegâne belirleyici unsuru olarak görmektense toplumsal boyutlarıyla beraber ele almak onu daha iyi kavramamızı sağlayacaktır. Bu araştırmada dijitalleşmenin zamanın toplumsal boyutları ile ele alındığında ifade ettiklerine odaklanılmaktadır. Bnu gerçekleştirmek adına zaman üzerine önemli katkılar vermiş iki sosyolog olan Virilio (1998) ve Wajcman (2015) yol gösterici olmuştur. Aynı zamanda yapılan değerlendirmelerde yadsınamaz yeri nedeniyle endüstride ve havacılıkta son yüzyılda yaşanan gelişmeler kuramsal olarak incelenmiş ve sunulmuştur. Yazar tarafından daha önce gerçekleştirilen bir çalışmadan (Kurtcebe, 2017) alınan veriler dijitalleşme ve zaman ekseninde analiz edilmiştir. Araştırma verileri on beş havayolu ve yer hizmetleri çalışanı ile Türkiye’de bir havalimanında elde edilmiştir. Derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş ve uzun süreli katılımlı gözlem uygulanmıştır. Böylelikle kendine has bir terminolojisi ve işleyiş biçimi olan alanda anlamanın artırılması sağlanmıştır. Analize tabi tutulan veriler nitel analiz yöntemleriyle analiz edilmiştir. Yazıya dökülen kayıtlar; kodlar, temalar ve kategorilere ulaşılarak araştırmanın problemi ve amacı bağlamında ele alınmıştır (Neumann, 2010). Havacılık üzerine çalışmaların sosyal bilimler alanında kısıtlı olduğu dikkat çekmektedir. Araştırma sahasının dijitalleşme ve toplumsal boyutları bakımından iyi bir kaynak sağladığı düşünölmektedir. Araştırmada havacılık endüstrisine yer verilerek dijitalleşme ve toplumsal boyutlarından zamanla olan ilişkisi üzerine sonuçlar elde edilmiştir.

Dijitalleşmenin etkilerinin öncelikli hissedildiği alanlardan biri endüstridir. Toplumsal değişimin belirgin yönlerinin öncelikli olarak göze çarptığı endüstriyel toplumsal ilişkiler, dijitalleşen topluma dair pek çok özelliğin gözlem sahasıdır. Havacılık yeni ortaya çıkan bir sektör olmasa da teknolojik gelişmelerin hızlı biçimde uygulandığı bir sektördür. Yeni teknolojiler nedeniyle endüstriyel ilişkilerde meydana gelen değişimlerin yansımalarını incelemeyi mümkün kılmaktadır. Bunun yanında, askeri ve sivil havacılık doğuşundan itibaren kökten değişimlere yönelten araçların kaynağını oluşturmuşlardır. Ulaştırma alanında zaman ve mekân kavramının kalıcı şekilde değişimine yol açan teknolojik gelişmelerin önemli bir

kısmını barındırmaktadır. Hava araçlarıyla ulaşım günümüz toplumunun hareketlilik taleplerine cevap vermek açısından merkezi bir konumdadır.

Havacılık on altıncı yüzyıldan beri çeşitli gayretlerin konusu olsa da yirminci yüzyılın başında Wright kardeşlerin çalışmalarıyla büyük bir atılım yapmıştır. Havacılığın gelişiminde Dünya savaşlarının hızlandırıcı etkisi olmuş ve özellikle Batı'da yüzyılın ortasından itibaren sivil havacılık faaliyetleri yaygınlaşmıştır (Encyclopedia Britannica, 2016). Türkiye'de havacılık faaliyetleri cumhuriyet öncesine uzanmaktadır. Sivil havacılık faaliyetlerinin 1912'de başlamasını Türk Hava Kurumu'nun kurulması takip etmiştir. Posta taşımacılığı ile gelişen havacılığın, uçak üretimine yönelecek kadar üzerine düşülmüştür. Daha sonra Türk Hava Yolları'nın kurulmasını takip eden süreçte bir durgunluğa girilmiştir. 1980'lerden sonra yolcu sayıları, havalimanları, havayolları sayılarında bir artış trendi başlamıştır ve havacılık bir sektör olarak büyüme kaydetmektedir (Korul ve Küçükönel, 2003).

2 Endüstride Yaşanan Dönüşüm

Endüstride dijitalleşmeyle yaşanan değişimleri anlamlandırmak için iktisatta son yüzyılda meydana gelen dönüşümlerin yansımalarına yer vermekte fayda vardır. Birikim rejimleri ve örgütlenme eğilimlerinde yaşanan değişimlerin dijitalleşmenin kendine edindiği yer ile bağlantıları bulunmaktadır. Aynı zamanda havacılık çalışanları yaşanan dönüşümlerden etkilenmiştir. Yüzyılın başından üçüncü çeyreğine kadar olan eğilimi tanımlamak için Fodizm terimi kullanılmaktadır. Henry Ford tarafından geliştirilen üretim bandı modelinden esinlenerek tanımlanan Fordizm, verimliliği, öngörülebilirliği, hesaplanabilirliği ve denetlenebilirliği sağlamaktadır. Uzmanlık düzeyi çok gelişmemiş olan failler de üretime katılabilmektedir çünkü iş parçalarına bölünmüş ve monotonlaşmıştır. Ürünlerde tek düzelik, yüksek miktarlar, seri üretim ve kitlelere hitap etme esastır. Görevler türdeştir ve görevlerde düşük seviyede esneklik ve beceri talebi vardır. Yönetim açısından Taylorizm prensiplerinin benimsenmesi dikkat çekmektedir. Bilimsel gelişmelerin yansıması olarak, bilimsel bir yöntemin yönetime uygulanmasını esas alan Taylorizmde akılcılaşıma öne çıkmaktadır. İşin daha küçük birimlerle yapılması denetimin etkinliğini artırmaktadır. İş birliği ve planlama sayesinde öngörülebilirlik oranı artmaktadır. Yerine getirilen işler karşılığı ödeme yapılması mantığı hesaplanabilirlikte artış sağlamaktadır. Birim zamanda yapılan iş karşılığı ödüllendirme, verimliliği artırmayı hedeflemiştir. Post-Fordizm, Fordizmin temel parçalarında bazı değişimlere gidilmesi ile doğmuştur. Kitlelere yönelik üretim ve katılık gibi özellikler terk edilmeye başlanmıştır. Özelleştirilmiş, düşük miktarlarda, anında üretim vardır. Rutin ve tekrara dayalı görevlerin devam ettiği sektörler olsa da yeni sektörler bunun aksine bir yön izlemiştir. Tüm bu gelişmeler ürünlerde ve görevlerde esnekleşmeyi getirmiştir. Görevlerin doğasındaki değişme daha fazla beceri talebini ve uzmanlaşmayı vurgulamaktadır. Bireyselleşme ve farklı olma öne çıkan değerler olmuştur (Ritzer, 2011). Yönetimde ise İnsan İlişkileri Yaklaşımı Taylorizm'in akılcı yaklaşımına karşı çalışanların duygularla hareket ettiğini ve fiziksel şartlar gibi arklı değişkenlerden de etkilendiklerini ortaya koymuştur. Elton Mayo'nun Hawthorne fabrikasında gerçekleştirdiği çalışmalar sonucu, Hawthorne etkisi adını verdiği etkinin çalışanların çalışma biçimlerinde etkili olduğunu savunmuştur. Bu etki çalışanların sadece ödüllendirme ile verimliliğinin artmadığını, denetlenmeye karşı verdikleri tepkinin etkili olduğunu, ışık gibi fiziksel şartların düzenlemesi veya manevi motivasyonlar gibi aktörlerin de verimlilik üzerinde etkileri olduğunu ortaya koymuştur (Mayo, 2003).

Tablo 1: Endüstride Çalışanlar Açısından Hâkim Olan Değerler

Değerler
Verimlilik
Öngörülebilirlik
Hesaplanabilirlik
Denetlenebilirlik

Tablo 2: Endüstride Son Yüzyılda Yaşanan Dönüşümü Özetleyen Özellikler

Fordizm	Post-Fordizm
Parçalara bölünmüş görevler	Farklılaşmış görevler
Rutin	Yenilikçi
Türdeş görevler	Çeşitli görevler
Düşük seviyede beceri talebi	Yüksek beceri talebi, uzamnlık
Düşük esneklik	Yüksek esneklik
Tek düze ürünler	Farklılaşmış ürünler
Seri üretim	Anında üretim
Kitlesel üretim	Kişiyeye özel ürünler
Taylorizm	İnsan İlişkileri Yaklaşımı

Tablo 3: Endüstride Yönetim Biçiminde Son Yüzyılda Meydana Gelen Dönüşümü Özetleyen Özellikler

Taylorizm	İnsan İlişkileri Yaklaşımı
Winslow Taylor	Elton Mayo
Bilimsel yönetim	İnsan İlişkilerine dayalı yönetim
Akılcılaştırma	Etkileşim, Davranış
Parçalara bölünmüş görevler	-
Planlama ve koordinasyon	-
Birim zamanda yapılan iş karşılığı ödül	-
Maddi girdiler	Çok boyutlu değerlendirme

Castells (2010) Post-Fordist dönemin özelliklerini teknoloji ile özdeşleştirerek sunmaktadır. Dijital dönüşümün temel kaynaklarından olan teknolojideki gelişimin özellikle iktisat, emek ve enformasyon açısından doğurduğu sonuçları vurgulamaktadır. Enformasyon teknolojileri değişimlere öncülük eden bir rol oynamaktadır. Bilginin giderek artan değeri, endüstride karşılığını bulmaktadır. Emekteki dönüşüm dünya çapında enformasyonla beraber emeğin dağılımını ve hareketliliğini getirmektedir. Enformasyon ve teknolojiye dayalı gelişim uzmanlık talebini artırırken hizmetler sektöründe de büyüme olduğuna dikkat edilmelidir. Bilgi toplumu günümüz toplumunun yönelimini ortaya koyan bir modeldir. Bilgi toplumunda bilgiyi etkili kullanmanın önemi vardır. Bell (2004) endüstri ötesi toplumu bilginin şekillendirdiğini belirtir. Masuda (1983) ise bilgi toplumunda aklını kullanarak iş yapmanın ön planda olduğunu savunur. Drucker (1993) şirketlerin yeni iktisadi düzendeki merkezi konumuna dikkat çekmektedir. Bu anlamda örgüt kültürü ve örgütlenme öne çıkmaktadır. Örgütlerin ele alınmasında grup dinamikleri ve özellikle liderlik önem arz etmektedir. Liderlik vizyonuna sahip olmak ve yaşam felsefesini iyi bir lider olmak üzerine oluşturmak uzmanlığın taleplerinden birini oluşturmaktadır. Otoriter lider figüründense çalışanların kendi potansiyelini bulmasına aracılık eden liderler tercih edilmektedir. Uzmanlardan ve çalışanlardan beklenenler arasında kararlarının sorumluluklarını alabilmeleri ve etkili tercihler yapmaları öne çıkmaktadır. Ritzer (2011) Fordizm'in temel değerlerinin korunduğu bir dönüşüm yaşandığını savunmaktadır. Ritzer Mc Donald's firmasının kendine has bir akılcılıkla hareket ederek kendini esnek ortama uyarladığını belirtmiştir. Mc Donalds'ın çalışma prensipleri çeşitliliği sağlamakla beraber denetimi ve verimliliği artırmayı hedeflemiştir. Çalışanlar üzerinde baskının artışına eşlik eden üretim sürecinin çeşitli adımlarının çalışandan alınarak teknolojik araçlara başvurulması olmuştur. Ekipler halinde çalışma ve denetimi yatay ilişkilere yayılacak şekilde düzenlenmesi söz konusudur. Emek kuramcılarında Buroway (1985), Friedman (1977) ve Edwards (1979) sorumlulukların çalışanlara devredilmesi ve ikna yoluyla görevlerin yerine getirilmesinin sağlanması üzerinde durmaktadır.

Tablo 4: Havacılıkta Karşılığını Bulan Endüstriyel Gelişmeler

Havacılıkta Karşılığını Bulan Endüstriyel Gelişmeler
Enformasyon ve bilginin artan önemi
Uzmanlık talebi ve hizmetler sektöründe artış
Endüstri ötesi toplum ve bilgi sınıfı
Örgüt kültürü, liderlik ve ekip çalışması
Mc Donaldlaştırma
Sorumluluklar
İktidar ve denetim
Hiyerarşik denetim, normalleştirilen denetim

Foucault (1992) gözetimin on yedi ve on sekizinci yüzyılda olduğundan farklı bir karakter kazanmaya başladığını ve yirminci yüzyılda dönüştüğünü ifade etmektedir. Gözetimin ceza ile ilişkisini kurarak açıklayan Foucault, doğrudan fiziksel cezanın yerini yola getirmeyeyönelik bir anlayışın aldığını belirtmektedir. Söz konusu değişim hukuk gibi modern kurumlarla desteklenmiş ve devlet nezdinde yönetim yaklaşımındaki bir değişimlerle

hızlanmıştır. Bu süreçte bilginin denetimle ilişkisi sıkışmış, disipline edici pratikler uygulamaya konulmuştur. Bedenin kontrolüne yönelik Foucault, üreten ve kontrol altına alınmış toplumsal birimlere ulaştığını açıklar. Foucault panoptikon kavramıyla, toplumun dışarıdan bir gözle izlenerek denetlenmesinin yerini toplumda bireylerin birbirini izleyerek kendi kendini denetlediği bir duruma evrildiğini açıklamaktadır. İş yerindeki gözetimi daha iyi anlamamızı sağlayan bu kavramsallaştırmalara ek olarak Foucault, bakışlara dayalı bir zorlama unsuru olarak hiyerarşik gözetimin ve tanımlamaya, ayırmaya ve yönlendirmeye yönelik normalleştirilen gözetimin üzerinde durmaktadır. Normalleştirilen gözetim uzmanlığa ve bilgiye dayanmaktadır.

Virilio (1998) Foucault'nun iktidar ve denetim anlayışıyla aynı çizgide yer alan zaman analizi, bugün yaşamlarımızdaki yoğun hızın politikanın eseri olarak ortaya çıktığını açıklamaktadır. Hız iktidarın bir aracı olarak yer almaktadır. Virilio hareketin temel alındığı modern çağda, zaman hız aracılığıyla yeniden tanımlanmakta ve mekâna hâkim olmaktadır. Virilio zamanın Yunanca karşılığı olan dromos kavramı ile topluma yaklaşmaktadır. Bu durum dromolojik devrimle mümkün olmuştur. Dromolojik ilerleme günümüzde de devam etmektedir ve itkinin geldiği kaynak hızdır. Siyasal boyutta demokrasiden değil dromokrasiden bahsetmek yerindedir. Küreselleşme ve günlük yaşamlarımızdaki bilginin niteliğindeki, ekonomideki ve üretimdeki akışlarla toplumdaki ilişkiler biçimlenmektedir. Bir mekân araştırmacısı olan Virilio kentnin bu anlamdaki rolünü önemsemektedir. Siyasal değişimlerin yansımalarını askeri mantık içerisinde bir savaş benzetmesi üzerinden analiz etmektedir. Mekân hız sayesinde kontrol altına alınma hevesine tabidir ve bu kontrolün dışında kalanlar kaza gibi görünse de kontrole hapsolan küçücük alanın içinde kalan ve gerçek bir etkisi olmayan durumlardır. Hız çağın toplumunun kurucu ögesi olarak görülmektedir. İletişim ve ulaşım olanaklarının gelişimi bu emele hizmet eden temel yapılarıdır. Araba Virilio'ya göre kentlere dolmuş insanların gerilimini alan bir özgürlük imkânı gibi sunulan otobanlara dökülmesi için yaratılmış araçtır. Oysa insanlar oradan oraya artan hızla dönüp durmaktadır. Ortopedi bile bu hızın içerisinde yara alan, engelli hale gelen vatandaşları hızı yakalamasını sağlamak ve işlevsel olmak için çalışmıştır. Havacılığın bu anlamda benzer bir yerde olduğunu düşünmek işten bile değildir. Ayrıca dünyada egemen güçlerin gücünü ortaya koyma şekli bununla bağlantılıdır. Karalardan toprak parçaları almaya dayalı eski savaşların yerini, denizlere açılmayı ve zaman-mekânı yeniden tasarlamayı içeren teknolojiler alınca, dünyada egemen gücün dayatması karşılıklı savaş değil tehditin kendisine dönüşmüştür. Tatil ve boş zamanı bundan ayrı düşünmek zordur. İnsanları düzene getirme yolu, her yeri sararak varlığından haberdar etme olmuştur. İşçi hareketleri ile elde edilen sekiz saat çalışma ve sekiz saat dinlenme imkanları, yola çıkma fırsatını sunması için vardır. Esas olan makineye dahil olarak üretmek ve durmamaktır. Böylece radikal bir değişim ve insanın doğasını zorlayan bir hızı yaratılmaktadır.

Wajcman (2015) hızın nedeni teknolojiymiş gibi algılanmasına karşı çıkmaktadır. Wajcman teknolojinin sosyal ilişkilerde gömülü olduğunu vurgulayarak, zamanın da toplum kavramından ayrı düşünülemediğinin altını çizmektedir. Teknoloji kendi başına zamanı hızlandırmamaktadır. Aygıtlar belirli özellikleri taşıyıcılar bile toplumsal iklimi anlamadan onların aldıkları biçimleri anlamak mümkün olmaz. Bu durum teknoloji ile boş zamanın artması beklenirken hayatın ritminin sürekli hızlı olmasından da anlaşılabilir. Bireysel düzeyde algılanan ritmin, iş hayatındaki, hanedeki ve toplumsal cinsiyet alanındaki dönüşümlerle bağı vardır. Zamanı daha iyi anlamak nicel bir boyuta hapsedmeden ele alınmasıyla mümkün olabilmektedir. Teknoloji karşısında bilgi dağı ile karşı karşıya kalan aygıtlara mahkûm olmuş çalışan sembolü gerçeği kısıtlı olarak yansıtmaktadır. Hayatın kolaylaştığı ve zorlaştığı yönler bir aradadır. Nihai durumda, yaşamın hızı çeşitli faktörlere bağlı olarak artmaktadır ancak bunu nicel değerlere, teknolojiye bağlı, lineer bir değişim olarak görmek yanıltıcı olmaktadır.

Tablo 5: Zaman Kavramına Dair Virilio ve Wajcman'ın Yaklaşımlarının Özellikleri

Dromoloji (Paul Virilio)	Zaman Baskısı (Judy Wajcman)
Foucault-iktidar	Teknolojik indirgeme ve toplum
Hız ve iktidar	Sosyal ilişkiler ve teknoloji
Hareket ve hız	Teknolojik aygıtlar ve hız
Dromoloji	Hayatın ritmindeki artışın nedenleri, bireysel ve kolektif zaman algısı
Dromolojik devrim-itki hız	İş hayatı, hane ve toplumsal cinsiyet
Dromokrazi	Çalışan imgesi-teknoloji karşısında insan
Bilgi akışı, üretim akışı ve iktisadi akış	Nicel ve nitel yönler
Kaza kavramı	
İletişim ve ulaşım olanakları	
Kent-otoban, ortopedi, havacılık	
Savaş benzetmesi-toprak savaşları ve ötesi	
Tatil, boş zaman, işçiler ve çalışma zamanı	
Makinenin parçası olmak	

Toplumsal alanda ve endüstride meydana gelen söz konusu değişimler havacılık alanında da etkili olmuştur. Havacılık yüzyılın ortasından sonra Batı ülkelerinde ve son dönemde Türkiye’de yolcu sayıları, gelirler ve uçuş sayıları gibi yönlerden genel olarak artış trendinde olmuş ve havacılık çalışanları teknolojik yeniliklerle ve yaşanan dönüşümlerle erken karşılaşanlardan olmuşlardır. Hava araçları uzun süredir hayatımızın parçası olsa da, havacılıktaki çalışma ortamı gibi teknolojik gelişmelerin ve dijitalleşmenin etkilerinin hızlı yansıdığı bir alan olmuştur. Bu noktada araştırmanın örneklemini oluşturan havacılık çalışanlarıyla ilgili bilgiler, araştırmanın yöntemi ve bulguları sunulacaktır.

1 Araştırma Yöntemi

Araştırmada günümüzde endüstride zaman algısı düzenlemesi havacılık örneğinde incelenmiştir. Araştırma saha araştırmasıyla sonucu katılımlı gözlem ve derinlemesine görüşmeler ile on beş çalışandan elde edilen, yazar tarafından daha önce gerçekleştirilmiş bir çalışmanın verilerinden faydalanılarak gerçekleştirilmiştir. Söz konusu araştırmada İzmir’de bir havayolu şirketinin operasyon biriminde ve yer hizmetleri firmasında çalışanlarla görüşmeler yapılmıştır. Çalışma alanları uçuş öncesi ve sonrası yolcu hizmetleri ve ramp hizmetlerini kapsayan çalışanlar, yer hizmetlerinin çeşitli birimlerinde görev yapmaktadır. Havayolu çalışanları ve yer hizmetleri çalışanlarının görevleri farklı olmakla ve havayolu ve yer hizmetleri firması arasında, yer hizmetlerinin havayoluna hizmet sunması nedeniyle denetim ilişkisi bulunmasına rağmen, çeşitli görevlerden konumlardan çalışanlar benzer deneyimleri yaşadıkları için seçilmişlerdir. Çalışanların ifadeleri ses kaydı ile katedilmiş ve aynı şekilde metne aktarılmıştır. Verilerin analizinde açık, eksen ve seçici kodlama aşamalarına başvurulmuştur (Neumann, 2010). Kodlar, temalar ve kategorilere ulaşılmıştır.

Tablo 6: Katılımcılar

Katılımcılar	Cinsiyeti	Medeni Durum	Eğitim Durumu	Çalıştığı Firma	İş Tecrübesi
Katılımcı 1	Erkek	Bekâr	Üniversite	Havayolu	19 yıl
Katılımcı 2	Erkek	Evli	Üniversite	Havayolu	7 yıl
Katılımcı 3	Erkek	Evli	Üniversite	Havayolu	7 yıl
Katılımcı 4	Erkek	Evli	Lise	Havayolu	8 yıl
Katılımcı 5	Kadın	Evli	Üniversite	Havayolu	7 yıl
Katılımcı 6	Kadın	Bekâr	Üniversite	Havayolu	23 yıl
Katılımcı 7	Erkek	Evli	Üniversite	Havayolu	6 yıl
Katılımcı 8	Erkek	Bekâr	Üniversite	Havayolu	2 yıl
Katılımcı 9	Erkek	Evli	Üniversite	Yer hizmetleri	7 yıl
Katılımcı 10	Erkek	Evli	Üniversite	Yer hizmetleri	8 yıl
Katılımcı 11	Kadın	Evli	Üniversite	Yer hizmetleri	19 yıl
Katılımcı 12	Erkek	Evli	Üniversite	Yer hizmetleri	15 yıl
Katılımcı 13	Erkek	Evli	Üniversite	Yer hizmetleri	16 yıl
Katılımcı 14	Erkek	Bekâr	Üniversite	Yer hizmetleri	4 yıl
Katılımcı 15	Erkek	Bekâr	Üniversite Öğrencisi	Yer hizmetleri	½ yıl

4 Araştırma Bulguları

Araştırmada zamanla ilgili bulgular sunulurken, zamanla ilgili analizin parçalarını oluşturan denetleme ve sorumluluk temalarına da yer verilecektir. Çalışma ortamının en dikkat çeken yönlerinden biri daimi, doğrudan olmayan, içeriden ve dışarıdan sorumlulukları gözlemlemeyi içeren denetim ve belirgin bir zaman anlayışına uymayan, her an, her yerden bilgi sahibi olmayı ve bilgiyle mücadeleyi gerektiren bir sorumluluk anlayışının bir araya gelmesiyle oluşmaktadır. Dijitalleşmeye havacılık alanında yaygın biçimde başvurulmaktadır. Hava araçlarının dijitalleşmiş sistemlerle donatılmış olması dışında çalışma ortamının dijitalleşme ile yaşanan değişimlere çok hızlı adapte olduğu söylenebilir. Katılımcı çalışma biçimlerinin dijital teknolojilerle bağını şöyle açıklamaktadır:

Tablo 7: Kategoriler ve Temalar

Kategoriler	Temalar
Sorumluluk	Sistemler ve süreçler Bilgi Takip Karar alma
Denetim	Denetim biçimleri Eğitim ve uzmanlığın sorgulanması
Zaman	Zamanın kullanımı An, doğru zaman ve mekân Rekabet ve ekip çalışması

“Çok fazla sistem var, DCS(check-in için kullanılan) sistemler, check-in sistemleri, uçuşun yaratıldığı sistemler, PNL (yolcu isimlerinin ve kayıtlarının bulunduğu) sistemler, support dediğimiz sistemler, bunlar biraz da IT kısmında aslında. Tabi ki büyük bir şirket olunca her birim kendi işini yapıyor, teknik kısmın bilgisine biz haiz değiliz ama işleyişin nasıl gittiğini biliyoruz. Bir yerde bir tıkanma veya problem söz konusu olduğu zaman, hangi departmanın o konuda yetkili... vakıf olduğumuz için o departmanı bilgilendirip o şekilde sıkıntıyı bertaraf etme yoluna da gidebiliyoruz (Katılımcı-1, havayolu).”

“Check-in de ve öncesinde de bilgisayar teknolojisi kullanılıyor. Çok detaya girmek durumunda olamayacağım, çok sistemsel bir şey, biraz basit anlatmaya çalışacağım. Uçuş yaratılığında (havayolu içerisindeki gerekli birimler bir uçuşun gerçekleştirileceğine karar verip bunu şirket içerisinde gerekli birimlere ilettiğinde) , bu uçuştan genelde aylar önce olur, schedule departmanı(uçuşların tarihlerini belirleyen birim) havayolu otoritesi ve bağlı bulunduğumuz handling’e (bilgisayarlar ile yönetilen sistemler üzerinden) uçağın işte şu tarihte şu saatte kalkacağı bilgisini verir. “(Katılımcı-1, erkek, havayolu şirketi)

“Keza zaten değişiklik olursa uçuştan önce bu değişiklik de gerekli makamlara iletilir. Bu sebepten dolayı handlingler de kendi çetelelerini çıkarırlar yani uçuşların neler olduğunu. Yine dispatch (uçuşların düzenli yerine getirilmesi için hava aracı ve uçuş ekiplerinin planlamasını yapan bölüm) ASM mesajları ile ve correction(düzeltilme) mesajları ile bildirir uçuşumuz gecikecek diye. O da rutine girmiş bir olaydır aslında, bilgiler handling de olur, handling de o saati bildiğinden dolayı kontuarını açar ona göre personelini planlar, yolcularımız gelir, acenteler da bu saati bilir, acentelere de bilgisi verilir çünkü koltuk satılmış(acentelere her uçuş için, hava aracının kapasitesine ve yapılan anlaşmalara göre kendilerinin bilet satabileceği koltuklar tahsis edilir, acenteler çoğunlukla otel, şehir içi ulaşım gibi sağladıkları olanaklar yanında tatil paketlerine dahil olarak uçak biletini de böylece satarlar) olanlar

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

yolcusunu getirir, biz de ondan sonra zaten start alırız, yolcunun havalimanına girmesiyle operasyon başlamış olur.”(Katılımcı-1, erkek, havayolu şirketi)

“Tüm dünyada havacılık şirketlerinin kullandığı ortak bir sistem var... tüm mesajlaşmalar buradan yapılıyor... böyle bir iletişim ağı var... mesajların doğru ve zamanında çekilmesi önemli “(Katılımcı-2, havayolu şirketi).

“Gecikme durumunda birkaç birime, istasyona ve yolculara bilgi vermemiz gerekiyor. Bunu yaparken check-in esnasında da kullanılan, şirkete ait bir sistemi, kullandığımız sistemin arka yüzü olan bir başka sisteminden yolcuların bize rezervasyonda bildirmiş olduğu telefon numaralarından mesaj çekiyoruz gecikmeleri. Yolcu, handling ve acente bunların üçüne de aynı anda bilgiyi ulaştırıyoruz. Herkesin kendine göre yapması gereken şeyler var, alması gereken önlemler var, bütün birimler buna göre ne yapması gerekiyorsa, üzerine ne düşüyorsa, alması gerekiyorsa alıyor. Herkes yapması gereken şeyi biliyor zaten ona göre hareket ediyorlar. Eğer ulaşamadığımız yolcular olursa, çağrı merkezini arıyoruz. Onlar ev telefonu, genelde ev telefonlarını veriyor, ev telefonundan ulaşıyorlar tek tek. Bütün aramalarda yolculardan teyit alıyorlar gecikme bilgisini alıp almadıklarına dair.” (Katılımcı-3, erkek, havayolu şirketi)

Çok fazla sistem olması, çalışan açısından bir sürü sistemi takip etmeyi de getirmektedir ancak nicel olarak çok fazla görev olması veya zaman kısıtı gibi bir sorundan çok doğru bilgiye ulaşmada yapılan seçimler öne çıkmaktadır. Bu konuda denetimin de payı vardır.

Yer hizmetleri firmasında ve havayolunda çalışan katılımcıların ifadeleri denetimin günümüz çalışma ortamında aldığı biçimi ortaya koymaktadır:

“IATA kuralları denilen çok sıkı kurallar zinciriyle dünyadaki havacılık sisteminin güvenliği sağlanıyor. Ama bizim kendi şirketimizdeki hiyerarşiden bahsederseniz eğer, bir sürü eğitim alıyoruz, tazeleme eğitimleri oluyor. Havayolu şirketi ile yaptığımız brifingler oluyor, kaptanla yaptığımız brifing oluyor. Bunlarla ilgili bir sürü prosedür var, onları uygulamaya çalışıyoruz, bir sürü kurallar zinciri var. Zaten bütün şirketleri, havayolu olsun, yer hizmetleri olsun, sivil havacılık denetmenleri denetliyor. Sivil havacılığın da yine eğitimlerle desteklenen ve içeriden ve dışarıdan denetimleri var. Biz kendi şirketimiz içinde de denetimler yaşıyoruz, genel müdürlük tarafından. Sivil havacılıktan da, IATA’dan da denetim alıyoruz, bütün kurallara dikkat etmeye çalışıyoruz çünkü gerçekten hassas bir nokta, zincirin bir halkası koştugu zaman diğer bütün operasyona yansiyabiliyor” (Katılımcı-11, yer hizmetleri).

“Vardiya da neler olduğunu, herhangi bir problem sıkıntı oldu mu ben bunu yazdığım zaman buraya, bundan iki ay sonra bir şikâyet geldiği zaman, düzensiz bir durum olduğunda, biz ona düzensiz durum raporu diyoruz, bunu başka departmanlar da görüyor, sistemden paylaşımına açık olduğundan dolayı, ya da (bilgisayarlarımızda) yazdığımız defterdeki notlara ulaşılabilir. Handlingle biz bulunduğumuz meydana devamlı en basit iletişim aracı olarak telsizle haberleşiyoruz çünkü biliyorsunuz telsizde konuşma ücreti olmuyor ve portatif olarak taşınması kolay. Devamlı olarak (handling firmasından biri olarak) uçağın başında bir operation (operasyon) memuru olur. Bu yine handling’ten bir arkadaş olur. Boarding gate’de (uçığa biniş kapısı) yine birkaç handling’ten personel olur. Yine check-inde aynı şekilde handling personeli olur. Bunları süpervize ederek işte yolcu bindi, çıktı (uçığa biniş kapısına yöneldi), işte uçağın son durumu nedir hazır mı değil mi, yakıt bitti mi, temizlik bitti mi bunları devamlı telsiz aracılığıyla kontrol ederek yolunda gitmesini sağlarız.” (Katılımcı-1, erkek, havayolu şirketi)

“Biraz önce de dediğim gibi, yapılan tüm görüşmelerin, araştırmaların ve denetlemelerin sonuçları yazılı olarak tutulmak ve kontrolden geçmek zorundadır. Hiçbir takip, hiçbir direktif veya yeni kural sözlü olarak karşı tarafa tebliğ edilmez, karşı tarafın onayı da hiçbir şekilde sözlü alınmaz. Bu bağlamda biz internet ağı üzerinden yazılı görüşmelerle bu işi yürütüyoruz. Aynı zamanda bir takım resmi evrakların teyidinde ve istişaresinde faks veya

tarama, evrak tarama metoduyla da konuya girdiğimiz oluyor.”(Katılımcı-6, kadın, havayolu şirketi)

Denetimin her konumdaki çalışan açısından geçerlidir. Yönetici pozisyonlarına daha yakın çalışanlar açısından altında çalışanları denetlemek geçerli olsa da, onların da sıkı kurallara bağlı olduğu bir öz denetim mekanizmasının varlığı dikkat çekmektedir. Denetimin sağlanmasında önde gelen özellik, çalışanların eğitimler yoluyla uzmanlar olarak denetlenen hususların önemine ikna edilmesidir.

“Genelde takip olur. Çünkü onlar da bu işi yapmış insanlar oluyor, amirlerimiz ya da şeflerimiz...bazı durumlarda tabi ki bizimle beraber oluyorlar...bazı durumlarda inisiyatif de alabiliyoruz, alabilmek zorundayız çünkü çok kısa sürede bazı sorunları aşmak zorundayız. Eğitimi bu doğrultuda aldık, zamanla yarıştığımız için kendi inisiyatifimiz kullanabiliyoruz, karar alamadığımız zamanlarda da bir üst amirimize hep danışmak zorundayız “(Katılımcı-11, yer hizmetleri).

“Yolcularla ilgili gelen sıkıntılar genelde müşteri ilişkilerine geldiği için bu bir denetim değil. Kendi içimizdeki güvenlik departmanı ve kalite departmanı, şirket içi denetimle, yine şirkete bağlı bir personel. Ama kalite departmanında, bazı durumlarda kalite ekibi bu denetlemeyi yapıp, bir bulgu bulabiliyorlar, yani bulduklarında eksik şu, şunun miladı dolmuş gibisinden bulgularla karşılaşsak bizde elimizden geldiğince, düzeltip düzeltmekle yükümlüyüz. Handling’i denetlemede, herkes görev tanımını bildiği için, yaptığı işi takip etmekle yükümlü. Her yapılan işte, her bir noktada bir üstümüzden bu iş şöyle olacak gibi doğrudan gelen bir deklarasyon yok bize. Biz vardiyada kaldığımız zaman iki tane personel ya da üç tane personel oluyoruz ama o görev tanımımızın kapsadığı, çerçevelediği şekilde operasyonu o gün yürütüyoruz yani o uçuşlar bize emanet.”(Katılımcı-1, erkek, havayolu şirketi)

“Uçakta kabin de görev alanlar dışında, dört kişi çalışıyorduk ve bir tanesi kabin şefimiz, oluyordu. Denetleme işini kendisi sağlıyordu, uçuşlarda kabin şefi gerçekleştiriyordu, gözetleme ve denetleme, kontrol etme işini. Bunun dışında genelde ayda bir kez kalite departmanından bir görevli uçuşumuza katılıp bütün kabindeki görevli olanları denetliyor ve bizle ilgili yani görevimizi doğru yapıp yapmadığımızla ilgili rapor hazırlıyor. Yolcuların genelde uçuşla ilgili problemlerini, düşüncelerini yazabildiği formlar oluyor genelde uçakta ve memnun kalıp kalmadıklarını bu formlara yazıp şirkete bildirebiliyorlar.”(Katılımcı-8, erkek, havayolu şirketi)

Katılımcıların ifadelerinde özellikle zamanla mücadeleye denetim, sorumluluk ve zaman ilişkisinde ilerleyen akışa dikkat çekilmektedir. Ekipler halinde çalışılması, çalışanın kendi denetimi, ekip içinde denetim, dışarıdan denetim gibi pek çok stratejinin beraber çalışmasını beraberinde getirmektedir. Ancak zamanla mücadel herkes için her durum için geçerli olan mücadeleyi oluşturmaktadır ve uzmanlıktan beklenen onunla baş etmesidir.

Çalışmanın ekipler halinde gerçekleşmesi için iletişimin etkili olması beklenmektedir. Bilginin artan önemi ve iletişim sayesinde bilginin bir akış içerisinde yer bulması, girdisi bilgi olan bir çalışma biçimini gözler önüne sermektedir.

“İşimiz gereği son derece hassas bir konumda bulunuyoruz. İşimiz operasyonel takip gerektiren bir iş. Dolayısıyla yapılan bütün mesajlaşmalar, bizim gönderdiğimiz talimatların alınıp alınmadığı ve uygulanıp uygulanmadığı kontrol edilmektedir. Bununla ilgili bizim elbette kayıt formlarımız var, bir takım takip metotlarımız var... Zaten eğitimlerimizde ve mesleki jargonumuzda da bunu kullanırız. Bir iç müşterimiz vardır bir de dış müşterimiz vardır... Dolayısıyla hem iç hem de dış denetlemelerimiz ve bağlantılarımız oluyor” (Katılımcı-6, havayolu şirketi)

“Yaptığımız iş gereği, yaptığımız işin kalitesi de önemli. Öncelikle çalışmanız, çok çalışmanız, yani, işten kaçmamanız gerekir. Bu da yaptığınız işin kalitesi karşından bir şekilde görülür. Bir işi en iyi şekilde yapmaya çalışmak, bir yere gelmek istiyorsanız, o işin en iyisi olmanız gerekir. Grup halinde, aynı işi yapan pek çok insanın içinde sıyrılmak için, işinizde gayet iyi olmak zorundasınız, yükselmek istiyorsanız. Dediğim gibi bir iş yapıyorsanız bunu kalitesi çok çabuk farkediliyor nasıl bir iş yaptığınız çünkü daha sonradan bu işi nasıl yaptığınız ne şekilde yaptığınıza dair herkes bir şekilde bilgi sahibi olabilir, yaptığımız iş açık bir iş çünkü, herkes görebilir. Yetenek anlamında belirli bir iş yeteneğiniz olması gerekir, yetenek, deneyim bunlar sizin yükselme ve bir yerlere gele açısından etkili faktörler.” (Katılımcı-3, erkek, havayolu şirketi)

“Sorumluluk hava yolu olarak siz de oluyor, siz de çok sayıda yolcuya ulaşma anlamında çalıştığınız şirketi, handling şirketini kullanıyorsunuz, yolcuyla aranızdaki irtibatı (eğer havayolunun havalimanında çalışanıysa ve kendisi yoğunluk gibi herhangi bir sebeple ilgilenmez ise ya da ofis çalışanı ise) handling aracılığıyla sağlarsınız. Kendinizin birebir vardiyada bütün gecikmeli uçuşlar ve yolculara açıklama yapamazsınız, sadece bu bilgilerin doğru yere ulaşip ulaşmadığını kontrol ediyorsunuz. Bilgiyi siz dağıtıyorsunuz, tabi ki eğer müdahale etmeniz gerekiyorsa bazı konularda müdahale edebiliyorsunuz. Handling bu anlamda sorumlu değildir, sadece bilgiyi paylaşır, ama havayolu olarak siz bu bilgiden sorumlusunuz ve mesulsünüz. İlk amaç handling’de sorunsuz bir şekilde uçuşu gerçekleştirmek, yolcunun havalimanına girdikten karşı(varış) istasyonuna inene kadar ki süreç dahil buna. Kendi sorumluluğunuz dahilinde sorun, problemler tabi ki olabilir. Eski görevimdeyken, örnek olarak açıklıyorum, kontuarda bizim yanlış check ettiğimiz bir yolcu diyelim, Ali yerine Ahmet adında bir yolcuyu check ettik ve bundan dolayı uçakta sorun çıktı. Havayolunda etik olarak sorumluluk olarak ben yerine getiriyordum, havayolunun bir yetkilisi olarak bir nevi müdahale etmek durumunda kalıyorduk, hata bizde de olsa bunu yetkililere ve bir üstümüze raporlamamız gerekiyordu. Bunların önüne geçmek için tabi ki bazı önlemler alıyorduk.”(Katılımcı-3, erkek, havayolu şirketi)

İletişimin ve bilgi akışının denetim ve sorumluluklarla bağı, yönetici konumunda yer alan çalışanın sözlerinde ortaya çıktığı gibi sıkıdır. Dijital teknolojilerin sağladığı birim zamanda baş etmesi zor çok sayıda görevin yerine getirilmesinden, doğru zamanda doğru takibi ve iletişimi yürütmek, doğru noktalara temas etmek, doğru kararları alma noktasında etkili olmak gibi yönler olmaktadır. Karar almayı ilgilendiren süreçlerdeki sorumluluklar görüşmelerde çokça yer bulmuştur.

“Bizim yaptığımız bu işte mekâna bağımlı değilsiniz. Yani internet bağlantısı olan her yerde çalışabilirsiniz. Böyle de olması gerekiyor çünkü ihtiyaç durumunda sistemde çevrim içi oluyoruz. Dışarıda da olsak çevrim içi oluyoruz.” (Katılımcı-3, erkek, havayolu şirketi)

“Tabi ki birtakım yazışmalar evden de çalışma şeklinde yapılabilir ama, sizin de ifade ettiğiniz gibi, birtakım kayıtların tutulması anlamında şirket servis sağlayıcısı üzerinden görüntü veya da bilgi almamız gereken durumda mutlaka ofis ortamında olmamız gerekiyor. Onun dışında genel yazışmalarda ve bilgi paylaşımlarında evde de olabilir ki, evde yoğun bir şekilde çalışıyorum ben zaten işimin sorumluluğu altına giriyorum. Bu yüzden burada çalışan arkadaşlarımız, 7/24 çalışma esasına göre çalıştırılırlar. Bu bizim için de söz konusu. Yöneticiler olarak her ne kadar bizler normal mesai saatleri içerisinde çalışıp haftasonu ve resmi tatillerde çalışmıyor gibi görünsek de, işimizin doğal yapısı gereği bizler de 7/24 telefon ile ulaşılabilir durumda olmak zorundayız. Örneğin, arkadaşlarımızın tek başına halledemeyeceği ya da üste eskale etmesi gereken durumlarda, biz de esnek mesai metoduna uymak zorundayız. Elbette oradaki problem devam ediyorsa ya da çözümsüzlüğe doğru gidiyorsa bizim de mesaimiz bitti deyip eve gitme gibi bir lüksümüz yok.” (Katılımcı-6, kadın, havayolu şirketi)

“Sorumlulukların insan sınırını zorlayacak noktaya geldiği kesinlikle oluyor” (Katılımcı-4, havayolu).

“Asıl en büyük sorun o zaten, hepsini birden koordine etmek. Zaten bizim departmanımız koordine departmanı. Bütün yer hizmetleri en büyük sorumluluğa sahip departmandır. Herkes her şeyi bize sorar... Operasyon sadece uçakların yerden ayrılması ya da orada aldığı hizmetlerle bitmiyor. Bunun öncesi, sonrası, arşivlemesi var, evrak işlemleri var...” (Katılımcı-10, yer hizmetleri).

“Her yere sorumluyuz, onlar da bize sorumlu. Pek çok yere bölünmek zorunda kalabiliyoruz bu nedenle. Tecrubenin önemi çok bununla baş etmek için. Aynı zamanda bu bir akıp işi, tek başına olduğunuzu hissetmiyorsunuz” (Katılımcı-10, yer hizmetleri)

“Operasyon çok hızlı, çok değişken, çok dinamik. Her an herşeye hakim olmak zorundasınız, o yüzden çok dikkat etmeniz gerekiyor.”(Katılımcı-12, yer hizmetleri)

“Her uçak yeni bir sürpriz, farklı farklı olaylar yaşıyorsunuz.” (Katılımcı-13, yer hizmetleri)

“Öncelikle deneyim, birincisi insanları tanımak, işinizdeki olan bilgi birikiminiz buna çok etki ediyor. İnsanlar tabii ki hizmet sektörüdesiniz bir nevi. Güler yüzlü olmak zorundasınız, insanları gördüğünüz zaman, ilk gördüğünüz zaman hoşgeldiniz, iyi günler diye karşılayıp işlemi bittikten sonra iyi uçuşlar diye uğurlamak ve gerek psikolojik anlamda gerekse onları rahatlatmak anlamında kontuarda konuşmalarımız oluyordu. Yolcu memnuniyeti, hizmet sektöründe olduğumuz için yolcu memnuniyeti ön plana çıkıyordu.” (Katılımcı-2, havayolu şirketi)

Çağımızın toplumunun zaman ve mekân taleplerini karşılamada önde gelen sektörlerden olan havacılık alanında çalışanların, modern toplumun denetim stratejilerine ve teknolojileri kadar ve endüstrideki yönetim anlayışının etkilerine tabii olduğu ortaya çıkmaktadır. Ancak çağımızın en önemli dinamiklerinden biri zaman mevhumu, iş ortamını da dönüştüren bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır.

“Kesinlikle sorumluluk her gün alıyoruz. Arkadaşlarım mesela bazen sonucu birkaç bin eurolara mal olan kararlar almak durumunda kalıyorlar ve bu kararların gerçekten hızlı, çabuk, efektif alınması gerekiyor” (Katılımcı-2, havayolu şirketi).

“Belirlenen süre içerisinde belirli prosedürlere uyarak bu uçakları güvenli bir şekilde buradan kaldırmamız gerekiyor. Bunlara uymak için tabii ki çok hızlı bir operasyon gerekiyor” (Katılımcı-13, yer hizmetleri).

“Yaptığımız iş gerçekten stres kontrolünü gerektiriyor. Kesinlikle iletişim kabiliyeti olması gerekiyor. Yazılı veya sözlü kesinlikle ifade yeteneği çok önemli. Analitik denilen yetiye kesinlikle sahip olmak gerekiyor. Çabuk karar vermek kesinlikle olması gereken olmazsa olmaz bir özellik. Pratik zekâ, çabuk karar verme, bunlar önemli ve deneyimde tabii çok önemli, bu dediklerime sahip olmamanız başarısız olmanıza neden olabilir ama deneyim gerçekten sonuçta daha pro-aktif olmanıza neden oluyor. Evet, bazen gerçekten başa çıkması zor bir hale gelebiliyor. Zaten bizim çalıştığımız bu bölümde, bizler genelde birçok kişinin halledemediği veya zorlanabileceği durumları halledebileceğimiz için seçildik çünkü gerçekten bu işi her zaman, herkes yapamıyor. Stres kontrolü çok önemli, biz sonuçta bu işi yıllardır yaptığımız için sonuçta bu işin tabiatına ve gereğine hâkim olduğumuz için, biz zaten işleri sırasına koyabiliyoruz ve kontrol edip idare edebiliyoruz. Gerçekten çok yetersiz kalırsak, zaten bizim aramızda iş birliği çok iyi, ofisimizdeki arkadaşlarımızla mutlaka birbirimize yardım edebiliyoruz. Çoğu zaman bu işi gerçekten tek başımıza handle edebiliyoruz. Çünkü bu yüzden buradayız.” (Katılımcı-2, havayolu şirketi)

“Havacılık sektörü zamana karşı yarıştığımız için, belirli bir schedule’ı(programı) var uçakların, yerde kalma saatleri var. O zaman için uçağı yetiştirmeye çalışıyoruz. Uçağı gecikmeye sokmamak için bir telaş içinde oluyorsunuz. Check ettiğiniz yolcuları toparlamanız gerekiyor, onların işlemleri var, uygulamanız gereken prosedürler var. Bu sırada, belli bir stres oluyor tabi ki. Mesela check-in kontuarı açıyoruz, yolcular grup grup geliyor, otobüs arıza yapıyor, gelmiyor vaktinde, uçak inmiş oluyor. Son yirmi dakika yolcusunu alıp gitmek istiyor, ama yolcu gelmemiş oluyor. Uçağı da geciktirmemek için daha hızlı bir check-in, normalde bir tek kontuar açacakken, üç-dört tane açıyoruz. Mesela yoğun bir günde kontuarda check-in esnasında aynı zamanda kayıp eşyadaki arkadaş bir yolcu hakkında bilgi soruyor, bir taraftan kontuarcı arkadaşın yetişemeyeceğini iletiyor, bir yerden harekattaki arkadaş figür (yolcu sayıları ve uçakta dağılımları) soruyor, aynı anda bunları halletmemiz gerekiyor, kısa bir zaman içinde yapmamız gerekiyor. Yaptığımız işi de tabi ki ihmal etmememiz gerekiyor. Böyle durumlar çok sık başımıza geliyor. Boarding esnasında yolcu aranacak, iki tane yolcu aynı anda boarding oluyor, siz birine yetişebiliyorsunuz, diğerine yetişemiyorsunuz, iki taraftan da anons geliyor biz yetişemiyoruz diye, uçağın kalkmasına beş dakika kala sorunlar çıkıyor, uçağı bilmeyen yolcu çıkıyor, bunların hepsine yetişmeye çalışıyoruz, bu insanı bayağı bir stres altına sokabiliyor.” (Katılımcı-11, yer hizmetleri)

Zaman baskısının çalışmanın her anında kararlar almaya ve sosyal ortama hâkim olmaya zorladığı dikkat çekmektedir. Dijitalleşmenin mümkün kıldığı imkanlar, basitçe gereğinden fazla bilgiyle, sosyal değişkenlerle veya görevle kıza zamanda uğraşma zorunluluğunu ortadan kaldırırsa da bilgiyi işleyen, aktaran, çalışanlara veya yolculara yardımcı olan sistemler gibi teknolojileri yönetmeyi gerektirmektedir. Aynı zamanda pek çok süreci aynı anda yönetmeyi gerektiren çalışma biçimlerine uyum sağlamayı getirmektedir. Yoğun bir esnekliği gerektiren bu tarz çalışma biçimi, zaman kavramında düğümlenen tercihlerle performansı ortaya koymayı getirmektedir. Zamanla ilgili baskı doğru tercihleri, doğru yere bakarak yapmakla ilgilidir. Böylece doğru zamanda soyut anlamda bilginin alanı olarak doğru sosyal mekânda bulunmak öne çıkmaktadır. Bununla baş etmek için ekip çalışmasına başvurulduğu ve zorlukları aşmada ekiple bir arada yer alabilme yetisinin talep edildiği dikkat çekmektedir.

“Biz aslında burada departman olarak birbirimize çok bağlıyız çünkü bu işin bu şekilde üstesinden gelebiliriz. Burada aile gibiyiz. Birbirimize her zaman destek olabiliyoruz” (Katılımcı-4, havayolu şirketi).

5 Sonuç

Yeni teknolojilerin iş ortamında kullanımı pek çok ortamda benimsenen bir eğilimi temsil etmektedir. Havacılığın hava araçlarından teknik servise, müşteri hizmetlerinden kargo taşımacılığına kadar çeşitli kollarında en yeni teknolojik imkanların kullanılması Türkiye’de de benimsenmiştir. Yolcular ve hava araçlarına sağlanan hizmetleri ve takibini kapsayan alan bu anlamda bir istisna değildir. Yolcular, bagaj, ramp hizmetleri gibi alanlarda dijitalleşmeyle var olan ve yakın gelecekte devreye sokulacak teknolojilerin iş yapma şeklini etkilediği dikkat çekmektedir. Bilgiyi işleyen teknolojiler ve süreçler sayesinde çalışanların geleneksel metotlarla baş etmek zorunda olduğu boyutlar azalırken, yeni mücadele alanları ve rekabet ortamı oluşmaktadır. Daha çok verinin işlenmesi, daha çok takip edilen yön anlamına gelebilmektedir. Bu durumun ilk etapta çalışanlara daha çok görev yükü getirdiğini düşündürebilir ancak çalışanların ifadelerinde yer bulduğu gibi, süreçlerin yönetilmesinde dikkat gerektiren süreçlerin olduğudur. Basitçe niceliksel anlamda fazlaca görevden öte, doğru zamanda, doğru tercihlerin yapılmasına ve doğru kararların alınmasına zorlayan bir düzenden bahsetmek mümkündür. Temelde çok uzak alanlara dahi iletişim imkanları ile uzanmak ve çok çeşitli bilgiyi elde etmek mümkünken, bunu doğru yerde ve zamanda yapmanın, görevler

arasında daha doğru tercihlere yönelmenin önemi açığa çıkmaktadır. Tüm konulardan çalışanlar benzer bir baskıyı hissedebilmektedir.

Yeni çalışma ortamında yoğunluğun kendisi bir sorun olabilse de yönetmeyi bilmenin önemi yadsınamaz. Çalışanlar açısından iyi bir performans ortaya koymanın yolu sayısal olarak çok sayıda görevi yerine getirmek ve “çok çalışmak” tansa niteliksel olarak farkları ortaya koymak ve kararlar almakla ilgilidir. Kuşkusuz kol gücüne dayanan pek çok işin devam ettiği, yakın gelecekte yok olmayacağı ve toplam iş gücünün içerisinde geniş bir yer kapladığı gerçektir fakat endüstrinin yönünü çizen özellikleri taşıyan sektörler çalışmanın geleceğine ışık tutabilmektedir. Bilgiye ulaşmak, bilgiyi kullanmak, gerekli mercileri devreye sokmak ve yönetebilmek önem arz etmektedir. Burada basitçe makinelerin, teknolojilerin, sistemlerin kullanılmasıyla ilgili yetiden öte, sosyal olarak bir zaman baskısını aşabilmenin, failerin rekabette alacağı yeri belirlediği görülmektedir. Anın (instant), zamanın kullanılması, doğru zaman ve doğru yere hâkim olabilmek belirleyici olmaktadır.

Kaynakça

- Aviation. (1998). *Encyclopedia Britannica Online*. <https://www.britannica.com/>
- Bell, D. (2004). *The Coming Of Post-Industrial Society. From Modernism To Post-Modernism: An Anthology*. (Ed.) Lawrence Cahoone. Oxford: Blackwell.
- Burawoy, M. (1985). *The Politics of Production: Factory Regimes Under Capitalism and Socialism*. London: Verso.
- Castells, M. (2010). *The Rise Of The Network Society*. 1st volume. 2nd edition. Blackwell: Singapore.
- Drucker, P. F. (1993). *Kapitalist Ötesi Toplum*. İstanbul: İnkilap Kitabevi.
- Edwards, Richard (1979). *Contested Terrain: The Transformation of the Workplace in The Twentieth Century*. New York: Basic Books.
- Foucault, M. (1992). *Hapishanenin Doğuşu*. (Çev.) Mehmet Ali Kılıçbay. İstanbul: İmge.
- Friedman, A. (1977). “Responsible Autonomy Versus Direct Control over the Labour Process”. *Capital and Class*, 1, ss. 43-57.
- Korul, V. ve Küçükönel, H. (2003). “Türk Sivil Havacılık Sisteminin Yapısal Analizi”. *Ege Akademik Bakış: Ekonomi, İşletme, Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilim Dergisi*. 1(3): ss. 24-38. <http://www.onlinedergi.com/eab/arsiv/arsivDetay.aspx?yil=2003&periyot=1>
- Kurtcebe, M. (2017). *Teknolojinin Toplumsal İlişkilere Yansımaları: Türk Havacılık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, SBE.
- Masuda, Y. (1983). *Sanayi Sonrası Toplum Olarak Bilgi Toplumu*. Washington DC: Academic Press.
- Mayo, E. (2003). *The Human Problems of an Industrial Civilization*. New York: Routledge
- Neumann, W. (2010). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar I-II*. (Çev.) Özge, S. İstanbul: Yayınodası Yayıncılık

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

Ritzer, G. (2011). *Toplumun Mc Donaldlaştırılması: Çağdaş Toplumun Yaşamının Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme*. (Çev.) Şen Suer Kaya. İstanbul: Ayrıntı.

Virilio, P. (1998). *Hız ve Politika* (Çev.) Cansever, M. İstanbul: Metis Yayınları.

Wajcman, J. (2015). *Pressed for Time: The Acceleration of Life in Digital Capitalism*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

TECHNOLOGY AND SOCIAL WORK PROFESSION

Umut YANARDAĞ¹

Abstract

Technology affects all social relations, especially human relations. Like many other applied social sciences, social work practices are being transformed due to the changing technology. Explaining this change and how it unfolds play an important role in the quality of social work services. Thus, this study aims to analyze the relationship between social work and technology. First, the relationship between technology and social work will be discussed at micro, mezzo and macro levels. Then, the technology standards set by the social work organizations in the US will be examined, and the use of technology in social work practices in Turkey will be discussed.

Keywords: Ethics, social work, technology

TEKNOLOJİ VE SOSYAL ÇALIŞMA MESLEĞİ

Özet

Teknoloji, sosyal yaşamda başta insan ilişkileri olmak üzere, tüm sosyal ilişkileri etkilemektedir. Bu durum, tüm uygulamalı sosyal bilimlerle benzer bir şekilde sosyal çalışma uygulamalarının da değişmesine yol açmaktadır. Bu değişimin ne olduğunun ve nasıl gerçekleştiğinin ortaya konulması uygulamaların niteliğini belirlemektedir. Bu bağlamda bu çalışma, sosyal çalışma ve teknoloji arasındaki ilişkiyi açıklamak amacıyla olup bu çerçevede önce teknoloji ve sosyal çalışma arasındaki ilişki mikro, mezzo ve makro düzeyde açıklanacaktır. Ardından ABD’deki sosyal çalışma örgütleri tarafından tanımlanmış sosyal çalışma uygulamalarındaki teknoloji standartları çerçevesinde Türkiye’de sosyal çalışma uygulamalarında teknoloji kullanımının nasıl gerçekleştirilebileceğini tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Etik, sosyal çalışma, teknoloji

JEL Codes: 014, 033,035

1 Giriş

Bilgi teknolojileri, son yirmi yıldır, zaman, mekân ve insan ilişkilerini değiştirmekte, insan ve toplum ilişkilerini dönüştürmektedir (Mercan, 2010: 1). Hem gençler hem de yetişkinler, eğlence, bilgi ve sosyal bağlantılar kurmak için yaygın bir şekilde iletişim teknolojilerini kullanmaktadır (Bullock ve Colvin, 2015: 1). “We are social” ve “Hootsuit”

¹ Dr. Öğretim Üyesi, T.C. Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İİBF Sosyal Hizmet Bölümü, İletişim adresi: uyanardag@mehmetakif.edu.tr

kuruluşları tarafından hazırlanan “Digital 2019 in Turkey” başlıklı araştırmaya göre Türkiye nüfusunun %72’si internet teknolojisini kullanmakta, %64’ü aktif bir şekilde sosyal medyayı kullanmakta, %53’ü aktif bir şekilde mobil olarak sosyal medyayı kullanmaktadır (Dateportal,2018). İnterneti sadece gençler değil yaşlılar da kullanmaktadır. Yaşlılara ilişkin TÜİK (2018) verilerine göre, yaşlı nüfus içinde internet kullananların oranı %17’dir. Teknolojinin günlük hayatta yaygın bir şekilde kullanımı sadece insan ilişkilerini değiştirmemekte aynı zamanda uygulamalı sosyal bilimlerin sunulmasını da etkilemektedir. “Genellikle görsel, işitsel yayın sistemlerinin, telefonlarının ve bilgisayar ağlarının tek bir bağlantı sistemi üzerinden bağlanması” (Chan ve Holsko, 2015: 1) olarak tanımlanabilecek bilgi ve iletişim teknolojisi (bilgi teknolojisi), her uygulamalı bilim gibi sosyal çalışma mesleğinin uygulanış şeklini de değiştirmektedir.

Öte yandan, sosyal çalışma mesleğinin ortaya çıktığı ülkelerden biri olan Amerika Birleşik Devletleri’nde sosyal çalışma ve teknoloji arasındaki ilişkinin tarihçesini 1911’e kadar götürmek mümkünse de² teknoloji ve sosyal çalışma arasındaki ilişkinin, başka bir deyişle sosyal çalışma mesleğinde bilgi iletişim teknolojilerinin kullanılmasının sosyal çalışma alanında kuşkuyla karşılaşılan bir unsur olduğunu, teknolojinin kullanılmasına dair bir direncin olduğunu söylemek mümkündür. Bu direnci ve eleştirileri Steyaert ve Gould (2009) iki yaklaşımla açıklamaktadır: hümanist ve hümanist olmayan yaklaşım. Birinci yaklaşım olan hümanist yaklaşım, teknolojinin kullanımının insan ilişkilerine etkisiyle bağlantılıdır (Steyaert ve Gould, 2009: 741). Phillips ve Berman (1995) teknolojinin; mantık, mekanik, işleme gibi unsurlarının sosyal çalışma uygulamalarının belirleyicisi olan şefkat, empati gibi geleneksel danışmanlık ilişkisinin zıttı unsurları olduğunu belirtmekteyken, (akt: Parrot ve Madoc-Jones, 2008: 183) Ashery (2001: 5) ise bu direncin, sosyal çalışma mesleğinin insan-insan iletişimi olmasından kaynaklandığını belirtmektedir. Teknoloji kullanımının yarattığı olumsuzlukları odağına alan Csiernik vd. (2006: 12) tarafından yazılan “*Bilgi Teknolojileri ve Sosyal Çalışma-Karanlık Taraf, Aydınlik Taraf*” isimli makalede yüz yüze veya insan-insan iletişimini taklit eden bilgi teknolojisi araçlarının, danışanla kurulan ilişkide bir izolasyon yarattığı, bilgi teknolojisiyle kurulan “enerjik iletişim” hissini daha fazla izolasyona ve yabancılaşmaya yol açan ötekinin bir duygusu haline gelme riski taşıdığı belirtilmektedir. Ramsey ve Montgomery (2014: 884), ise sosyal çalışma uygulamalarında teknolojinin kullanılmasına ilişkin direncin; gizlilik, danışan güveni ve duyarsızlaşma ile ilgili olduğunu belirtmektedir.

İkinci yaklaşım olan anti-hümanist yaklaşım ise, post yapısalcı ve Foucaultian sosyal hizmet analizlerinden türetilen, sosyal hizmetin sosyalini bilgilendirmeye dönüştüren, kişinin öznelliğini düzenlemede teknolojinin rolüne odaklanan yaklaşımdır. Bu yaklaşım, Parrot ve Madoc-Jones (2008)’in da belirttiği üzere teknoloji, sosyal çalışma mesleğinin mesleksizleştirilmesine yol açmaktadır.

Uygulamaya dair kısıtlılık olarak kabul edilebilecek teknolojiye ilişkin yukarıda belirtilen eleştirilere rağmen Shorkey ve Uebel (2014), Amerika Birleşik Devletleri’nde sosyal çalışma ve teknoloji arasındaki ilişkinin 1950’lerin başlarında kurulduğunu, 1950’lerde görsel-işitsel araçların kullanılmasıyla başlayan bu ilişkinin, 1960’lerde video-kaset teknolojisinin kullanılmasıyla video teknolojisine, 1980’lerde ise bilgisayar ve internet temelli teknolojiye dönüştüğünü ve bu dönüşümün günümüze kadar devam ettiğini belirtmektedir. Bu açıdan bakıldığında teknolojinin gelişimine paralel bir şekilde, tarih boyunca sosyal çalışmacıların kullandığı teknolojik araçları, sabit telefonlardan ve faks makinelerinden akıllı telefonlara ve bilgisayarlara kadar geniş bir yelpazede tanımlamak mümkündür (Barsky, 2017: 8).

² Caputo (1998), sosyal çalışma mesleğinin öncüsü Mary Richmond’un gönülsüz (isteksiz) danışanların telefonla aranarak sürece katılmaları için desteklenmesini önerdiğini belirtmektedir (akt: Parrot ve Jones,2008:183)

Öte yandan 1980’lerde bilgisayar ve internet teknolojisinin kullanılması, sosyal çalışma alanında bilgi teknolojisinin kullanılmasını olanaklı hale getirmiştir. Bu durum, geleneksel (yüz yüze) sosyal çalışma uygulamasının gerçekleştirilmesinde yardımcı bir araç olan teknolojinin (danışana randevu vermek için telefon kullanmak gibi), uygulamanın gerçekleştirildiği araç haline gelmesini beraberinde getirmiştir. 1980’lerde, bilgisayar temelli istatistik ve kayıtlar için kullanılan, 1980’lerin sonlarından 2000’li yıllara kadar bilgisayar destekli müdahaleler ve sağaltım programlarında kullanılan bilgi teknolojileri, günümüzde bireysel veya grup biçiminde e-görüşmeler, telefon uygulamaları, web tabanlı müdahaleleri olanaklı hale getirmekte, bilgi teknolojilerinin sosyal çalışma alanında kullanımı dördüncü kuşak ileri teknolojinin kullanımına (sanal gerçeklik, robotik simülasyon gibi) evrilmektedir (Cwikel ve Friedman, 2019: 1-2).

Her ne kadar sosyal çalışma uygulamaları bilgi teknolojileri platformlarında gerçekleştirilmeye başlasa da halen geleneksel (yüz- yüze) sosyal çalışma uygulamaları devam etmektedir. Bu bağlamda, sosyal çalışma alanında teknolojinin kullanımını iki boyutta ele almak mümkündür. Birinci boyut; geleneksel (yüz-yüze) sosyal çalışma uygulamalarının dijital iletişimle desteklenmesidir. 7/24 iletişime olanak tanıyan dijital iletişim, terapötik iletişimi destekler (Mattison, 2012: 249). Bir diğer boyut, sadece online olarak yürütülen birey, grup ve makro düzeyde gerçekleştirilen mesleki uygulamalardır. Bu bağlamda, sosyal çalışma uygulamalarında bilgi teknolojilerinin nasıl kullanıldığı, başka bir deyişle teknolojik sosyal çalışma uygulamalarını ortaya koyabilmek için teknoloji ve sosyal çalışma mesleği arasındaki ilişkiyi klinik sosyal çalışma uygulamaları (mikro ve mezzo) ve makro uygulamalar olmak üzere iki boyutta açıklamak gerekmektedir.

1.1 Klinik Odaklı Sosyal Çalışma Uygulamalarında Teknolojinin Kullanımı

Klinik odaklı sosyal çalışma uygulamaları “birey, aile ve gruplar tarafından deneyimlenen psikososyal problemlerin çözümlenmesi ve önlenmesi için sosyal çalışma teori ve yöntemlerinin uygulanmasıdır (Walsh, 2010, akt: Zubaroglu Yanardağ ve Özmete, 2017: 207). Klinik odaklı sosyal çalışma uygulamaları, ruh sağlığına yönelik hizmetlerin bir parçasıdır. Bu bağlamda ruh sağlığı alanında gelişen teknikler ve yöntemler, sosyal çalışma eklektik bilgi temelini bir parçasıdır ve ruh sağlığı hizmetlerinin sunumu sosyal çalışma uygulamalarını şekillendirmektedir. Bu çerçevede ruh sağlığı alanında teknolojik gelişmelerin klinik odaklı sosyal çalışma uygulamalarını etkilediğini söylemek mümkündür. Bu etki, çeşitli bilgi teknolojilerinin kullanılmasını beraberinde getirmiştir. Bilgi teknolojisi uygulamaları; online danışmanlık, telefonla veya video ile danışmanlık, bilgisayar ve web tabanlı uygulamalar, elektronik sosyal ağlar, e-posta ve mobil sağlık araçları (uygulamalar, kısa mesajlar) (Reamer; 2003: 163-165, 2005: 122-123), kendi kendine rehberlik, kendi kendine yardıma yönelik uygulamalar, sanal gerçeklik uygulamaları (Strobl-Reichel, 2011: 18-19), çevrimiçi destek grupları blogları (Stringer ve Sage, 2015) olarak tanımlanmaktadır.

Çevrimiçi Danışmanlık/Terapi: Danışanlar ve sertifikalı ruh sağlığı profesyonelleri arasında internet bağlantısı kullanılarak gerçekleşen, her türlü profesyonel terapötik etkileşime çevrimiçi danışmanlık/terapi veya e-terapi denir (Rochon vd., 2004:270). Bir başka tanıma göre çevrimiçi danışmanlık/terapi, danışan ve danışmanın birbirlerinden fiziki olarak uzak olduğu, iletişim kurmak için elektronik araçların kullanıldığı, çevrimiçi bir profesyonelle gerçekleştirilen sekron veya esekron etkileşim süreçleridir (Manhal-Baugus, 2001:551). Yapılan araştırmalarda özellikle depresyon, anksiyete, yeme bozukluklarında etkili olduğu ortaya konulan çevrimiçi danışmanlık uygulamaları (Haberstroh, 2009: 2), farklı danışanlarla gerçekleştirilen klinik sosyal çalışma uygulamalarında da kullanılabilir.

Çevrimiçi Destek Grupları ve Bloglar: Çevrimiçi destek grupları, sanal gerçeklik programları, Google Hangouts gibi kamerayla görüşme yapılan platformlar ve sohbet gruplarında gerçekleştirilen, ruh sağlığı sorunlarının ele alınmasında psikoeğitim web siteleri ve kendi kendine tedavi programları kadar etkili olduğu bulunan karşılıklı yardım gruplarıdır (Freeman vd. , 2008; Griffiths vd., 2012, akt: Singer ve Sage, 2015). Bir başka tanıma göre çevrimiçi destek grupları bireylerin bilgi, sosyal destek veya tavsiye alışverişi için benzer deneyimleri olan insanlarla bağlantı kurabildikleri, onlarla etkileşime girebildikleri, ruh sağlığı odaklı sanal topluluklardır (Coulson ve Smedey, 2015, akt: Fullwood, 2016: 110). Öte yandan, psikoterapist blogları (sosyal medya hesapları da bu bağlamda değerlendirilebilir); ruh sağlığı hizmetlerini sunma deneyimi hakkında fikir verir ve psikoeğitim sayfalarına benzer bir kaynak oluşturabilir (Singer ve Sage, 2015).

Telefon ve Video ile Danışmanlık: Telefonla danışmanlık, yüz yüze danışmanlığa göre daha ucuz olduğu, anonimliğe izin verdiği, kontrol duygusu sağladığı ve uygun olduğu için tercih edilen (Mermelstein Holland, 1991; Ranan & Blodgett, 1983; Shepard, 1987; Zhu vd.,1996, Reese vd., 2002: 244), telefon ile gerçekleştirilen danışmanlıktır. Bobevski vd. (1997: 239-240)'ne göre üç çeşit telefon danışmanlığı bulunmaktadır. Birincisi toplumun genel üyelerine yönelik 24 saat telefon danışmanlığı, ikincisi özel gruplara yönelik (sigarayı bıraktırma vb.) telefon danışmanlığı, üçüncüsü ise sağlık ve refah kurumlarının mesai saatleri dışında verdiği telefon danışmanlığıdır. Telefonla danışmanlık sigara bağımlılığı özellikle sigara bıraktırma olmak üzere çeşitli sorunların çözülmesine kullanılır (Resse vd. 2004: 244). Video ile danışmanlık, daha sonra inceleme ve tartışmak için grup oturumlarının kaydedilmesi ve danışanların iyileşme süreçlerinde film vb. çekmeleri gibi sanat terapi uygulamalarını da içerebilen psikoeğitim süreçlerinde terapötik bir araç olarak kullanılabilir (Cohen ve Johnson, 2015).

Siberterapi ve avatar terapi: Bireysel ve grup terapilerinde, fotoğraf vb. öğeler kullanmak yerine sanal gerçeklik kullanarak bir terapötik alan kullanılır. Sosyal çalışmacılar, sanal gerçeklikte yaratılmış avatarla terapi toplulukları oluşturarak mesleki uygulamaları gerçekleştirir (Reamer, 2015).

Bilgisayar ve İnternet Tabanlı Programlar: Bilgisayar destekli programlar, basit fobiler, panik bozukluğu, obsesif kompulsif bozukluk, yaygın anksiyete bozukluğu gibi rahatsızlıkların etkilerini azaltmak için kullanılabilir. Davranışçı ve Bilişsel Davranışçı Terapilerde kullanılan bu programlarda maruz bırakma ve çeşitli teknikler ile iyileşme süreci hızlandırılmaktadır (Taylor ve Luce, 2003: 19). İnternet tabanlı programlar ise, hafif ve orta dereceli psikolojik sorunları bulunan insanlar için psikolojik düşük yoğunluklu sağaltım programları için kullanılan araçlardır (Richards ve Farrand, 2010, akt: Laappalainen vd., 2015: 2). Öte yandan Reamer (2015), zihinsel ve davranışsal bozukluklarla ilgili olarak internet kullanıcılarının sorunlarını çözmelerine karar vermelerine yardımcı olabilecek, elektronik geri bildirim ve kaynak bulabileceği internet tabanlı programların da bulunduğunu belirtmektedir.

Mobil Sağlık: Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)'ne göre fiziksel ve zihinsel sağlık hizmeti sağlamak amacıyla metin mesajlarının ve mobil teknolojilerinin kullanılmasına yönelik uygulamalara mobil sağlık (m-health) denilmektedir. Mobil sağlık uygulamaları, hasta izleme cihazları dahil, kısa mesajlar olmak üzere çeşitli araçları kapsayan bir kavramdır (Kay vd., 2011: 6). Mobil sağlık araçlarından biri telefon uygulamalarıdır. Öte yandan Bilişsel Davranışçı Terapi uygulamaları gibi hastanın belirli ödevleri (çizelge hazırlama, not tutma gibi) yerine getirdiği uygulamalarda psikoeğitime yönelik programlar (Michell vd. 2014), oturumu kaydedip tekrar izlemeye olanak veren uygulamalar bulunmaktadır (Karcher ve Presser, 2018: 3). Bir başka mobil sağlık aracı kısa mesajlardır. Randevu organizasyonu, bir kriz durumunda

danışanlara kısa mesajla bilgi verme gibi araçlar sosyal çalışmacılar tarafından kullanılmaktadır (Reamer, 2015).

Elektronik Sosyal Ağlar: Psikososyal açıdan sosyal ağları, kullanıcıların hem sosyal ilişki ağlarını hem de sosyal kimliklerini yönetmelerine olanak tanıyan dijital alanlar olarak tanımlamak mümkündür (Riva vd.2016). Ruh sağlığı çalışanları, psiko-eğitim sağlamak, klinik süpervizyon almak ve sunmak, özellikle erişiminde güçlük çekilen araştırma katılımcılarının bulunmasında sosyal ağlardan yararlanabilmektedir (Creaner, 2015). Reamer (2015), sosyal ağlardaki paylaşımların, danışanları güçlendirdiğini, sosyal çalışmacıları erişilebilir hale getirebildiğini, danışanla kurulan informal temasın terapötik açıdan değerli olduğunu belirtmektedir.

E-postalar: E-postalar, yazılı danışmanlık sistemi için kullanılabilir. Her danışanın belirli soru sorma hakkı bulunduğu ve sosyal çalışmacılara soru-cevap yoluyla ulaştığı sistemde, sosyal çalışmacılar, danışanların sorularına belirli bir zaman içinde cevap vermeyi taahhüt eder (Reamer, 2015). E-postaların kullanılması, her ne kadar yüz yüze danışmanlık gibi anlık bir iletişimi beraberinde getirmese de e-posta ile yürütülen terapötik süreçlerin, sosyal çalışmacılara iletilmesi güç olan konuların paylaşılması, sürecinin anonim bir şekilde sürmesi gibi kolaylaştırıcı yanları bulunmaktadır (Saleh vd., 2015).

1.2 Makro Sosyal Çalışma Uygulamalarında Teknolojinin Kullanılması

Makro sosyal çalışma uygulamalarında teknolojinin kullanılmasını, toplum çalışması uygulama yaklaşımları ve sosyal politika ve yönetim düzeyi olmak üzere iki boyutta ele almak mümkündür. Toplum çalışması yaklaşımlarını, toplum örgütlenmesi, toplum kalkınması, toplum planlaması, toplum eğitimi, sosyal aksiyon ve savunuculuk ve toplum temelli bakım olarak ele almak mümkündür (Poppo, 2015, akt: Yanardağ, 2019).

Singer ve Sage (2015), toplum örgütlenmesi çalışmaları çerçevesinde teknolojinin iki boyutta kullanıldığını belirtmektedir. Bu boyutlardan biri, iletişim yönetimidir. Bu bağlamda iletişim için teknolojinin kullanılması (e-posta vb.), sosyal ağların kullanılması gibi süreçler gerçekleşir. Bu bağlamda Skype vb. platformlar aracılığıyla (yönetim kurulu toplantısı, etkinliklerin düzenlenmesi gibi) iletişim sürdürülebilir. İkinci boyut; paydaşların ve organizasyon üyelerinin mobilize edilmesi için kullanılan araçlardır. Bu araçları, bağışçı yönetimi yazılımı, otomatik abone talimat araçları, veri toplama ve görselleştirme araçları olarak açıklamak mümkündür.

Brueggemann (2013) ise e-toplum kalkınması uygulamalarından bahsetmektedir. E-kalkınma uygulamalarını; sesli mesajların kullanılmasına, telekomünikasyon sistemlerinin kullanılmasına, internetin kaynak yönetim süreçlerinde kullanılmasına dair uygulamalar olarak tanımlanmak mümkündür. Öte yandan Dunlop ve Fawcett (2008: 145) e-savunuculuk çalışmaları çerçevesinde kullanılan araçları; bloglar, ücretsiz e-postalar, elektronik posta listeleri, haber grupları, elektronik tablolar, veri tabanı yönetimi, grafik düzenleme araçları, finansal yönetim, haritalama araçları, referans araçlar, araştırma araçları, sosyal ağ araçları (change.org gibi) olarak tanımlamaktadır. Ayrıca, toplum eğitimi programlarında online eğitim programlarının kullanılması, halkı bilgilendirmeye yönelik podcastlerin hazırlanması, radyo vb. yayıncılık faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi, broşür vb. el ilanlarının hazırlanması, toplum eğitimine yönelik web sayfasının hazırlanması, planlama süreçlerinde halk katılımının sağlanabilmesi için mesaj sistemlerinin kullanılması, online anketlerin düzenlenmesi, toplum temelli bakımda ise bakıma ihtiyacı bulunan bireylerin teledestek vd. mekanizmalardan yararlandırılması da makro sosyal çalışma uygulamalarında gerçekleştirilebilecek uygulamalara örnektir. Bununla birlikte tüm toplumla çalışma uygulamalarında, sosyal medya

yönetimi süreçlerini, makro sosyal çalışma uygulamalarında gerçekleştirilen teknolojik uygulamalar olarak kabul etmek mümkündür.

Tüm bunlara ek olarak, Tuncay (2010) sosyal politika ve toplum düzeyinde, sosyal politikaların geliştirilmesi, bilgilerin yaygınlaştırılması ve kurumlar arası eşgüdümünün sağlanmasında bilgi teknolojilerinin kullanılabileceğini belirtmektedir. Sosyal çalışma yönetimi süreçlerinde; bilgi yönetimi, kuruluş yönetimi (huzurevi, vb.), personel yönetimi, finansal yönetim alanlarında teknoloji kullanılmaktadır. Bu uygulamalar, bilgisayar temelli bir şekilde gerçekleştirilebileceği gibi, mobil uygulama gibi diğer bilgi teknoloji araçlarıyla da gerçekleştirilmektedir (Regan ve Freddolino, 2008).

2 Sosyal Çalışma Uygulamalarında Teknolojinin Kullanılmasına Dair Etik Konular

Sosyal çalışma uygulamalarında teknolojinin kullanılması, gerek danışan ve sosyal çalışmacı arasındaki ilişki, gerekse sosyal çalışmacı ve kurum arasındaki ilişkide yeni etik konuları gündeme getirmiştir. Barsky (2017)'ye göre ABD'de teknolojinin sosyal çalışma mesleğinde kullanılmasıyla ilgili etik konular; bilgilendirilmiş onay, gizlilik, sosyal çalışmacı-danışan arasındaki sınırlar, danışanın güvenliği, saygı, farklı bölgelerde gerçekleştirilen teknolojik uygulamalar ve farklı eyaletlerle uyumlu çalışmaların gerçekleştirilmesidir. Domblo vd. (2014) ise ABD'de sosyal çalışma uygulamalarında teknolojinin kullanılmasına dair etik konuları; danışanlara bağlılık, gizlilik ve mahremiyet, bilgilendirilmiş onam, bütünlük ve yeterlilik olarak açıklamıştır. Reamer (2015) ise teknolojinin sosyal çalışma alanlarında kullanılmasına yönelik etik konuları; bilgilendirilmiş onam, gizlilik ve mahremiyet, sınırlar, ikili ilişkiler ve çıkar çatışmaları, uygulayıcı yeterliliği, kayıtlar ve raporlar, meslek ilişkileri gibi başlıklarla ele almıştır.

Sosyal çalışma uygulamalarında teknolojinin kullanımı, teknoloji standartlarına dair etik belge ihtiyacını da beraberinde getirmiştir. Amerikan Ulusal Sosyal Çalışmacılar Derneği, Sosyal Çalışma Kurulları Derneği, Sosyal Çalışma Eğitim Konseyi, Klinik Sosyal Çalışmacılar Derneği, Teknoloji Standartları Görev Gücü tarafından Sosyal Çalışma Uygulamaları için Teknoloji Standartları adlı bir belge yayınlanmıştır. İki yıllık bir çalışmanın ardından 2016 yılında taslak metin hazırlanmış 2017 yılında çalışmaya son hali verilerek yayınlanmıştır (ASBW, 2017). Belge, halka bilgi verilmesi, hizmetlerin tasarlanması ve sunulması, bilgi toplama, yönetme ve depolama, sosyal hizmet eğitimi ve süpervizyonunda teknolojinin kullanımı olmak üzere dört başlıktan oluşturulmuş olup bu başlıklara göre standartlar Tablo 1'deki gibi tanımlanmıştır:

Tablo 1: Sosyal Çalışma Uygulamalarında Teknoloji Standartları

STANDARTA DAİR BAŞLIK	STANDART
Başlık 1: Halka Bilgi Verilmesi	Standart 1.0.1: Etik ve Değerler Standart 1.0.2: Bilgilerin Doğruluğu ve Benliğin Temsili

<p>Hizmetlerin Tasarlanması ve Sunulması (Klinik)</p>	<p>Standart 2.0.1. Sosyal hizmetlerin sunumunda teknolojinin etik bir şekilde kullanımı</p> <p>Standart 2.0.2. Lisans veya diğer akreditasyon gerektiren hizmetlere göre çalışma</p> <p>Standart 2.0.3. Sosyal hizmetlerin sunumuyla ilgili yasalara uyma</p> <p>Standart 2.0.4. Bilgilendirilmiş onam: Elektronik sosyal hizmet</p> <p>Standart 2.0.5. Değerlendirme yaparken, danışanın teknolojiyle kurduğu ilişkinin değerlendirilmesi</p> <p>Standart 2.0.6. Elektronik ortamda hizmet sunmak için teknolojiye dair gerekli bilgi ve becerilere sahip olma</p> <p>Standart 2.0.7. Teknolojiyi kullanırken gizliliği sağlamak</p> <p>Standart 2.0.8. Elektronik Ödemeler ve Talepler</p> <p>Standart 2.0.9. Profesyonel Sınırların Korunması</p> <p>Standart 2.10. Sosyal Medya Politikasına Uyma</p> <p>Standart 2.11. Sosyal çalışmacılar, kişisel cep telefonlarını ve diğer elektronik cihazları kullanmanın sonuçlarını dikkate almalıdır.</p> <p>Standart 2.12. Sosyal çalışmacılar, planlanmamış kesintilere dair olasılığa dair plan oluşturmalarıdır.</p> <p>Standart 2.13. Acil Durumlarda Sorumluluk çerçevesinde, danışanların yaşadığı yerdeki acil durum sağlayıcılarını bilmelidir.</p> <p>Standart 2.14. Sosyal çalışmacılar danışanlarından elektronik veya çevrimiçi referans almaktan kaçınılmalıdır.</p>
<p>Hizmetlerin Tasarlanması ve Sunulması (Makro)</p>	<p>Standart 2.15. Sosyal çalışmacılar toplum örgütlenmesi ve savunuculuk çalışmalarında teknolojik araçlarla çalışan bilgileri dürüst doğru ve saygılı şekilde paylaşmalıdır.</p> <p>Standart 2.16. Bağış Toplama</p> <p>Standart 2.17. Program yönetimi, planlaması ve geliştirilmesinden sorumlu sosyal çalışmacılar, teknolojinin sosyal hizmet programları veya hizmetleriyle nasıl kullanacağı konusunda karar verirken danışanların ihtiyaçlarına öncelik vermelidir.</p> <p>Standart 2.18. Denetim, danışma gibi gizlilik gerektiren uygulamalarda sosyal çalışmacılar gizliliğin korunması için uygun önlemler almalıdır.</p> <p>Standart 2.19. Topluluklar ve kuruluşlarla çalışan sosyal çalışmacılar, teknolojiyi kullanırken uygun mesleki sınırların korunmasını sağlamalıdır.</p> <p>Standart 2.20. Toplumla çalışmalar gerçekleştirirken danışan ihtiyaçlarına yönelik düzenlemeler yapma</p> <p>Standart 2.21. Teknolojiye erişime dair savunuculuk</p> <p>Standart 2.22. Programların ihtiyaçları ve değerlendirilmesine dair yapılan internet tabanlı çalışmalarda danışanların bilgilendirilmiş onayı alınmalı ve çalışmaların nasıl gerçekleştirileceği hakkında bilgi verilmelidir.</p>

	<p>Standart 2.23. Toplumla çalışan sosyal çalışmacılar teknolojiyi kullanma konusunda bilgi ve becerilerini periyodik olarak güncellemelidir.</p> <p>Standart 2.24. İnternet üzerinde paylaşılan içeriklerin yanlış anlaşılması, yanlış temsil edilmesinin önlenmesi için çalışmalar gerçekleştirilmelidir.</p> <p>Standart 2.25. Kuruluşların yönetsel süreçlerinde çalışan sosyal çalışmacılar teknolojinin kullanılması konusunda düşük maliyetli (neyi?) şekilde hazırlamalıdır.</p> <p>Standart 2.26. Çevrimiçi araştırma yapma</p> <p>Standart 2.27. Toplum çalışmalarında Sosyal medya politikaları</p>
Bilgi toplama, yönetme ve depolama	<p>Standart 3.0.1. Bilgilendirilmiş Onam</p> <p>Standart 3.02. Kişisel ve profesyonel iletişim</p> <p>Standart 3.03. Gizli bilgilerin kullanılması</p> <p>Standart 3.04. Kayıtların saklanması</p> <p>Standart 3.05. Gizliliğin ihlali</p> <p>Standart 3.06. Bilgilerin güvenilirliği, elektronik olarak bilgilerin toplanması</p> <p>Standart 3.07. Bilgileri paylaşma</p> <p>Standart 3.08. Danışanların kayıtlarına erişim</p> <p>Standart 3.09. Danışanlar hakkında bilgi edinmek için arama motorlarının kullanımı</p> <p>Standart 3.10. Meslektaşlar hakkında bilgi almak için arama motorlarının kullanması</p> <p>Standart 3.11. Çalışma arkadaşlarına saygı göstermek</p> <p>Standart 3.12. Açık erişim bilgileri hakkında düzenleme</p> <p>Standart 3.13. Bilgilere uzaktan erişim</p> <p>Standart 3.14. Eski elektronik cihazların yazılımların kullanılması</p>
Sosyal hizmet eğitiminde ve süpervizyonunda teknolojinin kullanımı	<p>Standart 4.01. Sosyal hizmet eğitiminde kullanım</p> <p>Standart 4.02. Sosyal hizmet uygulamalarında teknoloji kullanımıyla ilgili eğitimler</p> <p>Standart 4.03. Sürekli Eğitim</p> <p>Standart 4.04. Sosyal Medya Politikaları</p> <p>Standart 4.05. Değerlendirme</p> <p>Standart 4.06. Teknolojik Kesintiler</p> <p>Standart 4.07 Uzaktan eğitim</p> <p>Standart 4.08. Destek</p> <p>Standart 4.09. Akademik uygulamalara dair standartlar</p> <p>Standart 4.10. Eğitimci-öğrenci sınırları</p> <p>Standart 4.11. Saha uygulamaları</p> <p>Standart 4.12. Denetim</p>

3 Sonuç: Türkiye için Teknoloji ve Sosyal Çalışma Uygulamalarını Düşünmek

Teknolojinin her alanda olduğu gibi sosyal hizmet alanlarında da kullanılması kaçınılmazdır. Türkiye’de de teknoloji ile ilgili ihtiyaçlar ortaya çıkmakta ve bu bağlamda çeşitli bilgi teknoloji araçları, sosyal hizmet alanlarında kullanılmaktadır. Türkiye’de klinik sosyal çalışma uygulamaları yeterince kurumsallaşmamış olup ABD’de olduğu gibi herhangi bir akreditasyon mekanizması henüz bulunmamaktadır. Bu nedenle Türkiye’de sosyal çalışma alanında teknolojik uygulamalar klinik alanda gelişmemiş olup sosyal çalışma alanında teknolojik gelişmeler, mesleğin gelişimine paralel bir şekilde kamu odaklı uygulamalar olarak gelişmiştir. Bu uygulamaların başında kamu yazışmalarının yönetilmesini sağlamaya yönelik kullanılan kamu kuruluşlarının bilgi yönetim sistemleri gelmektedir. Bu sistemlere ek olarak, sosyal yardım ile ilgili işlemlerin takip edildiği, e-devlete entegre sistemler de bulunmaktadır.

Danışanlara hizmet vermeye yönelik teknolojik uygulamaların bir diğer unsuru tele-destek mekanizmalarıdır. Alo 191 Uyuşturucu ile Mücadele Danışma ve Destek Hattı gibi çağrı merkezlerinde çeşitli profesyoneller gibi sosyal çalışmacılar da çalışmaktadır. Çağrı merkezlerinde sosyal çalışma uygulamaları yeni değildir. 2007 yılında Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu (SHÇEK) bünyesinde 7 gün 24 saat esasına göre çalışan “aile, kadın, çocuk, özürü sosyal hizmet danışma hattında” sosyal çalışmacılar danışmanlık hizmeti veren bu birimde görev yapmıştır (Hurriyet.com.tr, 2017). Öte yandan bu çalışma hazırlanırken ortaya çıkan COVID-19 salgınıyla mücadele kapsamında hem Sağlık Müdürlükleri hem de yerel yönetimlerde sosyal çalışmacılar tele-danışmanlık yapmaya devam etmektedir.

Sosyal çalışma alanında teknolojinin kullanımında ele alınacak bir başka boyut eğitimidir. Türkiye’de niteliğine dair tartışmalar bulunsa da açıköğretim programlarıyla sosyal hizmet eğitimi verilmektedir. Öte yandan Ankara Üniversitesi’nin uzaktan sosyal hizmet tezsiz yüksek lisans programı bulunmaktadır. Tüm bunlara ek olarak COVID-19 salgını nedeniyle ortaya çıkan uzaktan eğitime dair ihtiyaç doğrultusunda sosyal çalışma eğitiminin uzaktan yapılması, sosyal çalışma eğitimi açısından ele alınabilecek bir başka unsurdur.

Türkiye’de sosyal çalışma alanında ele alınabilecek bir başka unsur sosyal çalışma yayıncılığıdır. Sosyal çalışma ile ilgili açık bilgi kaynağı olarak yayın yapan Sosyal Çalışma Podcast ve Sosyal Hizmet E-Magazin, sosyal çalışma alanında söz edilebilecek diğer teknolojik uygulamalardır.

Türkiye’de sosyal çalışma uygulamaları kurumsallaşma sürecindedir. Bu kurumsallaşmanın teknoloji bağlamında gerçekleştirilebilmesi için, teknoloji konusunda sosyal çalışmacıların yeterliliğinin artırılması gerekmektedir. Ayrıca, sosyal çalışma alanında teknolojik standartların belirlenmesine ihtiyaç bulunmaktadır. Bu ihtiyacın giderilebilmesinde Türkiye’deki özneller koşullar değerlendirilerek, farklı disiplinler ve farklı ülkelerdeki sosyal çalışma mesleğiyle ilgili teknolojik standartlar ele alınarak, meslek örgütü tarafından standartlar ilan edilmeli ve teknolojinin sosyal çalışma alanında kullanımı denetlenmelidir.

Kaynakça

Ashery, R. S. (2001). “The Utilization of Technology in Graduate Schools of Social Work”, *Journal of Technology in Human Services* 18(1-2) doi: https://doi.org/10.1300/J017v18n01_02

ASWB (2017). *Tehchnology Standarts for Social Work Prcatice*. <https://www.aswb.org/news/technology-standards-in-social-work-practice/>, (30.03.2020).

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

Barsky, A. E. (2017). "Social Work Practice and Technology: Ethical Issues and Policy Responses". *Journal of Technology in Human Services*. 35(1) doi: <https://doi.org/10.1080/15228835.2017.1277906>

Bullock, A. N., Colvin, A. D. (2015). "Communication Technology Integration into Social Work Practice", *Advances in Social Work*. 16(1) doi: <https://doi.org/10.18060/18259>

Bobevski, I., Holgate, A. M., ve McLennan, J. (1997). "Characteristics of effective telephone counselling skills", *British Journal of Guidance and Counselling*. 25(2) doi: <https://doi.org/10.1080/03069889708253805>

Brueggemann, W. G. (2013). *The Practice of Macro Social Work*. Nelson Education.

Chan, C. ve Holosko, M. J. (2016). "A Review of Information and Communication Technology Enhanced Social Work Interventions", *Research on Social Work Practice*, 26(1). Doi: <https://doi.org/10.1177/1049731515578884>

Creaner, M. (2015). "The Role of Social Media in Counselling and Psychotherapy", *Handbook of Professional and Ethical Practice for Psychologists, Counsellors and Psychotherapists (2nd Ed.)*.

Cohen, J. L. ve Johnson, J. L. (2015). "Introduction: Film and Video as a Therapeutic Tool".

In *Video and Filmmaking as Psychotherapy*. Routledge, ss. 21-30.

Coulson, N. ve Smedley, R. (2015). "A focus on Online Support". *Cyberpsychology* (Ed.), Attrill, A. Oxford: Oxford University Press. Ss, 197–213.

Csiernik, R., Furze, P., Dromgole, L., ve Rishchynski, G. M. (2013). "Information Technology and Social Work-The Dark Side or Light Side?", *Information Technology and Evidence-Based Social Work Practice*. 3(3-4), doi: https://doi.org/10.1300/J394v03n03_02

Cwikel, J. ve Friedmann, E. (2019). "E-therapy and Social Work Practice: Benefits, Barriers, and Training", *International Social Work*. <https://doi.org/10.1177/0020872819847747>

Dateportal (2019). *Digital 2019 in Turkey*. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-turkey>, (30 Mart 2020).

Dunlop, J. M. ve Fawcett, G. (2008). Technology-Based Approaches to Social Work And Social Justice, *Journal of Policy Practice*, 7(2-3) doi: <https://doi.org/10.1080/15588740801937961>

Dombo, E. A., Kays, L. ve Weller, K. (2014). "Clinical Social Work Practice and Technology: Personal, Practical, Regulatory, and Ethical Considerations for the Twenty-First Century", *Social Work in Health Care*, 53(9) doi: <https://doi.org/10.1080/00981389.2014.94858>

Fullwood C. (2016) "Online Support Groups: Enhancing the User Experience with Cyber-Psychological Theory". (Ed.) Attrill A. ve Fullwood C., *Applied Cyberpsychology*. London: Palgrave Macmillan.

Riva, G., Wiederhold, B. K., Cipresso, P., Riva, G., Wiederhold, B. K., ve Cipresso, P. (2016). "1. Psychology Of Social Media: From Technology To Identity". *The Psychology of Social Networking*, 1, <https://doi.org/10.1515/9783110473780-003>

Haberstroh, S. (2009). "Strategies and Resources for Conducting Online Counseling", *Journal of Professional Counseling: Practice, Theory & Research*. 37(2) doi: <https://doi.org/10.1080/15566382.2009.12033857>

Hurriyet.com.tr (2017). *SHÇEK'in İlginç Telefon Trafığı*, <https://www.hurriyet.com.tr/shcek-in-ilginç-telefon-trafiği-7100394>, (03 Nisan 2020).

Karcher, N. R. ve Presser, N. R. (2018). "Ethical and Legal Issues Addressing the Use of Mobile Health (mHealth) as an Adjunct to Psychotherapy", *Ethics and Behavior*, 28(1). <https://doi.org/10.1080/10508422.2016.1229187>

Kay, M., Santos, J. ve Takane, M. (2011). "mHealth: New horizons for health through mobile Technologies", *World Health Organization*, 64: ss.66–71.

Lappalainen, P., Langrial, S., Oinas-Kukkonen, H., Tolvanen, A., ve Lappalainen, R. (2015). "Web-Based Acceptance and Commitment Therapy for Depressive Symptoms With Minimal Support: A Randomized Controlled Trial". *Behavior Modification*. 39(6) doi:<https://doi.org/10.1177/0145445515598142>

Manhal-Baugus, M. (2001). "E-therapy: Practical, Ethical, and Legal Issues". *Cyberpsychology and Behavior*, 4(5), doi: <https://doi.org/10.1089/109493101753235142>

Mattison, M. (2012). "Social Work Practice in The Digital Age: Therapeutic E-Mail as a Direct Practice Methodology", *Social Work (United States)*, 57(3) doi: <https://doi.org/10.1093/sw/sws021>

Mercan, Nuray (2010). "*Dijital Dünyada Zaman, Mekan, İnsan İlişkileri ve Yabancılaşma*", Silahlı Kuvvetler Dergisi, (403).

Michelle, T. Q. Y., Jarzabek, S. ve Wadhwa, B. (2014). "CBT Assistant: MHealth App for psychotherapy". *2014 IEEE Global Humanitarian Technology Conference - South Asia Satellite, GHTC-SAS 2014*. <https://doi.org/10.1109/GHTC-SAS.2014.6967572>

Parrott, L., Madoc-Jones, I. (2008). "Reclaiming Information and Communication Technologies For Empowering Social Work Practice", *Journal of Social Work*, 8(2) doi: <https://doi.org/10.1177/1468017307084739>

Reamer, F. G. (2013). Social Work in A Digital Age: Ethical and Risk Management Challenges", *Social Work (United States)*, 58(2) doi: <https://doi.org/10.1093/sw/swt003>

Reamer, F. G. (2015). "Clinical Social Work in a Digital Environment: Ethical and Risk-Management Challenges", *Clinical Social Work Journal*. <https://doi.org/10.1007/s10615-014-0495-0>

Regan, J. A. C. ve Freddolino, P. P. (2008). *Integrating technology into the social work curriculum*. <https://ebookcentral.proquest.com>

Ramsey, A. T. ve Montgomery, K. (2014). "Technology-Based Interventions in Social Work Practice: A Systematic Review of Mental Health Interventions", *Social Work in Health Care*, 53(9) doi: <https://doi.org/10.1080/00981389.2014.925531>

Reese, R. J., Conoley, C. W. ve Brossartb, D. F. (2002). "Effectiveness of telephone counseling: A field-based investigation", *Journal of Counseling Psychology*, 49(2) doi: <https://doi.org/10.1037/0022-0167.49.2.233>

Rochlen, A. B., Zack, J. S. ve Speyer, C. (2004). "Online Therapy: Review of Relevant Definitions, Debates, and Current Empirical Support". *Journal of Clinical Psychology*, 60(3) doi: <https://doi.org/10.1002/jclp.10263>

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

Salleh, A., Hamzah, R., Nordin, N., Ghavifekr, S., ve Joorabchi, T. N. (2015). Online counseling using email: a qualitative study. *Asia Pacific Education Review*. 16 doi: <https://doi.org/10.1007/s12564-015-9393-6>

Shorkey, C. T. ve Uebel, M. (2014). "History and development of instructional technology and media in social work education", *Journal of Social Work Education*, 50(2) doi: <https://doi.org/10.1080/10437797.2014.885248>

Singer, J. ve Sage, M. (2015). "Technology and Social Work Practice: Micro, Mezzo, and Macro Applications", *Social Workers' Desk Reference*.

Steyaert, J. ve Gould, N. (2009). "Social Work and The Changing Face of The Digital Divide", *British Journal of Social Work*, 39(4) doi: <https://doi.org/10.1093/bjsw/bcp022>

Strobl-Reichel, Kristine. (2015). *Incorporating E-Therapy into Practice, Social Worker Perspectives*, Sophia, the St. Catherine University repository https://sophia.stkate.edu/msw_papers/539, (31 Mart 2020)

Taylor, C. B. ve Luce, K. H. (2003). "Computer- and internet-based psychotherapy interventions", *Current Directions in Psychological Science*, 12(1) doi: <https://doi.org/10.1111/1467-8721.01214>

Tuncay, T. (2010). "E-sosyal hizmetler: İnsani Hizmetlerde Bilişim Teknolojisi Uygulamaları", İzmir 3. İleri Yaş Sempozyumu: "Kırılgan Yaşlı", 23-24 Mart 2010, İzmir.

TÜİK (2018). *İstatistiklerle Yaşlılar*. <https://bit.ly/2QXdRbL>, (30 Mart 2020)

Yanardağ, M. Z. ve Özmete, E. (2017). "Bir Mesleki Uygulama Alanı Olarak Geçmişten Geleceğe Klinik Sosyal Hizmet", *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 28(1):ss. 203-226.

Yanardağ, U. (2019). *Toplumla Sosyal Çalışma Giriş*, Ankara: Maya Akademi Yayıncılık

FORECASTING OF CO₂ EMISSION ACCORDING TO DATA ANALYSIS

M.Fatih AK¹, Abdurrahman ÇELİK², Beyza ACAR³

Abstract

The effects of global warming are being felt more and more today. One of the most important factors affecting global warming is carbon emission. Global warming and climate change are the problems of the world and humanity that concern sectors such as industry, commerce, and agriculture. The increasing amount of carbon in the world is due to many reasons. Carbon emissions are also called greenhouse gas emissions. Since most of these gases are based on carbon molecules, they are called carbon emissions. The purpose of this article is to find important factors that affect carbon emissions and make predictions for the future. Many reasons such as increasing population, increasing use of fossil fuel vehicles, increasing industrialization in the world after the industrial revolution, waste materials and urbanization affect carbon emissions. Carbon emission estimation is important to raise awareness between states and the public and to learn about measures to be taken. Carbon emission measurements can be made with sensors and devices with Internet of Things (IoT) systems. Regions, where carbon emissions are high, can be determined by IoT. Real-time monitoring of carbon dioxide emissions can be done with IoT systems. Each of the factors affecting carbon emission was estimated to estimate. Factor estimates were used in the regression equation. In addition, we aim to clarify the measures that can be taken for the factors used in the regression equation. In the regression equation, forest areas, waste, the number of incoming tourists, the use of renewable energy sources and the number of vehicles used have an important effect. In this article, Moving Average, Single and Double Exponential Smoothing and Winter Method are the prediction methods. As a result, the amount of carbon emission will increase in the future. The results obtained to prove this diagnosis. Measures need to be taken for CO₂ emissions. Although global warming cannot be eliminated, slowing down can be achieved with IoT based systems and applications.

Keywords: Carbon Emission, Forecasting Methods, Global Warming, Internet of Things, Regression Equations

1 Introduction

Nowadays, the effects of global warming and natural phenomena and temperature values have started to be felt more. Global warming and climate change are the problems of the world and humanity, which concern sectors such as industry, trade and agriculture. It is

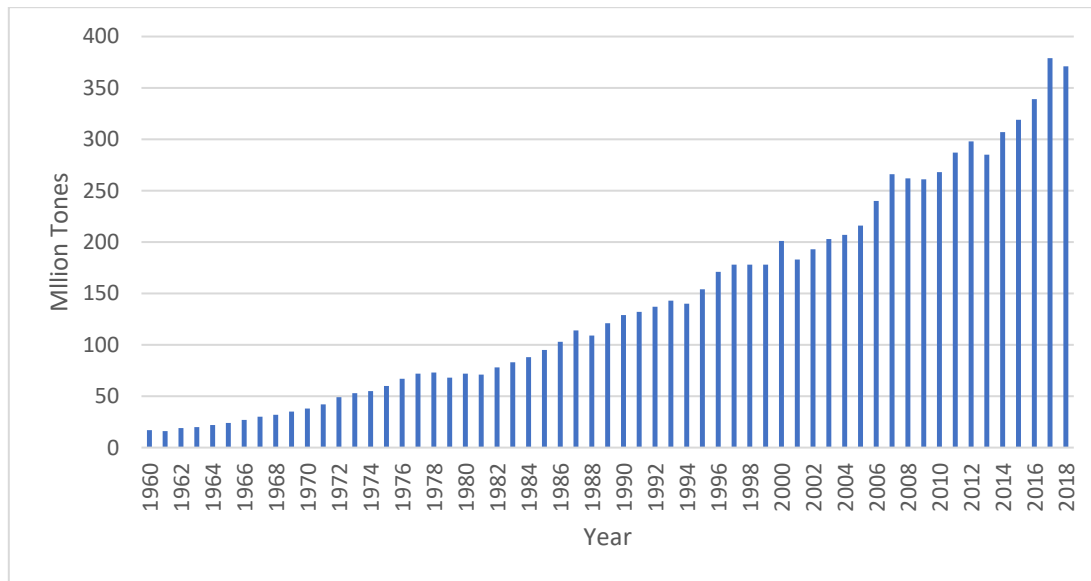
¹ Assistant Prof.Dr., Antalya Bilim University, Industrial Engineering Department, fatih.ak@antalya.edu.tr (corresponding author)

² Antalya Bilim University, abdurrahman.celik@std.antalya.edu.tr

³ Antalya Bilim University, beyza.acar@std.antalya.edu.tr

important that countries act together to solve this problem. The increasing amount of carbon in the world is due to many reasons. Carbon emissions are also called greenhouse gas emissions. Since most of these gases are based on carbon molecules, they are referred to as carbon emissions (Akman, 2018). Many reasons such as increasing population, increasing use of fossil fuel vehicles, increasing industrialization in the world after the industrial revolution, waste materials and urbanization affect carbon emissions. After the industrial revolution, human-induced carbon emissions have increased.

Figure 1 Carbon Dioxide Emission in Turkey



Source: OECD

Estimation of carbon emissions is important for raising awareness among states and the public and for having information about the measures to be taken (Abdullah & Lauzi, 2015). Choosing the right methods for the estimation of carbon emissions depends on a variety of factors, both qualitatively and quantitatively.

In this article, the factors affecting carbon release are examined. The relationship between the effect of the factors on the release and the carbon release has been tried to be explained mathematically. The carbon emission was estimated by the equation to be established with the prediction methods.

Factors were determined from literature and internet researches and all possibilities were taken into consideration. The increase in the population has an effect on the increase of carbon emission and the effect of the increase in the working population is high (Zhu & Peng, 2012). While urbanization increases carbon emissions, the impact of age is primarily driven by the expansion of the labor force and consequently by the general economic growth. The increasing population has also increased the number of cars and aircraft used. Today, although the use of electric vehicles is increasing but fossil fuel vehicles are used more. In air transport, airplanes emit 90 kg of carbon dioxide per hour on average, with an average of 100,000 daily flights around the world (Semtrio, n.d.). Energy consumption also affects carbon emissions. In 2012, approximately 4.7 percent of the world's electricity was consumed by ICT and released about 1.7 percent of its total carbon emissions into the atmosphere (Gelenbe & Caseau, 2015). One

of the important factors in carbon emission is methane gas. Methane gas is waste gas. There are some sources of non-energy greenhouse gases, including emissions from methane gas wastes (Ackerman, 2010). Developing countries or increasing per capita income increases carbon emissions (Zoundi, 2017). Increased income will make society prefer to use fossil fueled cars and air travel in increasing the use of carbon emitting technological materials. These reasons mean an increase in carbon emissions. The number of tourists visiting the country also affects carbon emissions. The increase in the amount of waste can be related to the number of tourists coming.

In addition, there is an inverse relationship between the amount of forest and carbon emissions. Increasing or remaining forest areas may slow carbon emissions. Reducing deforestation, modifying harvest regimes, and protecting forests from disturbances can help reduce management carbon emissions to protect existing carbon pools (Brown et. al., 1996:1). Renewable energy sources are expected to reduce carbon emissions. Increasing the types of energy used today, such as wind and solar energy, are thought to slow down carbon emissions. According to a research conducted in the research, carbon tax companies and the public renewable energy source of wind and solar energy is pushing. Assuming that carbon tax is \$ 50 per tonne of CO₂ produced, meeting the demand from renewable energy sources will save approximately \$ 2,175 billion annually. These estimates have emerged from the analysis of 2023 (Melikoglu,2013). However, Turkey's tax system, fossil fuels, like a carbon tax is no tax levied on mechanisms (Ozbilgin, 2017).

All of these factors will have an effect on the prediction equation to be made. The factors to be included in the equation depend on the value that will emerge in p and t analyzes. Time series will be used for each factor and the status of the data will be analyzed according to the confidence level with the auto correlation graph. For each factor, error rates will be examined using prediction methods and methods with low error rates will be discussed. The values to be discussed will be used in the equation.

In the last section, regression analysis will be performed and will be used in the formation of equations. In this way, estimation will be made with at least incorrect data.

2 Literature Review

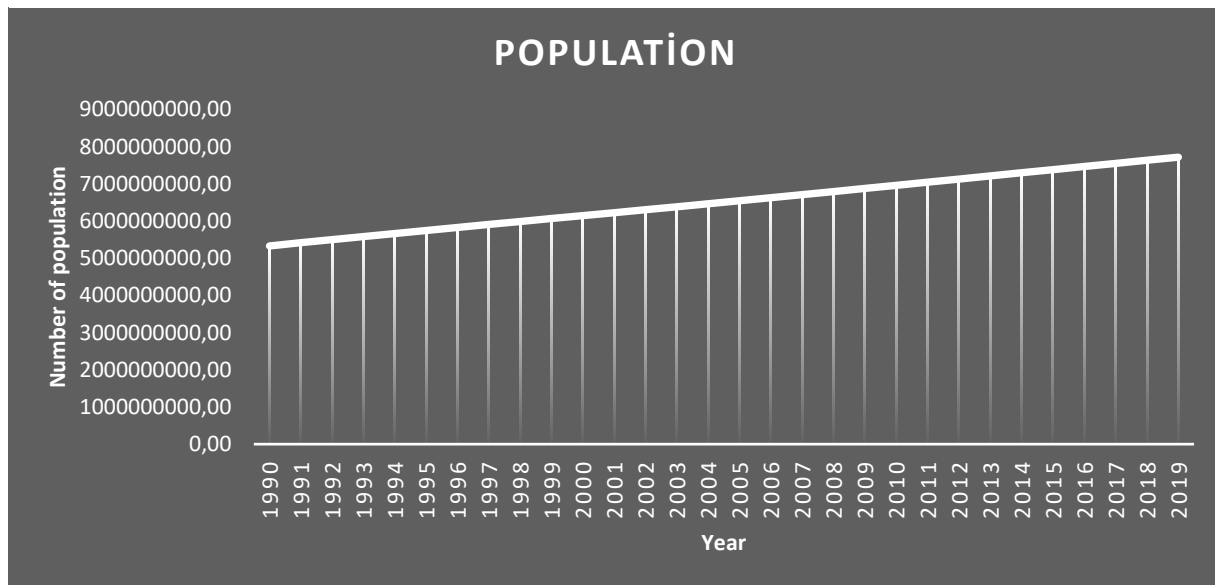
Turkey, which led to changes in climate as historical and current greenhouse gas emissions are not among the largest polluters. However, it has increased greenhouse gas emissions by 110.4 percent since 1990. According to the national contribution text (INDC) submitted to the UN on 30 September 2015, this increase is expected to continue at an accelerated pace (INDC, n.d.). In the UN's carbon emission gap report, it was noted that economic growth was responsible for last year's growth, while efforts at national level to reduce carbon emissions were declining. Between 2014 and 2016, carbon emissions from industry and energy production were stable, as the world economy grew small. However, with the growth of the global economy last year, carbon emissions rose by 1.2 percent (OECD, 2019).

2.1 Population Growth

Numerous studies examining the CO₂ emissions-population growth link show that population growth plays a role in increasing CO₂ emissions globally. According to Sohag's (2015) study, CO₂ emissions has a strong relationship between, energy consumption, economic and population growth. This study explores the population growth in energy consumption and CO₂ emissions using econometric approaches for Malaysia. The empirical results obtained

from the ARDL boundary test approach, CO2 emissions per capita according to GDP per capita (economic growth) declined. However, from 1980 to 2009, CO2 emissions per capita showed a sharp increase with per capita GDP growth (Begum et. al., 2015).

Figure 2. Population Growth in Turkey



Source: TurkStat

2.2 Forest Areas

Most studies on CO2 emissions explain the impact of forest areas on CO2 emissions. According to new estimates released by the Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) today, total carbon emissions from forests decreased by less than 25 percent between 2001 and 2015, particularly due to the slowdown in global deforestation rates. It decreases. Global emissions from deforestation decreased from 3.9 to 2.9 Gigatonnes (Gt) carbon dioxide (CO2) in the 2001-2015 period (Utkina, 2015).

2.3 Municipal Waste

According to research conducted by Sampattagul (2019), Sununta, Kongboon, is divided into three scales in a study based on the General Protocol for Greenhouse Gas Emission Inventories (GPC) of the Community Scale. Scope 1 includes direct greenhouse gas emissions, scope 2 indirect greenhouse gas emissions from electricity use, and scope 3, other indirect greenhouse gas emissions. they aimed to establish a sustainable city that has become a low-carbon city in Thailand by offering viable solutions such as increasing the use of bulbs and using RDF technology, refining waste management (Sununta et. al., 2019).

Bensusana, Wilsona, Davyby, Fullerb, Smitha (2019) in the study of solid waste disposal method used in the Open Air combustion process has addressed the major impact on air pollution. The coat is large and has harmful health effects as well. Quantitative measurements of the impact of Black Carbon on the environment with open combustion were completed and emission factors were measured in the laboratory. By combining waste compositions from different parts of the world, regional and global estimation has been realized that CO2 emissions

of land carbon affect 2-10% equivalent climate. By supporting actions to reduce the open combustion of waste, recommendations have been made to improve air quality and reduce the potential impact on climate change (Reyna et. al. 2019).

2.4 Renewable Energy

Kakinaka and Nguyen (2019) examines how the relationship between renewable energy consumption and carbon emissions is associated with the development phase by applying panel cointegration analysis to 107 countries in the period from 1990 to 2013. The analysis shows clear differences between low and high groups. For low-income countries, renewable energy consumption is positively and negatively associated with carbon emissions and generation, respectively. However, for high-income countries, renewable energy consumption is negatively and positively associated with carbon emissions and generation, respectively. These results have significant implications for policy-makers, because conflicts in these relationships mean that a country's renewable energy policies must be highly consistent with the developmental stage (Nguyen & Kakinaka, 2019:132).

According to research by Khanna, Fridley, Zhou, Karali, Zhang, Feng, accelerating electricity and maximizing the renewable adoption of the supply side and the demand side are two new strategies used to achieve the international energy and climate change reduction targets considered in China, modeling. study evaluated the recent effects of these strategies in many sectors.

To fill the research gap on this issue, it has used a bottom-up national end-use model that integrates energy supply and demand systems. By maximizing unconventional electricity and renewable technologies by analyzing scenarios to assess lower CO₂ emissions strategies and later ways to help China go beyond low efficiency and fuel change, China's national CO₂ emissions are as low as 2025. significantly reduced CO₂ emissions. The significant potential in this area lies in fossil fuel displaced by renewable heat in industry. These results show that the use of unconventional electricity and renewable technologies is accelerated and there are opportunities for additional CO₂ reduction for China, but new policies and strategies are needed to change technology preferences in demand sectors (Khanna et. al., 2019).

2.5 Car Use

According to Kwon (2005), the transport sector currently accounts for more than a quarter of CO₂ emissions, and more importantly, its share in total emissions is increasing in most countries. This article explores the main factors for the change in CO₂ emissions from car travel in the last 30 years in Great Britain. It is trying to save growth determinants of CO₂ transport from automobile travel, which has the largest share of emissions in road transport. The study is based on various weathering analyzes starting from IPAT identity. As summarized in the IPAT identity, the degree of impact of human activities on the environment is determined by changes in Population (P), Influence (A) (per capita consumption) and Technology (T) (environmental impact per consumption). In the case of CO₂ emissions from car travel in the United Kingdom, the growth rate of the car opening distance per person has been significantly reduced, from the factors of A (Influence) (driving distance per person). As for the technology (T) effect, the carbon intensity of driving during this period continued to decline. Thus, although CO₂ emissions from car travel continue to increase by car travel (I), the growth rate has reached a relatively low rate compared to previous periods (Kwon, 2005).

Table 1. Recent related studies

Study Title	Year	Aim	Method	Result
Renewable Energies Generation and Carbon Dioxide Emission Forecasting in Microgrids and National Grids using GRNN-GWO Methodology	2018	The purpose of this paper is to estimate the amount of carbon dioxide produced by energy consumption using data on the amount of carbon dioxide produced from different energy sources.	Generalized Regression Neural Network (GRNN) and Grey Wolf Optimizer (GWO)	The proposed method is able to manage renewable energy and environmental emissions well in national and micro-grids.
Effect of foreign direct investments, economic development and energy consumption on greenhouse gas emissions in developing countries	2019	The aim of this study is to determine the impact on greenhouse gas emissions in developing countries to investigate both pollution and EKC hypotheses of foreign direct investment, economic development and energy consumption.	Microsoft Excel interpolation method	The study demonstrated that economic development has a strong positive impact on CO ₂ emissions, thus confirming the validity of the EKC hypothesis
Impact of globalization, economic factors and energy consumption on CO ₂ emissions in Pakistan	2019	This research examines the impact of globalization, economic factors and energy consumption on CO ₂ emissions in Pakistan from 1971 to 2016 using the dynamic ARDL simulation model.	Dynamic ARDL simulation model	The analyzed results of dynamic ARDL simulations show that energy consumption, financial development, trade, foreign direct investment, economic globalization, social globalization and political globalization have a positive effect on CO ₂ emissions in Pakistan, while urbanization, economic growth and innovation have a negative effect on CO ₂ .
Spillover effects of railway and road on CO ₂ emission in China: A spatiotemporal analysis	2019	This study investigated the diffusion effects of multiple factors on CO ₂ emissions using panel data from 30 administrative regions in China.	Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) accounting method	The results show that spatial and time delay factors have a significant impact on the forecast. Therefore, spatiotemporal factors should be well recognized for observational data. The results from this study show that transport factors play an increasingly important role in reducing CO ₂ emissions.

3 Methods

Data must be collected for estimation. The data will be collected quantitatively. Data collection institutions such as OECD and TurkStat were used to obtain the data. In the literature review, data on the factors that will affect the carbon emission obtained will be collected. Estimation will be made. After the time series analysis of the obtained data will be placed in the regression equation according to the error rates. The factors affecting the formation of the regression equation are explained in the regression analysis section.

3.1 Time Series Analysis

The sequence that is handled by the sequence of values that an event takes in order of date is called time series (Cilogulları, 2010). Time series can be evaluated annually, monthly or daily. Time series can occur in ascending, descending or undulating shapes. The data obtained during certain periods are used in time series. The values of the data obtained in all Time Series Analyzes are the data formed during the period. So time (t) is a parameter.

$$Y = f(t)$$

A time series is the changing values of 'Y' at times t_1, t_2, \dots, t_n .

Time series are used for different purposes. For example, in the fields of economics, engineering, health, education. Time series are divided into components. These are; trend, seasonal, cyclical and irregular random movements.

Trend time series may appear ascending, decreasing or unchanging and may indicate long-term trends. Trend time series are like the average of the data. The trend can be expressed in two ways:

- Linear Trend
- Nonlinear Trend

Seasonal time series are expressed as the course of changes that are completed in 1 year and repeated on a year-by-year basis. This gives the length of the fluctuation period. The seasonal data period is usually 4, the monthly data is 12, and the daily data is 5, 6 or 7 depending on the number of jobs per week (Yavuz, 2010). In general, seasonal effects occur on a monthly basis. Variations according to the effect of the season reach higher or lower values than normal in some periods of the year. For example, increasing and decreasing ice cream sales quantities can be given as an example of seasonal time series.

If the cyclical time series covers fluctuations longer than one year, this trend is called cyclic time data. These movements are more similar to those in the economic field. Welfare or recession periods are the determinants of this movement.

Irregular moving time series do not have a definable course. Misleading movements in the series.

3.2 Auto correlation

Autocorrelation determines the presence of the relationship between the data obtained. The movements of the time series generate auto correlation. The auto-correlation can be used to answer random data. Lag values are within the confidence interval in auto correlation, indicating that the data are random. The fact that the data is random proves that they are not connected. For the time series to be a trend, the values of the lag times in the auto correlation graph have a large value for the first few periods, whereas the approach to zero as the lag times progress indicates that the data is a trend. In order to understand seasonal data, a significant auto correlation coefficient is seen at 4 lag time for quarterly periods. This occurs at a time of 12 lags for monthly data.

3.3 Moving Average Method

It is a widely used estimation method. It focuses on very recent data from the distant past and makes its prediction based on it. Estimate the average of recent past for future periods. Mathematical form is as follows;

$$MA(n) = (y_t + y_{t-1} + \dots + y_{t-n+1}) / n$$

3.4 Exponential Smoothing Method

The exponential smoothing method considers all historical data. However, weights given to the past, such as moving average, are less. In other words, the moving average of all data is taken. The formula of the exponential smoothing method is as follows;

$$F_{t+1} = F_t + \alpha (y_t - F_t)$$

F_{t+1} : New prediction

F_t : Previous prediction

α : alias with alpha (correction factor)

y_t : actual demand

The correction factor is determined between 0 and 1 according to the researcher's opinion.

3.5 Winters Method

This method is generally used for trend and seasonal data. In this method, the slope of the data to the average level is processed according to the seasonal status. It is also known as Winters' three-parameter exponential smoothing method. Winters' method provides an easy way to seasonality when data has a seasonal structure. Exponential smoothing is a popular technique for short-term forecasts. The biggest advantage is low cost and simplicity. The period length for the quarter is set to 4. There are two types of this method, which differ in terms of the quality of the seasonal component. The additive method is preferred roughly constant throughout the series of seasonal variations, whereas the multiplication method is preferred when seasonal variations change proportionally to the level of the series. By the addition method, the seasonal component is expressed in absolute terms on the observed scale and the seasonal equation is removed by subtracting the seasonal component from the level equation. Within each year, the seasonal component will add up to about zero. By the multiplicative method, the seasonal component is expressed in relative terms (as a percentage) and the series is seasonally adjusted by dividing by the seasonal component. Winters' method used in the project was applied by using multiplication method.

3.6 Regression Analysis

Regression analysis is used to estimate the cause-effect relationship between the variables. In this analysis, a mathematical method is used to explain the relationship between two or more variables.

$$Y = \alpha + \beta x + \varepsilon$$

Here is a model that includes a dependent and an argument.

Y; it is assumed to have a certain error.

X; independent (cause) variable is assumed to be measured without error.

α ; is constant and Y = the value when X = 0.

β is the regression coefficient.

ϵ ; The term random error is assumed to mean normal distribution with a mean zero variance

σ^2 . This assumption is not required for parameter estimates but for significance checks of coefficients.

In this study, ready tools of Minitab application were used while creating regression equation. The aim is to determine the contribution of each estimation variable to the total change in the criterion variable, and therefore to estimate the criterion value from the value of the linear combination of the estimation variables (Stephanie, 2019). Regression analysis allows estimates to be made from the data obtained for the next period.

In this study, multivariate regression was applied. Because there are multiple factors affecting carbon emissions. It is necessary to decide which independent variable is more important in multiple regression. Junk independent variables are subtracted from the equations. Correlation values are firstly considered to determine its significance. VIF and T values obtained as minitab output to independent variables in the regression equation will be examined. Factors with VIF values greater than 5 are subtracted from the equation. If the factors with VIF values higher than 5 are more than one, the lowest T value is subtracted. These processes are repeated after each resulting factor.

Regression analysis results are based on time series analysis estimates with the least error rate. As a result, the estimation is made.

3.7 Error Rates

MAPE, MAD and MSD statistics are used to compare the compatibility of different estimation methods. These statistics are not very informative by themselves, but they can be used to compare the compliance obtained using different methods. For all three measures are generally smaller value indicates a more appropriate model.

3.7.1 Mean Absolute Percentage Error (MAPE)

It is a statistical measure that measures the accuracy of an estimation system. The Mean Absolute Percentage Error (MAPE) is calculated by dividing the observed absolute values for that period by using the absolute error in each period. Then, these fixed percentages are averaged. The average of these values is called MAPE. Mean absolute percent error (MAPE) is the most common measure used to estimate the error and gives the best results if there are no extremes (and no zeros) to the data . The mathematical formula is as follows;

$$MAPE = \left(\sum |y_1 - y_t'| / y_1 \right) * (100\% / n)$$

3.7.2 Mean Absolute Deviation (MAD)

Another common way to correct the prediction error is to calculate the Mean Absolute Deviation (MAD) value. This indicates the deviation of the projected demand from the actual demand in units (Springer, 1970). It takes the absolute value of the estimated errors and averages the estimated time periods. Mean Absolute Deviation (MAD) measures the accuracy of the prediction by averaging the alleged error (Khair et. al., 2017). MAD is useful when measuring prediction errors in the same unit as the original series (Moon & Yao, 2011). The mathematical formula is as follows;

$$MAD = \sum |y_i - \hat{y}_i| / n$$

3.7.3 Mean Square Deviation (MSD)

MSD is one of the few methods used to assess the accuracy of estimates. It is calculated by taking the square of the individual prediction deviations (error) for each period and finding the average or mean value of the sum of the square errors (Chapman, 2019).

4 Applications

In this section, the factors that may affect the carbon emission are estimated. Determined factors emerged as a result of the articles examined. The amount of forest area, amount of waste, amount of water withdrawal, number of vehicles used, electricity consumption, renewable energy channels, population and number of tourists visiting the country were determined as factors. For each factor, the methods mentioned in the methods section were applied. Estimates determined by the method with the least error rate among these methods will be used in the regression equation.

According to the applications made, the factors estimated with the single exponential method are Forest area (Tree Fellings), Municipal Waste and Renewable Energy factors. The wastes are classified in kilograms per person and the unit of the renewable energy source is given in toe. In the Winters method, the error rates of the factors of electricity consumption and the number of tourists arriving were less. Moving Average motto; On the Double Exponential engine, the number of vehicles in traffic has less error rates.

4.1 Regression Analysis

Estimation requires an understanding of the effect of factors on carbon emissions. However, not all factors will be used in the regression equation. VIF (Variance Inflation Factor) and T value will affect the study during the elimination phase. The first regression table is as follows.

Table 2. Coefficients Table

Term	Coef	SE Coef	T-Value	P-Value	VIF
Constant	1115	422	2,64	0,009	
Forest	-0,02318	0,00658	-3,52	0,001	5,22
Waste	1,448	0,483	3,00	0,003	10,94
Number of car	0,000121	0,000017	6,97	0,000	132,41
Electricity generation	0,000301	0,000249	1,21	0,228	6,68

Renewable energy	-0,00411	0,00815	-0,50	0,615	5,07
Population	0,000008	0,000009	0,83	0,407	132,76
Number of Tourist	-0,000008	0,000004	-1,90	0,059	2,76

Following the screening operations according to VIF and T values, the newly created table is below.

Table 3. New Coefficients Table

Term	Coef	SE Coef	T-Value	P-Value	VIF
Constant	1414	201	7,04	0,000	
Forest	-0,02589	0,00589	-4,39	0,000	4,19
Waste	1,774	0,314	5,65	0,000	4,61
Renewable energy	-0,00651	0,00737	-0,88	0,378	4,15
Number of Tourist	-0,000009	0,000004	-2,00	0,048	2,75
Number of car	0,000139	0,000004	35,91	0,000	6,57

Population and electricity generation factors are removed from the regression equation. In the new equation created with 98.19% reliability ratio, forest, municipal waste, renewable energy, the number of tourists coming to the country and the amount of vehicles in traffic remained in the equation. In the eliminations, the reliability rate is aimed to be high and the best possible combinations are determined.

Regression equation of Co2 emission (kg/capita) = 1414 - 0,02589 Forest + 1,774 Waste - 0,00651 Renewable energy - 0,000009 Tourist sayı + 0,000139 Number of car

According to this equation, the estimation of the five quarters of the future is given below.

Table 4. Forecast of Carbon Emission for 5 Periods

PERIODS	ESTIMATES
2019Q ₄	4637,0681
2020Q ₁	4654,9239
2020Q ₂	4643,9421
2020Q ₃	4640,7150
2020Q ₄	4661,7652

5 Why IoT Systems Are Needed

IoT systems can connect all devices with the internet system. These systems make it easy to follow in real time. In addition, communicating devices can be used to establish an inter-alert system. All this makes it easy to manage the areas where systems are installed. The IoT system can make parking technologies have a smarter system. In addition to time savings, it can also greatly reduce the polluted air from the exhaust. It also contributes to the transportation sector with optimum routing.

6 Result

CO₂ release has negative effects on all societies regardless of country, continent. The world we live on is experiencing seasonal changes with the effect of global warming, which affects many areas from agriculture to industry. Countries should act together and take precautions for carbon emissions. In studies on Turkey's carbon emission factors are determined. Factor determination has emerged from the literature. These factors are determined as forest areas, waste status, water withdrawal, number of fossil fuel vehicles used, energy consumption such as electricity, use of renewable energy sources, population in the country and number of tourists coming. As a result of these determinations, moving average method, exponential smoothing method and Winters method were applied. The purpose of these methods is to obtain the error rates that occur when estimating. Error rates are MAD, MSD and MAPE. Some of the methods planned to be applied for some factors could not be applied. The optimum values were evaluated from all data. Estimation of the next 5 quarters was calculated by the regression equation. The regression equation is 98.19% compatible to make the prediction. This ratio is given as Minitab output under the term R-sq. According to the regression equation, waste and forest status were determined as the use of renewable energy sources and the number of vehicles in the tariff. In addition to this, although there is a small impact on the number of tourists entering the equation. Among these factors, forest, waste amount and renewable energy resource usage were estimated by simple exponential smoothing method. In addition, the number of vehicles used was determined by double exponential smoothing and the number of tourists arriving by winters method. In the estimation, the quarters values were calculated as 4637,0681--4654,9239--4643,9421--4640,7150 and 4661,7652 kg / per person respectively. Although these values seem to be low compared to the previous period, the amount of waste and the use of renewable energy were effective in this. In the regression equation, forest areas, waste and the number of vehicles used have a great effect. Conservation of forest areas, effective waste management and increasing the use of renewable energy sources will reduce carbon emissions. A system can also be established in the forestry field by using IoT systems. Trees are known to hold carbons, but those that are aged and close to death release the carbon they hold into nature. It is more active than fossil fuels such as carbon, coal and oil collected in forest areas (Dean, 2020). For these reasons, CO₂ emission monitoring is made easier with the sensors placed in forest areas. Precautions can be taken early, as more CO₂ will be released in the dead or old tree areas. Carbon cleaning is made easier with the high performance of young trees. At the same time, the early warning system can be established by detecting the amount of CO₂ caused by forest fires.

References

(Statistics)FollowGraphPad. *What are MAPE, MAD, and MSD in Time Series?*
<https://www.linkedin.com/pulse/what-mape-mad-msd-time-series-allameh-statistics/>.

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

Abdullah L., and Pauzi, H. M. (2015). “Methods In Forecasting Carbon Dioxide Emissions: A Decade Review”, *Jurnal Teknologi*, 75(1). doi: 10.11113/jt.v75.2603

Ackerman F. (2010, August 19). *Waste Management and Climate Change*. <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/13549830050009373>.

Air and climate - Air and GHG emissions - OECD Data. (n.d.). <https://data.oecd.org/air/air-and-ghg-emissions.htm>.

Akman S. (2018, August 3). *Karbon Emisyonu Nedir?* <https://www.enerjiportali.com/karbon-emisyonu-nedir/>, (2019)

Begum, R. A., Sohag, K., Abdullah, S. M. S., and Jaafar, M. (2015). “CO2 emissions, energy consumption, economic and population growth in Malaysia”, *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 41, ss. 594–601. doi: 10.1016/j.rser.2014.07.205

Brown S., Sathaye J., Cannel M. and Kauppi P. (1996) Mitigation of Carbon Emissions to The Atmosphere by Forest Management. *The Commonwealth Forestry Review*, 80–91.

Chapman, M. (2019, November 25). Calculating Forecasting Accuracy & Forecast Error. <https://www.eazystock.com/uk/blog-uk/how-to-calculate-forecast-accuracy-and-forecast-error/>.

Çiloğulları, C. (2010). *Talep Tahmin Yöntemleri*.

Dean, A. (2020, March 31). *Deforestation and Climate Change*. <https://www.climatecouncil.org.au/deforestation/>

Gelenbe, E., and Caseau, Y. (2015). “The impact of information technology on energy consumption and carbon emissions”, *Ubiquity*, 2015(June), pp.1–15. doi: 10.1145/2755977

Heydari, A., Garcia, D. A., Keynia, F., Bisegna, F., and Santoli, L. D. (2019). “Renewable Energies Generation and Carbon Dioxide Emission Forecasting in Microgrids and National Grids using GRNN-GWO Methodology”, *Energy Procedia*, 159, ss.154–159. doi: 10.1016/j.egypro.2018.12.044

INDC. (n.d.). <https://www4.unfccc.int/sites/submissions/INDC/SubmissionPages/submissions.aspx>.

Khair, U., Fahmi, H., Hakim, S. A., and Rahim, R. (2017). “Forecasting Error Calculation with Mean Absolute Deviation and Mean Absolute Percentage Error”, *Journal of Physics: Conference Series*, 930, 012002. doi: 10.1088/1742-6596/930/1/012002

Khan, M. K., Teng, J.-Z., Khan, M. I., and Khan, M. O. (2019). “Impact of globalization, economic factors and energy consumption on CO2 emissions in Pakistan”, *Science of The Total Environment*, 688, pp. 424–436. doi: 10.1016/j.scitotenv.2019.06.065

Khanna, N., Fridley, D., Zhou, N., Karali, N., Zhang, J., and Feng, W. (2019). “Energy and CO2 implications of decarbonization strategies for China beyond efficiency: Modeling 2050 maximum renewable resources and accelerated electrification impacts”, *Applied Energy*, 242, ss.12–26. doi: 10.1016/j.apenergy.2019.03.116

Kwon, T.-H. (2005). “Decomposition of factors determining the trend of CO2 emissions from car travel in Great Britain (1970–2000)”, *Ecological Economics*, 53(2): pp. 261–275. doi: 10.1016/j.ecolecon.2004.06.028

MEAN SQUARED DEVIATION (MSD) ERROR. (1970, January 1). https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/1-4020-0612-8_585.

Melikoglu, M. (2013). “Vision 2023: Feasibility analysis of Turkey's renewable energy projection”, *Renewable Energy*, 50, pp.570–575. doi: 10.1016/j.renene.2012.07.032

Moon Y. and Yao T. (2011). “A robust mean absolute deviation model for portfolio optimization,” *Comput. Oper. Res.*, 38(9): pp. 1251–1258.

Nguyen, K. H., and Kakinaka, M. (2019). “Renewable energy consumption, carbon emissions, and development stages: Some evidence from panel cointegration analysis”, *Renewable Energy*, 132, pp. 1049–1057. doi: 10.1016/j.renene.2018.08.069

Özbilgin, M. (2017, March 13). *Küresel Isınmaya Karşı Karbon Vergisi Çözümü ve Türkiye'deki Çevreci Vergilerin Etkinliği*, <https://www.verginet.net/dtt/1/karbon-vergisi.aspx>.

Reyna-Bensusan, N., Wilson, D. C., Davy, P. M., Fuller, G. W., Fowler, G. D., and Smith, S. R. (2019). “Experimental measurements of black carbon emission factors to estimate the global impact of uncontrolled burning of waste”, *Atmospheric Environment*, 213, ss.629–639. doi: 10.1016/j.atmosenv.2019.06.047

Sarkodie, S. A., and Strezov, V. (2019). “Effect of foreign direct investments, economic development and energy consumption on greenhouse gas emissions in developing countries”, *Science of The Total Environment*, 646, pp. 862–871. doi: 10.1016/j.scitotenv.2018.07.365

Semtrio. (n.d.). *Karbon Ayak İzinin Sebepleri*. <https://www.semtrio.com/karbon-ayak-izinin-sebepleri>.

Stephanie. (2019, June 4). *Mean absolute percentage error (MAPE)*. <https://www.statisticshowto.datasciencecentral.com/mean-absolute-percentage-error-mape/>.

Sununta, N., Kongboon, R., and Sampattagul, S. (2019). “GHG evaluation and mitigation planning for low carbon city case study: Dan Sai Municipality”, *Journal of Cleaner Production*, 228, pp. 1345–1353. doi: 10.1016/j.jclepro.2019.03.297

Türkiye Sera Gazı Emisyonlarını Azaltarak da Büyümeye Devam Edebilir! (n.d.). <http://www.wwf.org.tr/?4620>.

Utkina I. (2015) *Carbon emissions from forests down by 25% between 2001-2015*. (n.d.). <http://www.fao.org/news/story/en/item/281182/icode/>.

Wang, L., Zhao, Z., Xue, X., and Wang, Y. (2019). “Spillover effects of railway and road on CO₂ emission in China: A spatiotemporal analysis”, *Journal of Cleaner Production*, 234, pp.797–809. doi: 10.1016/j.jclepro.2019.06.278

Yavuz, S. (2010). “Hataları ardışık bağımlı (otokorelasyonlu) olan regresyon modellerinin tahmin edilmesi”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23 (3) , ss.123-140. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniiibd/issue/2672/35002>

Zhu, Q., and Peng, X. (2012). “The impacts of population change on carbon emissions in China during 1978–2008”, *Environmental Impact Assessment Review*, 36, pp.1–8. doi: 10.1016/j.eiar.2012.03.003

Zoundi, Z. (2017). “CO₂ emissions, renewable energy and the Environmental Kuznets Curve, a panel cointegration approach”, *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 72, pp.1067–1075. doi: 10.1016/j.rser.2016.10.018

DESIGN AND COMPARISON OF PID AND SLIDING MODE CONTROL SYSTEM ON A STABILIZED PLATFORM

M. Talha KORKMAZ, A. Engin ÖZÇELİK

Abstract

Stabilized camera platforms (gimbals) are used to enable the camera lock on the target independent of the rotation of the carrying vehicle or missile, and the platform also rotates the camera to the desired angles on the reference coordinate system. To control the gimbal placed on the vehicle, which might be capable of doing strong maneuvers, is challenging; one shall stabilize the camera in such a way that it should not only rotate it to the desired angles but also maintain the stable image quality. Moreover, due to the stabilized platform is exposed to the disturbances, thus the control system should eliminate them as well. In this paper, the identified system is used to develop two different control methods, namely PID controller and sliding mode controller, are designed, implemented, and their performances are compared, finally the results are analyzed.

Keywords: Stabilized, camera, sliding mode, PID

STABİLİZE KAMERA PLATFORMU İÇİN PID VE KAYAN KIPLİ KONTROL SİSTEMİ TASARIMI VE KARŞILAŞTIRMASI

Özet

Stabilizasyon sistemleri, taşıdığı kamera gibi faydalı yükleri, üzerlerinde buldukları aracın veya başka bir sistemin yaptığı hareketlerden etkilenmeden hedefe yöneltmek ve istenilen konumu belirtilen referans eksenine göre kararlı bir şekilde sağlamak için kullanılırlar. Kamera sistemini üzerinde barındıran araç, yüksek manevralar yaparken bu manevralar sırasında kamera ile çekilen objenin görüş açısından çıkmaması ve görüntünün net bir şekilde elde edilmesi için platformun kararlı olarak verilen referans noktalarında durması çok önemlidir. Bunların yanı sıra, rüzgar, aracın manevraları gibi zor koşullarda da stabilize platformun dış bozucu etkilere karşı stabil ve kararlı bir yapıda olması beklenmektedir. Bu çalışmada, üzerinde yay olmaması nedeniyle kararlılığının sağlanması daha da zor olan bir stabilize kamera platformunda, kontrol sistemi PID kontrolcüsü ve kayan kipli kontrolcü ile tasarlanmış olan kontrol sistemlerinin performansları bir model üzerinde karşılaştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Stabilize, kamera, kayan kip, PID

1 Giriş

Stabilize platformlar genel olarak, üzerlerinde konumlandırılan sistemi, yerleştirildiği platformdan bağımsız olarak hareket ettirebilmek ve belirtilen bir eksen takımında stabil tutabilmek için kullanılırlar. Örnek vermek gerekirse, roketlerde motor, kuvvet vektörünün istenilen açıda verilebilmesi için stabilize platform üzerinde bulunur; tanklarda kule kısmı, tankın yan dönme ve yunuslama eksenlerindeki hareketlerinden ve zemindeki üzerinden geçtiği engellerden etkilenmeden hedefe kilitlenebilmek için yine stabilize platformda konumlandırılır. Stabilize platformların en yaygın kullanım alanlarından birisi ise çeşitli dalga boylarında görüntü almak için üzerinde algılayıcı (İng. detector) ve optomekanik sistemleri bulunduran kardanlardır. Sivil kullanımlarda çekilen görüntünün düzenliliği ve stabilitesi, askeri alanda ise üzerindeki sistemin hareketinden bağımsız olarak hedefe kilitlenebilmesi ancak stabilize platform sayesinde mümkün olmaktadır. Kardan platformu için tasarlanan kontrol sisteminin, üzerinde sistemin hareketinden etkilenmeden hedefi takip edebilmesi için verilen emirleri yüksek doğrulukta ve kısa zamanda aynı zamanda çok düşük sabit durum hatası ile yerine getirmesi beklenmektedir. Bunlara ek olarak sistemin bozucu girişlere karşı da kararlılığını koruması beklenmektedir.

2 Sistemin Dinamik Modeli



Şekil 1 Örnek bir stabilize platform

Sistem, tek eksenli bir stabilize kamera platformudur. Sistemin dinamik modeli aşağıdaki şekilde belirtilebilir,

$$J\ddot{\theta} + b\dot{\theta} = T \quad (1)$$

$$T = K_t * I \quad (2)$$

Belirtilen denklemlerde J sistemin eylemsizlik momenti, b viskoz sürtünme katsayısı, T yuvarlanma eksenine uygulanan tork, K_t motorun tork/akım oranı, ve I ise sisteme gönderilen akımdır. Tork uygulamak için, fırçasız doğru akım motoru kullanılmıştır, bu motorlar kinematik analiz sonucu elde edilen yüksek hız, ivmelenme ve hassasiyet isterlerini sağlayan en uygun motor tipidir[1]. Sistemin girdisi uygulanan tork T, çıktısı ise açısal konum θ olmak üzere, transfer fonksiyonu aşağıdaki formdadır.

$$\frac{\theta(s)}{T(s)} = \frac{K_t I}{Js^2 + bs} \quad (3)$$

$\frac{a}{s^2 + bs}$ transfer fonksiyonu ile gösterilen formda a ve b parametrelerini bulmak üzere yapılmıştır.

3 Denetim Sistemi Tasarımı

Tasarlanacak denetim sistemleri model esaslı olacağı için, sistemin modeli $\frac{a}{s^2+bs}$ formunda ikinci dereceden bir transfer fonksiyonu olarak verilmiştir.

Kararlaştırılmış platformun verilen konum emirlerini istenilen bant genişliğinde yerine getirebilmesi için, iki farklı kontrol sistemi kurgulanmıştır.

1- Oransal, tümlevsel ve türevsel (İng. Proportional plus integral plus derivative, PID) temelli denetim sistemi, basit olması, birçok uygulamada kendini ispatlaması gibi sebeplerden dolayı tasarlanacak kontrol sistemlerinden biri olarak seçilmektedir. Fuzzy PID ile kardan sisteminde başarılı örnekler bulunmaktadır [2].

2- Kayan kipli denetim sistemi, yaklaşık yirmi yıllık bir geçmiş ile stabilize platformların kontrol sisteminde kullanılmaktadır [3]. Sistem tanımlaması ile elde edilen parametrelerdeki belirsizlikleri telafi edebilmesi ve doğrusal olmayan yapısı ile bozucu giriş karşısında gürbüz bir yapı sunması sayesinde kayan kipli denetim sistemi günümüzde mevcut modern kontrol sistemlerine rağmen halen geliştirilmekte ve kardan sistemlerine uygulanmaktadır [4].

3.1 PID Kontrol Sistemi

PID kontrolcüsü en genel anlamda aşağıdaki gibidir,

$$G_c(s) = K_p + \left(\frac{K_i}{s}\right) + K_d s \quad (4)$$

Sistemin (İng. plant) transfer fonksiyonu ise aşağıdaki formdadır.

$$G_p(s) = a/(s^2 + bs) \quad (5)$$

Eşitliklere göre, açık döngü sistemin transfer fonksiyonu $G_o(s)$ aşağıdaki gibidir.

$$G_o(s) = G_c(s)G_p(s) \quad (6)$$

4 ve 5 numaralı denklemler, 6 numaralı denklemde yerine konulursa denklem 7 elde edilir.

$$G_o(s) = \frac{a[K_p + (K_i/s) + K_d s]}{s^2 + bs} = \frac{N(s)}{D(s)} \quad (7)$$

Buradan kapalı devre sistemin transfer fonksiyonu $G_s(s)$ aşağıdaki gibi bulunur.

$$G_s = \frac{G_o(s)}{1 + G_o(s)} = \frac{N(s)}{D(s)} \quad (8)$$

$$N(s) = a[K_p s + K_i + K_d s^2] \quad (9)$$

$$D(s) = s^3 + (aK_d + b)s^2 + (aK_p)s + aK_i \quad (10)$$

İdeal olarak, $D(s)$ aşağıdaki formu alır.

$$D_3(s) = \left(\frac{1}{\omega_c^3}\right) s^3 + \left(\frac{2\xi_c + 1}{\omega_c^2}\right) s^2 + \left(\frac{2\xi_c + 1}{\omega_c}\right) s + 1 \quad (11)$$

Denklem 11'de belirtilen ω_c sistemin bant genişliği, ξ_c ise sönümleme katsayısıdır.

İdeal denklem ile parametrik olarak belirtilen kapalı döngü denklemi $D(s)$ eşitlendiği takdirde PID kontrolcüsünün katsayıları aşağıdaki gibi bulunur,

$$K_p = \frac{(2\xi_c+1)\omega_c^2}{a} \quad (12)$$

$$K_i = \frac{\omega_c^3}{a} \quad (13)$$

$$K_d = \frac{(2\xi_c+1)\omega_c-b}{a} \quad (14)$$

3.2 Kayan Kipli Kontrol Sistemi

Sistem modelinde x_1 açısal konum, x_2 açısal hız olmak üzere, aşağıdaki uzay-zaman formunda belirtirsek,

$$\dot{x}_1 = x_2 \quad (15)$$

$$\dot{x}_2 = -bx_2 + au \quad (16)$$

Sistemin çıktısı ise, açısal konum olan ilk durum değişkenidir.

$$y = x_1 \quad (17)$$

Hata, istenilen ve elde edilen açısal konum arasındaki fark olarak tanımlanır.

$$e = x_{1d} - x_1 \quad (18)$$

Kayma yüzeyi ise hatanın türevi, hata, ve hatanın integrali olmak üzere üç terimden oluşur.

$$s = \dot{e} + \lambda e + \gamma \int_0^t e dt \quad (19)$$

Hedefe hızlı bir şekilde gelip stabil hale geçmesi için hata ve hatanın türevi olan terimleri kullanılmış, sabit durum hatalarını gidermek için de kayma yüzeyine integratör eklenmiştir.

Belirtilen kayma yüzeyi üzerinden kontrolcünün stabilitesini garanti etmek için seçilen Lyapunov fonksiyonu aşağıdaki gibidir.

$$V(s) = \frac{1}{2}s^2 \quad (20)$$

Belirtilen Lyapunov fonksiyonunun, sistem kararlılığını sağlaması için aşağıdaki üç şartı sağlaması gerekir [5].

$$V(0) > 0 \quad (21)$$

$$s > 0 \text{ için } V(s) > 0 \quad (22)$$

$$\dot{V}(s) < 0 \quad (23)$$

21 ve 22 numaralı koşullar eşitlik 20 ile sağlanmaktadır. 23 numaralı koşulunun sağlanması için,

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

$$\dot{V}(s) = s\dot{s} \quad (24)$$

$$\dot{V}(s) = s(\ddot{e} + \lambda\dot{e} + \gamma e) \quad (25)$$

Eşitlik 18'in ikinci dereceden türevi alınır.

$$\ddot{e} = \ddot{x}_{1d} - \ddot{x}_1 = \ddot{x}_{1d} - \dot{x}_2 = \ddot{x}_{1d} + bx_2 - au \quad (26)$$

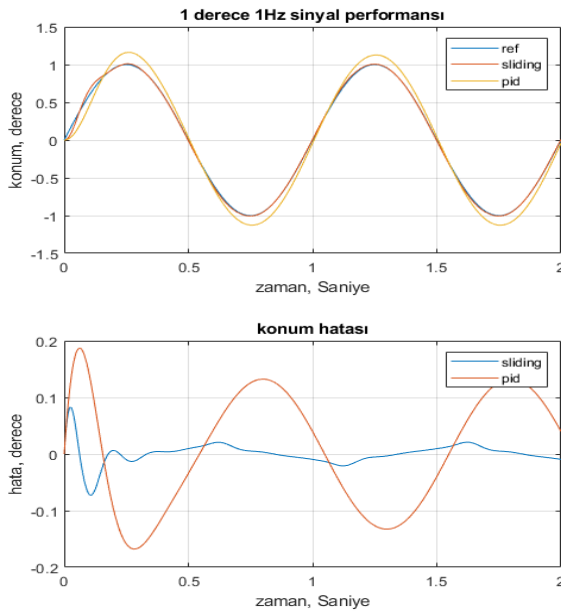
Bu denklemde, kontrolcü çıktı sinyali olacak u terimi çekilip denklem 25'te yerine konulursa aşağıdaki form elde edilir.

$$u = \frac{1}{a}(\eta \tanh(s) + \ddot{x}_1 + bx_2 + \lambda\dot{e} + \gamma e) \quad (27)$$

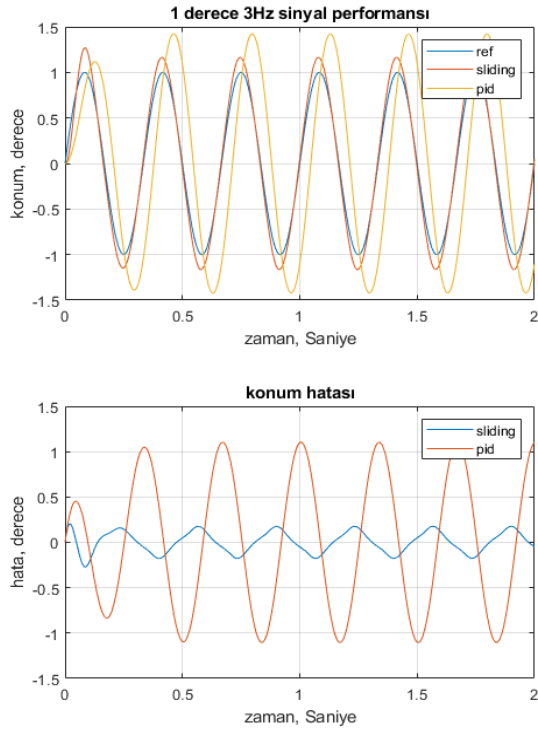
\ddot{x}_1 , x_2 , \dot{e} ve e terimleri sistem modelindeki terimlerin aynısı ve ters işaretlisi olup bahsi geçen terimleri nötrler, ardından tanh'lı terim de kayma yüzeyi ile aynı işarete sahip olup yeterince büyük ve pozitif bir η katsayısı ile çarpılınca $\dot{V}(s) < 0$ koşulu garanti edilmiş olur [3]. Çatırdama (İng. chattering) problemini elimine etmek adına, sistemde işaret (İng. sign) fonksiyonu yerine, sürekli ve türevi alınabilir bir fonksiyon olan tanh tercih edilmiştir.

5 Sonuçlar

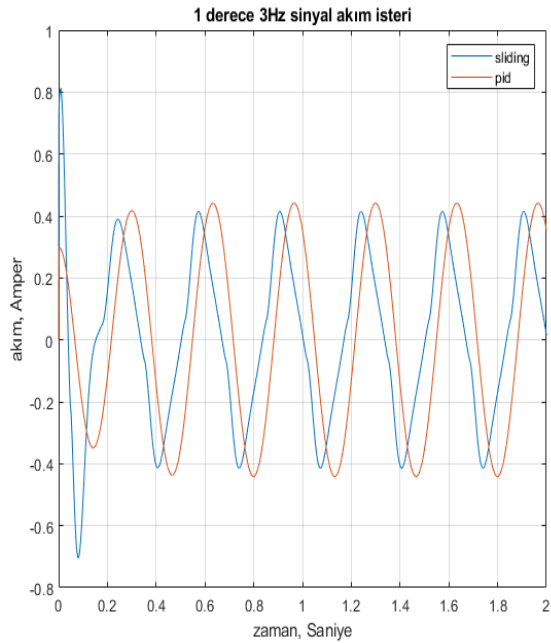
Tasarlanan PID temelli kontrolcü ve kayan kipli kontrolcü, MATLAB® Simulink® ortamında tasarlanmış ve Simulink® üzerinde uyarlanan model üzerinden kontrol edilmiştir. Tasarlanan kontrol sistemlerinin performanslarına yönelik aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır;



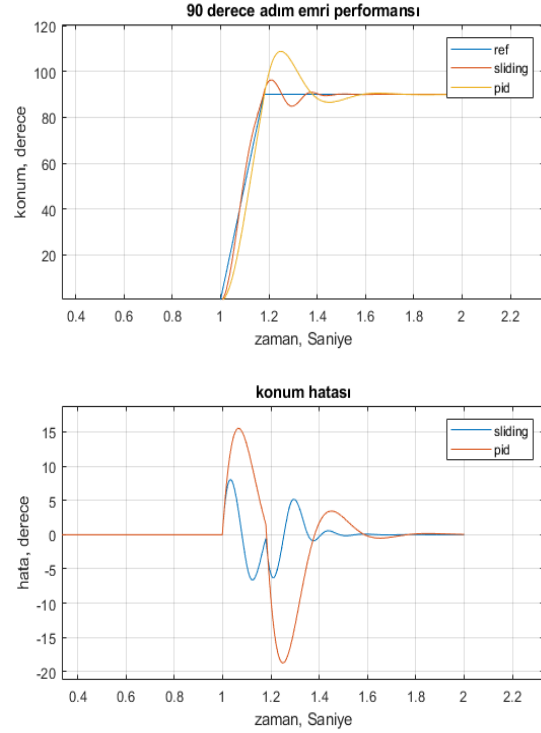
Şekil 2 Kontrolcülerin 1 derece 1Hz sinüs emrine tepkisi



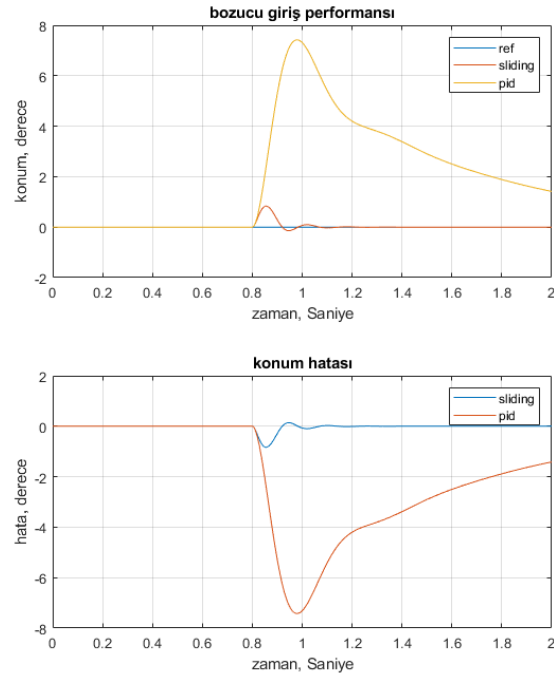
Şekil 3 Kontrolcülerin 1 derece 3Hz sinüs emrine tepkisi



Şekil 4 Kontrolcülerin 1 derece 3Hz sinüs emrine türettikleri akım isterleri



Şekil 5 Kontrolcülerin 90 derecelik adım emrine tepkisi



Şekil 6 Kontrolcülerin 0.5 Amper bozucu giriş tepkileri

6 Tartışma ve Sonuç

Tasarlanan kontrol sistemleri, platforma uygulanması beklenen karakteristik emirler verilerek test edilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde, PID kontrolcüsü düşük enerjiye sahip 1Hz’lik emirleri, sürtünmeyi yenip yerine getirebilmekte, yalnız buna karşılık adım emirlerinde %20’ye yakın aşım yapmakta ve yüksek frekanslarda aşım yapmaktadır. Bunlara karşın, kayan kipli kontrol sistemi gerek düşük gerek yüksek frekanslı emirleri, herhangi bir faz kayması ve sönümlenme olmadan, sabit durum hatası ve yerleşme süresi çok düşük olacak şekilde yerine getirebilmektedir. Kayan kipli kontrolcü, sistemde yay olmamasına rağmen, bozucu girişler karşısında da PID kontrolcüsünün aksine oldukça gürbüz bir yapıda sistemi kararlı hale geri getirebilmektedir.

Kaynakça

Abdo, Maher, Modeling Control and Simulation of Two Axes Gimbal seeker using fuzzy PID Controller, ICEE, 2014.

Selection of Electric Motors for aerospace Applications, NASA – Preferred Reliability Practices.

Brian J. Smith, William J. Schrenk, William B. Gass ve Yuri B. Shtessel, “*Sliding Mode Control in a Two Axis Gimbal System*”, IEEE Aerospace Applicat. Conf., vol 5, 1999.

Bhagyashri Tamhane, Dharmveer Singh, Shailaja Kurode ve Prasad Parkhi, 2016 “*Observer Based Control of a Missile Seeker System Using Sliding Modes*”, Asian Journal of Control, vol. 18,.

Hassan K. Khalil, “*Nonlinear Systems*”, 3. Basım, Bölüm 4 ve 14-1, Pearson, 2001.

CURRENT TRENDS IN NEW MEDIA ECONOMY: BLOCKCHAIN TECHNOLOGY VERSUS “CLICK ECONOMY”

Çiğdem ÖZKAN¹

Abstract

New media technologies have many potential benefits for the journalism profession, whose social function is of paramount importance as the fourth power. However, the journalism profession today has to deal with many problems both ethically and economically due to the similar features of the new media. The myth of “great opportunities and freedoms” created by the unique conditions of the new media has brought to the journalism profession to the verge of a major predicament when it comes to financial concerns. While the severe competitive conditions in digital media have undermined niche, investigative and local journalism, this new economic system, which could be called a “click economy”, have caused the newspapers to adopt an eviscerated journalistic approach in order to attract more readers. The fact that economic problems brought along ethical problems lead to a decrease in readers' trust in the media and ultimately, media professionals have sought to find new solutions that will “save” the journalism profession.

Blockchain technology, which can be expressed as a decentralized and distributed ledger, eliminates intermediaries in peer-to-peer transactions. While blockchain technology continues to become widespread in finance, intellectual property, public services, healthcare and similar environments, it draws attention in terms of its potential in solving the economic and ethical problems faced by the journalism profession. In this study, blockchain technology is discussed within the framework of the economic opportunities and solutions it offers for the problems faced by the journalism profession, and the global experiences that arise in this context are evaluated with a descriptive analysis.

Keywords: Blockchain, journalism, new media, click economy.

YENİ MEDYA EKONOMİSİNDE GÜNCEL EĞİLİMLER: “TIKLANMA EKONOMİSİ” NE KARŞI BLOKZİNCİR TEKNOLOJİSİ

Özet

Yeni medya teknolojileri, dördüncü güç olarak toplumsal işlevi son derece önem arz eden gazetecilik mesleği için pek çok potansiyel fayda barındırmaktadır. Ancak bugün gazetecilik mesleği yeni medyanın benzer özellikleri sebebiyle hem etik hem de ekonomik bağlamda pek çok sorunla mücadele etmek durumundadır. Yeni medyanın kendine özgü koşullarının yaratmış olduğu “büyük olanaklar ve özgürlükler alanı” miti, söz konusu maddi

¹ Arş. Gör., İstanbul Arel Üniversitesi, cigdemozkan@arel.edu.tr

kayıtlar olduğunda gazetecilik mesleğini büyük bir çıkmazın eşiğine getirmiştir. Dijital medyadaki ağır rekabet koşulları, niş, araştırmacı ve yerel gazeteciliği baltalarken, “tıklama ekonomisi” denilebilecek olan bu yeni ekonomik sistem, gazetelerin daha fazla okur çekebilmek uğruna içi boşaltılmış bir gazetecilik anlayışı benimsemesine sebep olmuştur. Ekonomik problemlerin etik problemleri de beraberinde getirmesi okurların medyaya olan güveninin azalmasına yol açmış, en nihayetinde medya profesyonelleri gazetecilik mesleğini “kurtaracak” yeni çözüm yolları arama yoluna gitmiştir.

Eşler arası transfer işlemlerinde aracılıları ortadan kaldıran, merkezsiz ve dağıtık bir kayıt defteri olarak ifade edilebilecek olan blokzincir (blockchain) teknolojisi bugün finans, fikri mülkiyet, kamu hizmetleri, sağlık ve benzeri birçok alanda yaygınlaşmaya devam ederken, gazetecilik mesleğinin karşılaştığı ekonomik ve etik sorunların çözümü konusunda barındırdığı potansiyelle de dikkat çekmektedir. Bu çalışmada, blokzincir teknolojisi, gazetecilik mesleğinin mücadele ettiği problemlere yönelik olarak sunduğu ekonomik imkân ve çözümler çerçevesinde ele alınmakta, bu bağlamda ortaya çıkan küresel deneyimler betimleyici bir analiz ile değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Blokzincir, gazetecilik, yeni medya, tıklama ekonomisi.

JEL Codes: A10, H00

Giriş

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler bireysel ve toplumsal bağlamda pek çok değişikliğe sebep olmuş, bu değişikliklerden birçok sektör ve meslek grubu gibi gazetecilik mesleği de büyük oranda etkilenmiştir. Yeni medya ortamı, katılımcı dinamikleri sebebiyle demokratik bir dijital kamusal alan yaratma potansiyeline sahip olsa da gazetecilik mesleği hala birçok sorunla mücadele etmek durumundadır. Gazetecilik mesleğinin yüzyıllardır mücadele ettiği sansür olgusunun yanı sıra, yalan haber problemi, çevrim içi materyallerin izinsiz kullanımı neticesinde ortaya çıkan telif hakları ihlalleri, yanıltıcı içerik ve başlık kullanımı, tık tuzakları, internet medyasında ağırlaşan rekabet koşulları sebebiyle yaşanan ekonomik krizin ortaya çıkardığı problemler ve daha pek çok sorun yeni medya ortamında gazeteciliğin hem etik hem de ekonomik açıdan büyük problemlerle yüz yüze gelmesine sebebiyet vermiştir.

Yeni medyanın kendine özgü koşullarından kaynaklanan bu tür sorunların çözümü de yine teknolojik gelişme ve bu gelişmelerin beraberinde getirdiği fırsatlarda yatmaktadır. Bu bağlamda blokzincir teknolojisi, gazetecilik mesleğinin yaşadığı zorluklara yönelik alternatif bir çözüm önerisi sunmakta, özellikle uluslararası arenada çok sayıda haber odası bu yeni teknolojinin faydalarından yararlanmaktadır.

Blokzincir teknolojisi, 2008 yılında Satoshi Nakamoto tarafından güven esasına dayalı, merkezi olmayan dijital bir kayıt defteri olarak ortaya çıkmıştır. Taraflar arası işlemlerde aracılıları ortadan kaldırması, içerisinde yer alan bilgiler üzerinde değişiklik yapılamaması, merkezi olmaması ve şeffaf bir ortam sağlaması gibi özellikleriyle özellikle bir ekonomik model olarak devrim niteliğinde etkileri olan blokzincir teknolojisi, zamanla farklı alanlarda da kullanılmaya başlamıştır. Bugün blokzincir teknolojisi uluslararası transfer işlemleri, sigortacılık, sağlık, oy verme gibi işlemlerde kullanılmakta, bu bağlamda manipüle edilemez bir yapıya sahip olması, ödeme işlemlerinde güven sağlaması, akıllı sözleşmeler ile telif hakları ihlallerinin önüne geçebilmesi, kişiler arası güvene dayalı açık bir ortam sunması ile gazeteciliğin yaşadığı güncel sorunlara çare olmak üzere umut vaat etmektedir.

Bu çalışmada blokzincir teknolojisi, yeni medya çağında gazetecilik mesleğinin yaşadığı problemlere bir çözüm önerisi olarak ele alınmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde medya ekonomisine yeni medya bağlamında yaklaşılmakta ve gazetecilik mesleğinin içinde bulunduğu finansal krize yönelik incelemelerde bulunmaktadır. Ardından blokzincir teknolojisinin problemlerin çözümüne dair barındırdığı potansiyel, blokzincir tabanlı medya platformları üzerinden betimleyici bir analiz ile incelenmektedir.

1 Yeni Medya Ekonomisi ve Gazeteciliğin Finansal Krizi Üzerine

İçinde bulunulan yeni medya çağı, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki değişimin yarattığı toplumsal, sosyo-kültürel, politik etkilerinin yanında ekonomik bir dönüşümü de beraberinde getirmiş, bu dönüşümün bir sonucu olarak medya ekonomisi mefhumunu “yeni medya ekonomisi” bağlamında tekrar ele almak gerekliliği doğmuştur. Yeni medya, yarattığı yeni haber üretim, dağıtım ve tüketim pratikleri ile başta birer işletme olan gazeteler ve dijital haber odalarını olduğu kadar, reklam verenleri ve okurları da etkilemiş, “finansal kriz” ve “yeni fırsatlar” arasında kalan işletmeler kendilerini bu yeni medya ortamına uyarlamak mecburiyetinde kalmıştır.

Medya ekonomisi, bir medya işletmesinin yürüttüğü üretim-dağıtım-tüketim süreçleri de dahil olmak üzere tüm faaliyetlerini kapsayan ve bu faaliyetlerin ekonomik etkilerine odaklanan bir alana denk gelmektedir. Picard’a göre (1989:9) medya, medya sahibi bireyler/pay sahipleri, izleyici ve/veya okurlar, reklamcılar ve medya işletmelerinde çalışanlar olmak üzere dört grubun istek ve ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler neticesinde medya ekonomisine konu olan aktörler değişmemekle beraber daha akışkan bir hal almış, bir ürün olarak haberin üretim, dağıtım ve tüketim pratiklerinde meydana gelen değişimler ise yeni bir medya ekonomisini düşünmeyi gerekli kılmıştır.

İnternetin yükselişi, geleneksel gazeteleri yavaş yavaş internet gazeteciliğine yönlendirirken, gazetelerin tirajlarındaki düşüşler sebebiyle zamanla basılı gazeteler birer birer kapanarak faaliyetlerini internet gazeteleri veya bağımsız medya platformları olarak sürdürmeye başlamıştır. (Uzunoğlu, 2018a). İnternet gazeteleri bir yana, yapılan araştırmalar okurların sahte haberler ve tık tuzakları gibi sebeplerden haber tüketiminde sosyal medya ve Whatsapp mesajlaşma uygulamalarındaki kapalı gruplara yöneldiğinin de altını çizmektedir (Reuters Institute Digital News Report, 2019). Medya işletmeleri, internet üzerinden ulaşılan içerikten para kazanma konusunda zorluklar yaşamakta, reklam verenler ise geleneksel medya yerine tüketicilere doğrudan ulaşabilecekleri yeni medyayı tercih etmektedir. Haber odalarında editöryal işler azalırken teknolojik becerilerin daha fazla önem kazanması bir yana, dijitalleşme ile uzaktan çalışabilmeye elverişli araçlar sayesinde tam zamanlı çalışma pratiğinin medya işletmeleri için daha karlı bir seçenek olan serbest/yarı zamanda çalışma pratiğine kayması ise gazetecilikte prekerleşmeye sebep olmaktadır (Uzunoğlu,2018b:204). Özetle, yeni medya teknolojileri daha demokratik bir toplum için önemli bir potansiyel barındırmak ve çok sesliliğe imkan vermekle beraber, haber üreticileri için ekonomik olarak daha dengesiz bir tablonun ortaya çıkmasına sebebiyet vermiş, hem medya işletmeleri hem de bağımsız gazeteciler gelir modelleri üzerine tekrar düşünmek durumunda kalmıştır.

1.2 Tık Tuzakları (Clickbait) ve Tıklanma Ekonomisi

Haber odalarının gazete satışlarından elde edilen gelirlerin düşmesi ile internet ve mobil yayıncılığa yönelmesi, haberlerin “tıklanması” üzerinden işleyen yeni bir ekonomik sistemi de beraberinde getirmiştir. Daha çok tıklanan haberlerin arama motorlarında daha üst sıralarda

görünmesi ve dolayısıyla daha fazla reklam geliri elde etme imkanı bulması gibi sebeplerden haber içeriklerinde de sansasyonel, dikkat çekici ve yanıltıcı başlıkların kullanımında artış görülmeye başlanmıştır. “Tıklanma ekonomisi” olarak kavramsallaştırılabilecek olan bu sistem haber odaları için gelir getiren kısa vadeli bir çözüm olmakla beraber, okurların gazetelere olan güveninin sarsılmasına sebep olmuş, gitgide daha çok okur haber kaynağı olarak sosyal medya siteleri, özel mesajlaşma uygulamaları gibi alanlara yönelmeye başlamıştır (Reuters Institute Digital News Report 2019). Dolayısıyla ekonomik kaygılar sebebiyle ortaya çıkan haber ve ticari enformasyon arasındaki sınırların belirsizleşmesi; yeni medya ortamının yoğun reklam içeriğine boğulması, yanıltıcı etiketleme ve başlıklandırma, bireyin yeni medya ortamında sadece tüketici olarak konumlandırılması gibi etik ihlallerin (Binark ve Bayraktutan, 2013:39) oluşmasına da sebebiyet vermiştir.

“İnternette dikkat çekmek ve insanları belirli web sayfalarının linklerine tıklanması için teşvik eden makaleler, fotoğraflar, vb.” olarak açıklanan Clickbait (tık tuzağı) kavramı (Cambridge Sözlüğü, 2020), internet haberciliği için hem etik hem de ekonomik açılarından büyük sorunlar teşkil etmektedir. Işık ve Koz (2014:36) arama motoru trendlerinin takip edilerek oluşturulduğu ve ne pahasına olursa olsun başlığın tıklanmasını sağlamak ve sayfaya ziyaretçi çekmek amaçlarıyla oluşturulan bu içerikleri “Çöp haberler” olarak nitelendirmiş, Türkiye’de yapılan diğer çalışmalarda ise bu kavram “kapan haberler” (Dönmez, 2010), “Clickbait savaşları” (Kalender, 2019) gibi adlarla incelenmiştir.

Clickbait içerikli haberlerin hem okur ve hem de clickbait kullanan haber odaları bakımından pek çok sakıncası bulunmaktadır. İlk olarak tıklanma odaklı içerikler okurun zamanını boşa harcamakta, haberi tıklamaya yönlendiren başlık ve içerik arasındaki uyumsuzluk hayal kırıklığına sebebiyet vererek haber odalarına olan güveni zedelemektedir. Diğer yandan tık tuzakları gazetecilik mesleki etik kurallarını açık bir şekilde ihlal etmekte ve bu içerikleri yayınlayan haber kuruluşlarının da itibarını zedelemektedir. Tık tuzaklarının bir diğer etkisi ise haber değeri olmayan, kalitesiz içeriklerin yaygınlaşması ve bu durumun enformasyon kirliliğine sebebiyet vermesidir (Zhou, 2017).

Tık tuzakları ile yaratılan tıklanma ekonomisi haber odaları için itibar kaybına sebep olmakla beraber içerikten bağımsız sahte bir gelir modeli ortaya çıkmasına da sebebiyet vermiştir. Tık tuzaklarını tespit edebilmek adına makine öğrenmesinin kullanılması (Genç ve Surer, 2019) gibi çalışmalar yapılmışsa da, küresel medyada sıklıkla başvurulan bu yöntem için kalıcı bir çözüm henüz tespit edilememiştir. İçeriklerinin kalitesini merkeze alan, etik ve okurlarının istek ve ihtiyaçlarını göz önünde bulunduran yeni nesil haber odaları ise yeni medyanın yarattığı ağır rekabet ortamında hayatta kalabilmek için yeni medya teknolojilerinin fırsatlarından faydalanma yoluna gitmeye başlamıştır. Ücretli içerikler başta olmak üzere, blokzincir tabanlı kripto para ekonomisine dayalı modeller ise gittikçe üzerinde daha çok durulan konulardan biri haline almıştır.

1.3 Gazetecilik İçin Yeni İş Modelleri

Basılı gazeteciliğin rasyonel iş modeli, yeni medyanın ücret konusunu ortadan kaldırmasıyla tepe taklak olmuş, yalnız ekonomik karlılık değil, yeni medyanın barındırdığı okur odaklılık, etkileşim gibi özellikler internet yayıncılığının yükselişine ivme kazandırmıştır. Bu sürecin bir sonucu olarak büyük çaplı küresel haber odaları başta olmak üzere birçok medya işletmesi yeni iş modellerine yönelmiştir. Bu modellerin başında abonelik, ödeme duvarı gibi yöntemlerle ücretli içerikler ve kitle fonlama gelmektedir. Küresel medyada New York Times, The Guardian, Washington Post, Financial Times gibi birçok haber odası abonelik modelini kullanmakta ve kullanıcılarına belli bir ücret karşılığında “reklamsız” içerik sunmaktadır.

Ülkemizde ise Dünya gazetesi, Sözcü Plus, Birgün, Evrensel gazeteleri abonelik modelini farklı biçimlerde kullanmaya devam etmektedir. Bazı gazeteler ücretsiz olarak ulaşılabilecek içeriğe belli bir sınırlama getirip, bu sınırdan itibaren içeriklere ulaşmak için ücret talep ederken, kimi gazeteler ise farklı paketler sunarak okurlara bütçeleri doğrultusunda ödeme yapma imkanı sunmaktadır (Uzunoglu,2018c).

Gazetecilik için yeni bir iş modeli olarak öne çıkan bir diğer model ise kitle fonlamadır. Kitle fonlaması, belirli bir proje için finansman ihtiyacı duyanlara direkt olarak fon sağlayacak veya bağışta bulunacak kişileri birbirine bağlayan yeni bir alternatif finansman biçimi olarak tanımlanmaktadır (Çonkar ve Canbaz, 2018:122). Söz konusu gazetecilik olduğunda kitlesel fonlama özellikle belli bir konuya yönelik derinlemesine çalışma gerektiren araştırma haberleri için kaynak oluşturmak açısından sıklıkla kullanılmaktadır. Örneğin ülkemizde haber doğrulama platformu Teyit.org aşı karşılığında yönelik yanlış bilgi üzerine derinlemesine bir araştırma gerçekleştirmek adına kitle fonlamadan faydalanmış, bu bağlamda ciddi bir araştırma dosyası ortaya koymuştur (teyit.org/salginvar).

Koçer, kitlesel fonlamanın kültürel üretim alanında ve gazetecilikte eşik bekçilerini ortadan kaldırdığı, kitle ile kültürel üreticilerin doğrudan temasa geçebilmesini sağlayabilmesi açısından önemli faydalar barındırdığına değinmektedir. (Narin,2019). Avantajlarının yanı sıra, gazetecilik kitle fonlama kampanyalarının sürdürülebilirlik açısından sağlıklı bir iş modeli olduğu yönünde şüpheler bulunmaktadır. Örneğin bir kitle fonlama platformu olan Kickstarter’da 2018 yılında yürütülen gazetecilik kampanyalarının yalnızca yüzde 37’sinin başarılı olduğu bilinmektedir (Şeffaflık Derneği, 2019).

Son dönemlerde yükselişe geçen bir diğer iş modeli ise mikro ödemeleri mümkün kılan blokzincir tabanlı gazetecilik platformlarıdır. CIVIL, DNN Medya, Publiq gibi platformlar okura ücretli içerik sunmakta ancak bunu mikro ödemeler veya ICO (Initial Coin Offering) adı verilen bir yöntem ile yapmaktadır. Mikro ödemeler içeriğe ücret ödenen abonelik ya da ödeme duvarı gibi modellerin aksine daha küçük ödemeleri daha güvenli bir şekilde yapmaya imkan sağlarken, ICO’lar girişimlerin ürettiği bir fikre finansman sağlamak adına piyasaya kendi kripto paralarını sürerek toplu satış yaptığı etkinlikler olarak tanımlanmaktadır (Çonkar ve Canbaz, 2018:120). Bu bağlamda çalışmanın 2. ve 3. bölümlerinde blokzincir tabanlı kriptopara ekonomisi ve bu modelden gazetecilik platformlarının nasıl faydalandıklarına değinilmektedir.

2 Blokzincir Teknolojisi ve Gazetecilik İçin İmkanlar

Blokzincirler sayısal işlemlerin sahipleri tarafından elektronik olarak imzalanmasından sonra bloklara eklenmesi ve her bir bloğun bir önceki yayınlanan bloğa kriptografik olarak bağlanması ile ortaya çıkan dijital defterlerin dağıtık bir ağda kopyalarının saklanması olarak tanımlanmaktadır (Kardaş,2019). Dünya Ekonomik Forum’un blokzincir tanımlaması ise şu şekildedir (Güven ve Şahinöz, 2018:44):

“Blokzincir veya Dağıtık Defter-i Kebir Teknolojisi (Distruted Ledger Technology – DLT) bir aracıya ihtiyaç duymadan bir verinin iki parti arasında doğrudan değiş tokuşunu mümkün kılan teknoloji protokolüdür. Ağdaki taraflar şifreli kimliklerle anonim bir şekilde işlemleri gerçekleştirirler. Her bir işlem değiştirilemeyen bir işlem zincirine eklenir ve ağdaki tüm kullanıcılara dağıtılır.”

Kökenleri 1990'lı yıllara dayanan, 2008 yılında ise Satoshi Nakamoto² tarafından yayınlanan Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System (Bitcoin: Eşlerarası Elektronik Ödeme Sistemi) adlı belgede tekrar gündeme gelen ve popülerite sağlayan blokzincir teknolojisinin, 2006 yılında ABD'de yaşanan emlak krizinin büyümesi ve ülkede ciddi bir ekonomik buhran yaratması sebebiyle öne sürülen bir çözüm önerisi olduğu düşünülmektedir (Daşkiran,2016). Başlangıçta, açık kaynak kodlu Bitcoin topluluğu tarafından güvenilir eşler arası finansal işlemlere izin vermek için oluşturulan blokzincir teknolojisi, bankalar veya herhangi bir üçüncü taraf platformu olmadan koda dayalı küresel işlevsel bir para birimi oluşturmayı mümkün kılmıştır (Al Saqaf ve Seidler, 2017:338). Bitcoin ise, en basit ifadesiyle karşılığı parasal bir değer olan bir bilgisayar kaydının şifrelenmiş hali anlamına gelmektedir (Güven ve Şahinöz, 2018:24). Nakamoto'nun makalesi (2008), blokzincir tabanlı bitcoin sistemi için;

- Eşler arası elektronik işlemler ve etkileşimleri,
- Finansal kurumlar olmaksızın,
- Merkeze güven yerine şifreleme tabanlı,
- Merkezi bir kuruluş yerine ağa güven duyma,

olmak üzere dört temel yenilik öne sürmektedir. Buna göre “eşler arası elektronik işlemler” kullanıcıların kendi aralarında yaptıkları işlemlerde üçüncü kişi olarak aracılı ortadan kaldırmasına işaret etmektedir. Örneğin uluslararası fiat para³ transferi için aracı banka veya kuruluşlar komisyon alırken, blokzincir üzerinde gerçekleşen bir transfer işlemi direkt olarak “eşler arasında” gerçekleşmektedir. Sistemin güvenliği ise, yalnızca o işlem için üretilmiş kripto anahtarlarla ve yapılan her bir işlemin değiştirilemez olarak blok üzerine işlenmesiyle sağlanmaktadır. Böylelikle işlemler şeffaf ve güvenilir biçimde gerçekleşebilmektedir.

Blokzincir teknolojisi, temelde verilerin bloklar halinde depolandığı bir kayıt defterine işaret etmektedir. Blokzincir teknolojisinin geleneksel veri depolama teknolojisinden en önemli farklarından biri dağıtık bir yapıya sahip olmasıdır. Geleneksel veri depolama sisteminde veri, merkezi bir bilgisayarda depolanır ve merkezi aktörlerce kontrol edilirken, “dağıtılmış kayıt sistemi” (distributed ledger technology- DLT) adı verilen bu sistemde veri, ağda yer alan çok sayıda birim tarafından depolanmaktadır. Bir bloğa kaydedilecek olan verilere dair kuralları ağda bulunan kullanıcılar belirlemekte, bu da blokzincir teknolojisinin “uzlaşma protokolü” ile çalışması anlamına gelmektedir (Güçlütürk, 2019: 31-32). Bir blok üzerinde kaydedilen tüm veri, ağda bulunan tüm kullanıcıların gözetimi altında olmasıyla bloklar üzerindeki verilerin güvenliği sağlanmakta ve üçüncü parti araçılara gerek kalmamaktadır. İki veya daha çok taraf arasındaki işlemleri kontrol eden merkezi bir otorite olmadan o işlemin meşruluğundan kesinlikle emin olunması kayıt defterinin dağıtık bir hale getirilmesi ve her kullanıcının işlemlerin kaydını tutan defterin özdeş bir kopyasına sahip olmaları ile sağlanmaktadır (Tüfekçi ve Karahan, 2018:159). Blokzincir teknolojisi esasen son kullanıcıların hem merkezde hem de ağın çevresinde olduğu bir teknolojiye işaret etmektedir. Bu bağlamda kullanıcıların ağın kendisi olduğunu söylemek mümkündür (Al-Saqaf, W. ve Seidler, 2017:341).

Mougayar (2016:5), blokzincire yönelik tanımlamayı üç perspektif üzerinden yapmaktadır. Buna göre blokzincir;

- Teknoloji bakımından, halkla açık, dağıtık bir veri tabanına işaret etmektedir.

² Nakamoto'un bir kişi ya da kişiler topluluğu mu olduğu bilinmemekte, kimliğine ilişkin bilgiler hala gizemini korumaktadır.

³ Devletler tarafından basılan ve kontrolü sağlanan kağıt paraya fiat para denmektedir.

- İşletme açısından, bireylerin işlem, değer, mal vb. varlıklarını aracı olmadan alışveriş yapabilecekleri bir değişim ağıdır.

- Yasal konular bakımından ise işlemlerin doğrulanmasına yönelik bir araç niteliği görür ve geleneksel kredi garantisi kurumlarının yerini alır.

Kökenleri 1990'lı yıllara dayanan ve 2008 yılında tekrar gündeme gelerek popülerite kazanan blokzincir teknolojisi ve potansiyel faydalarını anlamaya yönelik akademik çalışmalar uluslararası alan yazında 2013 yılından itibaren⁴ yapılagelmekle beraber, Türkçe literatürde ise blokzincir teknolojisinin finans ve ekonominin yanında çeşitli alanlarda kullanımına yönelik akademik çalışmalar 2018 yılından itibaren artış göstermiştir. Bu bağlamda Türkiye'de blokzincir üzerine farklı alanlardan yapılan akademik çalışmalar eğitim (Yıldırım, 2018; Uğur, Güler, Yıldırım ve Kurubacak, 2018), kamu hizmeti (Karahana ve Tüfekçi, 2019a; Tekin Bilbil,2019) ve dijital kimlik (Karahana ve Tüfekçi,2020), tedarik zinciri (Yıldızbaşı ve Üstünyer, 2019), iç denetim faaliyetlerinde blokzincir (Karahana ve Tüfekçi, 2019b), blokzincir teknolojisi ve kişisel verilerin güvenliğine hukuki yönden bakış (Güçlütürk, 2019), fikri mülkiyet (Demir, 2019) ve gazetecilik (Atalay, 2018) şeklinde sıralanmaktadır.

Swan (2015: ix), Blockchain: Blueprint For A New Economy (Blokzincir: Yeni Bir Ekonomi İçin Taslak) adlı kitabında blokzincir teknolojisini, blokzincir 1.0, 2.0 ve 3.0 olmak üzere üç aşamadan oluştuğunu ifade etmiştir. Swan'a göre bu aşamalardan ilki olan blokzincir 1.0, hali hazırda fiat parayla yapılabilen havale, dijital ödeme gibi basit işlemlerin kripto paralarla yapılmasıdır. Blokzincir 2.0'a gelindiğinde ise akıllı sözleşmeler, hisse senetleri, krediler, ipotekler gibi işlemleri kapsayan ve aracılı ortadan kaldıran uygulamalar söz konusu olmakta, blokzincir 3.0 ise devlet, sağlık, bilim, okuryazarlık, kültür ve sanat gibi alanlardaki uygulamalara işaret etmektedir. Boucher, Nascimento ve Kritikos'un 2017 yılında Avrupa Parlamentosuna sunulmak üzere hazırladığı raporda ise (How Blockchain Technology Could Change Our Lives- Blokzincir Teknolojisi Yaşamımızı Nasıl Değiştirecek) blokzincir kullanım potansiyelinin yüksek olduğu alanlar para birimleri, dijital içerik, patentler, elektronik oylama, akıllı sözleşmeler, tedarik zincirleri, blokzincir devletleri ve her şeyin blokzincir haline gelmesi şeklinde sıralanmaktadır. Al-Saqaf ve Seidler'a göre (2017: 345) blokzincir teknolojisi her bir bilgi parçasının kaynağına kadar izlenebilmesi ile yolsuzluk, insan hakları ihlalleri gibi durumları engelleme kapasitesine sahiptir. Bunun yanında oy verme sisteminde blokzincir kullanımı, oyların çalınması gibi durumların önüne geçebileceğinden serbest ve adil bir seçim sistemini mümkün kılabilir (Tatar, 2020).

Blokzincir teknolojisi hali hazırda pek çok iş kolu tarafından kullanılmakta ve barındırdığı imkanlar bakımından hem devletlerin hem de özel sektörün dikkatini çekmektedir. Söz konusu gazetecilik pratiği olduğunda da özellikle finansal ve etik açıdan barındırdığı faydalar dolayısıyla pek çok araştırmacının ve özel girişimin ilgisini cezbetmektedir.

2.1 Gazetecilik Pratiğinde Blokzincir

Medya inovasyonu ve tüketici davranış eğilimleri, son 20 yılda, gazeteciliğin iş modelini aşındırması, bu da ekosistem genelinde basında yer alma kapsamının daralmasına, reklam endüstrisi ve ana akım medyaya olan güvenin rekor düzeyde düşmesine yol açmıştır. Bununla birlikte, aynı inovasyon dalgası, güncel buluşlar ve blokzincir, kripto para birimleri ve kripto ekonomik iş modellerinin geliştirilmesi de dahil olmak üzere büyük ölçüde işbirlikçi öz yönetim sistemlerinde ilerleme sağlamıştır. Dijital medya, gazetecilik iş modelinde de

⁴ Bu veri, Jstor, Science Direct ve EBSCO veri tabanlarında "blockchain" anahtar kelimesi ile yapılan aramalar neticesinde elde edilmiştir.

değişikliklere sebep olmuş, bu değişimler ise kendini üç biçimde göstermiştir. Buna göre dijital medyadaki yoğun rekabet koşulları niş, araştırmacı ve yerel gazeteciliği baltalamış, özellikle yerel gazeteler bu durumdan ciddi oranda etkilenmiştir. Bu bağlamda medya organizasyonları dijital medya ile yeniden oligopolleşme sürecine girerken, reklam gelirlerinin azalması ile ayakta kalamayan haber odaları birer birer kapanmaya başlamıştır. Bir diğer değişim ise internet ile birlikte gazeteler ve okur arasındaki doğrudan ilişkinin kesilmesi ve haber odalarının Facebook, Google gibi şirketlerin algoritmalarına ayak uydurmak zorunda kalmaları ile meydana gelmiştir. (Civil, 2017). “Tıklama ekonomisi” denilebilecek bu yeni ekonomik düzende, haber odaları sitelerine daha fazla okur çekebilmek için çeşitli yöntemler denemeye başlamış, bu da “tık tuzakları” ile dolu içi boşaltılmış bir gazetecilik anlayışının yeşermesine sebep olmuştur. Bu durumun bir diğer yansıması ile sahte haberlerin yaygınlaşmasında görülebilmektedir. Gazetecilik iş modelinde yaşanan bu köklü değişim, gazeteciler açısından ekonomik çıkmazlara denk gelirken, okurların medyaya güvenini sarsmış, binlerce içerik arasından “gerçeğe” ulaşmak bir lüks halini almıştır. Bu doğrultuda hayatta kalmaya çalışan haber odaları da genel içeriklerine nazaran daha kaliteli ve özgün içeriklerini abonelik yöntemi ile ücretli içerik haline getirmeye başlamıştır. Uluslararası medyada pek çok haber odası bu yöntemle gelirlerini artırmış olsa da (Global Digital Subscription Snapshot, 2019; Soydan, 2018) Türkiye’de okurların hala içeriğe para verme konusunda çekimser olduğunu (Öğreten, 2018) söylemek gerekmektedir. Sonuç olarak blokzincir teknolojisi gazeteciliği “iyileştirmek” için de düşünülme başlanmış ve bu bağlamda çeşitli denemeler yapılmıştır.

Blokzincir tabanlı gazetecilik, merkezi kontrolden uzaklaşarak dağıtık bir sisteme dayalı, kişiselleştirilmiş haber sağlayan bir gazetecilik modeli önermektedir. Kim ve Yoon’a göre (2018: 2) blokzincir tabanlı gazetecilik temelde üç şeyi başarmayı hedeflemektedir. İlk olarak blokzincir tabanlı gazetecilik okurlara paylaşmaya değer içerikler sunmaktadır. Bu sistemde sahte haberler engellenmekte ve içerikler kamu yararı göz önünde bulundurularak üretilmektedir. İkinci olarak bu sistem hem geleneksel gazeteciliğin hem de internet platform yöneticilerinin sahip olduğu gücü en aza indirmeyi hedeflemekte, böylelikle gündem yaratma işlevini otomatikleştirmekte ve gazetecilere bırakmaktadır. Son olarak blokzincir tabanlı gazetecilik sistemi farklı görüşlerin özgürce dile getirebildiği bir kamusal alan olma potansiyelini barındırmasıyla toplumsal kalkınmaya katkıda bulunabilmektedir.

Güncel olarak medya sektöründe denenmekte olan iki tip blokzincir kullanımından bahsedilmektedir. Bunlar, gazetecilerin ve medya şirketlerinin günlük olarak kullandıkları meta verileri güvenli bir şekilde blokzincirde depolamak ya da depolamaya ek olarak kriptopara ve yönetişime dayalı şeffaf ve hesap verebilir bir iş modeli olarak hibrit bir yaklaşım benimsemek olarak sıralanmaktadır. Po.et, AdChain, SocialFlow gibi girişimler ilk yaklaşımı benimserken, gazetecilik için merkezsiz bir Pazar mottosuyla ortaya çıkan Civil ise ikinci yaklaşıma girmektedir. (Ivancsics, 2019). Adchain, dijital reklamcılık sektöründe reklam verenlerin hangi web sitelerinin sahte olduğunu anlayabilmelerine yönelik bir kayıt defteri işlevi görmektedir, (adChain, 2018) SocialFlow ise medya şirketleri için özel olarak geliştirilmiş bir sosyal dağıtım ve para kazanma platformu olarak tanımlanmaktadır (SocialFlow, n.d.). Web’deki içeriklerin korunmasına yönelik bir blokzincir olarak Po.et ise dijital ortamda yayımlanan içeriklerin lisanslanmasına sağlayan bir sisteme sahiptir. “Proof of existence” (varlık kanıtı) sistemiyle çalışan proje, dijital varlıklara dair içeriğin yer ve zaman verisiyle damgalanmasını sağlayarak dijital içerik üreticilerinin fikri haklarını korumayı amaçlamaktadır (po.et, n.d.). Ülkemizde benzer sistemle çalışan Proofstack platformu da buna örnek verilebilmektedir. Proofstack blokzincir teknolojisi kapsamında kullandığı “zaman damgası” ile herhangi bir içeriğin mahkemede kullanılacak bir delil niteliği kazanmasını sağlayabilen ve telif haklarını koruma yönelik çalışan bir çeşit çevrimiçi noter olarak tanımlanabilmektedir. Bu işlem ülkemizde yürürlükte olan 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu’na uygun delil üretmeye imkân

sağlamaktadır. Dolayısıyla Proofstack uygulaması aracılığıyla blokzincire kaydedilen bir belge ülkemiz mahkemelerinde delil olarak kullanılabilir (Sakarya,2019). Demir de (2019:37) ülkemizde telif haklarını düzenleyen Fikir ve Sanat Eserleri Kanununun (5864 sayılı) teknolojik gelişmeler karşısında esneklik barındırmaması sebebiyle yetersiz kaldığını, bu bağlamda çevrimiçi materyallerin telif haklarının korunmasına yönelik blokzincir teknolojisinin kullanılabilirliğini ifade etmektedir.

Bunlara en olarak blokzincir tabanlı bir sosyal ağ sitesi olan Steemit ise kripto para birimleri ile topluluk oluşturma ve sosyal etkileşimi destekleyen bir blokzincir veri tabanı olarak tanımlanmaktadır. Reddit, Facebook, Twitter gibi sosyal ağ sitelerinde kullanıcıların ürettikleri içerikler milyarlarca dolar değer yaratmakta ve kazançlı olan taraf, yüksek etkileşim alan içeriklere verilen reklamlar dışında çoğunlukla site sahipleri olmaktadır. Steemit, bünyesinde platforma katkı sağlayan kullanıcıları ödüllendirerek geleneksel sosyal ağ sitelerinin aksine içeriklerden üretilen değer direkt olarak kullanıcılara ulaşmasını hedeflemektedir. Steemit içerisinde kullanıcılar ürettikleri içeriklerin beğenilme oranına göre Steem token⁵ veya Steem dolar ile ödüllendirilmekte, tüm sistem bir çeşit oylama ile işlemektedir (Steem, 2018). Bunun yanında sistem içerisinde, kullanıcı hesabını ağının geri kalan kullanıcılara kıyasla sahip olduğu etki miktarını temsil eden Steem Gücü (Steem Power) adında kazanılmış bir faiz bulunmaktadır (Yeni Başlayanlar için: Steemit Nedir?, 2017). Thelwall (2017:748) ise bir Steemit gönderisinin finansal değerini etkileyen bileşenleri araştırdığı çalışmasında, ilk paylaşımlar için verilen miktarın tipik kullanıcıların için motive edici bir faktör olmayacak kadar düşük olduğu görülse de, takipçi sayısı arttıkça gönderilerden elde edilen gelirin arttığını tespit etmiştir. Temelde bir ödüllendirme mekanizmasına bağlı olduğu için oyunsal bir deneyimi andıran bu sistemin, daha fazla takipçi edinmeyi sağlayan sosyal kapital ile gelir sağladığını söylemek mümkündür.

Günümüzde gittikçe daha merkezi bir hal alan bir internet ile karşı karşıya bulunmaktayız. Birkaç büyük teknoloji şirketinin veri akışını kontrol ettiği bu sistem, web'in yaratıcısı Tim Berners-Lee'ye göre temelde bir teknoloji probleminden çok bir sosyal soruna işaret etmektedir. Tim Berners-Lee, web'in zaten dağıtık yapıda olduğunu, ancak sorunun bir arama motorunda, bir sosyal ağda ve bir mikroblog olan Twitter'ın ağdaki baskınlığında olduğunu ifade etmektedir (Hardy, 2016). Mougavar'a (2016:5) göre ise blokzincir web tarafından temsil edilen internet teknolojisi tarihinin devamının bir parçasıdır. Mougavar, dünyanın dört bir yanındaki insanın web'e bağlanması gibi, milyonlarca insanın blokzincire bağlanacağını öngörmekte ve blokzincir kullanımının yayılma hızının, web yayılması hızını aşarsa şaşırılmaması gerektiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda blokzincir teknolojisinin farklı sektörler açısından içerdiği potansiyeli değerlendirmek önemli bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Çalışmanın devam eden bölümünde blokzincir temelli gazetecilik girişimleri üzerinden bir inceleme gerçekleştirilmektedir.

3 Blokzincir Tabanlı Medya Platformu Örnekleri

Çalışmanın bu bölümünde blokzincir teknolojisi kullanan medya platformları, içinde bulunduğumuz dijitalleşme çağında internet medyasının yarattığı ekonomik ve etik problemlerin çözümüne yönelik içerdikleri potansiyel çerçevesinde ele alınmaktadır. Bu bağlamda blokzincir teknolojisi kullanan en bilindik ve faaliyet gösterme süreleri olarak yeni

⁵ Kriptoparalar "coin (para)" ve "token (jeton)" olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Kendisine ait bir blokzinciri olan kriptoparalara "coin" denirken, başka bir blokzincir içerisinde işlem görenlere "token" adı verilmektedir (Güven ve Şahinöz, 2018:85)

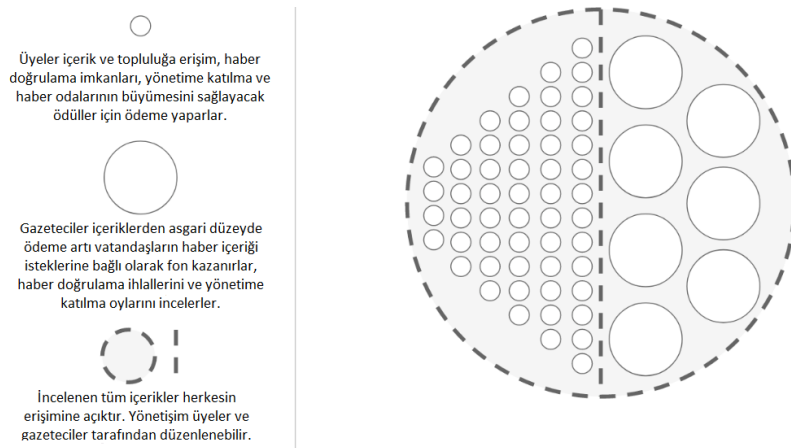
girişimlere nazaran daha sistemli bir yapıya sahip olan Civil, DNN Medya ve Publiq adlı medya platformlarının çalışma tarzları üzerine bir inceleme gerçekleştirilmiştir.

3.1 Civil

Blokzincir tabanlı bir gazetecilik platformu olan Civil, Ethereum token tabanlı şifreleme sistemi kullanan alternatif bir gazetecilik modeli sunmaktadır. Ethereum platformu da Bitcoin'in blokzincirine benzer bir sistem kullanmaktadır; ortak kullanıma açık ve tüm geçmişin dağıtık bir şekilde her terminalde bir kopyasının bulunduğu bir blokzincirdir. Ethereum'un Bitcoin'den farklı ise "akıllı kontratların" olmasıdır. Akıllı kontrat, taraflar taahhütlerini yerine getirdiğinde veya zamanı geldiğinde değer aktarımı gerçekleştirmektedir (Güven ve Şahinöz, 2018: 105). Çok sayıda katılımcının katkılarıyla çalışan bu sistem, merkezi bir kontrol mekanizması olmamakla beraber kendi kendini yönetmektedir. Kim ve Yoon, (2019: 4) Civil'de beş tür katılımcı bulunduğundan bahsetmektedir. Buna göre katılımcılar;

- ❖ Gazetecilik danışma kurulu: Ağda herhangi bir anlaşmazlık yaşanması durumunda düzenleme işlevi gören ve gazetecilik uzmanlarından oluşan bağımsız bir kuruluştur.
- ❖ Memurlar: Haber odasını, haber üreticileri ve vatandaşların onayı ile oluşturulan tüzüğe göre yönetmektedirler. Haber odasındaki operasyonlardan sorumludurlar.
- ❖ Haber üreticileri: Fotoğrafçılar, video muhabirleri, editörler, illüstratörler ve haber odası içeriğini oluşturan diğer tüm gazetecilerden oluşmaktadır.
- ❖ Vatandaşlar: Haber tüketicileridir. CVL adlı tokenler aracılığıyla içeriklere erişim sağlamaktadırlar.
- ❖ Doğrulayıcılar: Gazeteciliğin temel unsuru olan "gerçekliği" kontrol ederler. Doğrulayıcılar, ağ içerisinde yüksek bir itibar kazanmaya yönelik çalışırlar. Bu süreçte CVL token ve çeşitli ödüller ile motive olurlar.

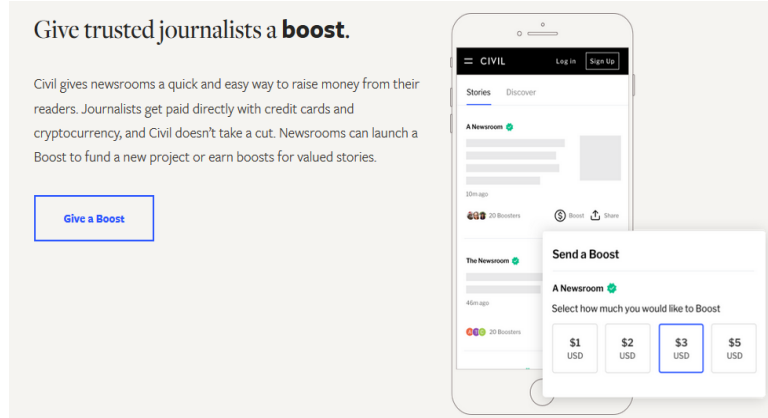
Civil sistemi, içeriklerin yayınlanmasında ve editoryal süreçlerinde gazetecilere bağımsızlık kazandıran bir sistem olarak çalışmaktadır. Buna göre, okurlar istedikleri içeriklere ulaşmak için ödeme yapmakta ve gazeteciler de direkt olarak bu gelirden faydalanabilmektedir. Civil'in herhangi bir aracılık ücreti almadığı bu sistemde, haber odalarının vatandaşların belli bir konunun medyada yer almasını sağlamak için fon toplamasına da olanak sağlanmaktadır (Şekil.1) (Civil, 2017).



Şekil.1: Civil çalışma sistemi

Civil sistemi genel olarak vatandaşların "iyi bir gazetecilik" istemlerine dayanmaktadır. Okurlarda, sahte haberlere imkân tanımayan bir ekonomik sistem olarak, özgür ve bağımsız

gazeteciliği destekleyen ve kaliteli içerik üretilmesine imkân veren platformdan faydalanmak için CVL kripto parası veya kredi kartı ile ödeme yapmaları beklenmektedir (Bkz. Resim.2) (CIVIL, n.d.).



Resim.2: Civil ödeme seçenekleri

Civil, özgür ve açık bir basın; özgür ve adil bir toplumun temelini oluşturduğu ilkesi üzerine kurulmuştur ve bu bağlamda teknoloji, ekonomi ve siyasetteki küresel değişimin bu amaca ulaşılmasını sağlayan temel koşulları değiştirdiği inancına sahiptir. Bu bağlamda etik gazeteciliği sağlamak adına oluşturulan “Civil Anayasaya” (The Civil Constitution) tabi olarak işlemektedir. Civil medya şirketi, bu bağlamda Civil anayasasının uygulanmasını Civil Vakfı ile desteklemektedir. Civil Vakfı ise, avukatlar, kıdemli gazeteciler ve gazetecilik uzmanlarından oluşan bir gözetim organı olan Civil Konsey’e ev sahipliği yapmaktadır. Vakıf, Civil Anayasa’yı doğrudan ihlal ettiği tespit edilen durumlarda topluluk kararlarını bozabilecek bir temyiz organı olarak hareket etmektedir. Bunun yanında Konseyin tüm kararları, Konsey üyeleri arasındaki muhalif görüşlerde de dahil olmak üzere topluluğun incelemesine sunulmaktadır. Bunun yanında Civil medya şirketi, zaman içerisinde ağı boyutunun büyümesiyle doğru orantılı olarak büyümesi gerektiği ve yine bu büyümeye bağlı olarak Civil medya kuruluşunun seçtiği temsilcilerin ötesinde ağı büyük bir bölümünü temsil edecek demokratik yöntemler kullanılan bir geleceğe doğru evrilmesi gerektiği gibi düzenlemeleri de göz önünde bulundurmıştır (İles, 2018).

Gelecek vaat eden ve büyümekte olan bir proje olan Civil, 2018 yılında Forbes (2018) gazetesi ile anlaşma yapmış, bu doğrultuda içeriklerinin bir kısmını burada yayınlamaya başlamıştır. Civil bugün, bünyesinde 70’den fazla haber odası, binden fazla gazeteciye barındırmakta ve 6 kıtadan 28 ülke içerisinde temsil edilmektedir. Blokzincir tabanlı Civil sistemi, içerisinde yer alan içerikler üzerinde değiştirme, silme işlemlerinin yapılamaması, sahte haberlerin sistem içinde yer almasını engelleyen bir ekonomik sisteme sahip olması, şeffaf, güvenilir, fikri haklara saygılı ve hem gazeteciler hem de okurlar için etkili bir gazetecilik sunmasıyla, yeni medya çağında gazeteciliğin yüzleştiği etik problemlere karşı bir çözüm ortaya koymaktadır. Civil platformu diğer yandan kullandığı kriptopara ekonomisi ile, reklamverenler ve algoritmalar gibi araçların ortadan kalktığı bir sistem yaratmış, böylelikle okur ile yazar arasındaki bağı yeniden kurulmasını sağlamıştır.

3.2 DNN Medya

DNN Medya Ethereum blokzincirine dayalı bir sistem olarak Civil benzeri bir medya deneyimi sunmaktadır. Merkezsiz Haber Ağı (Decentralized News Network) anlamında gelen DNN, hazırladıkları tanıtım bültenlerinde (Singh ve Taylor, 2018) bu oluşumun ortaya

çıkmasını zorunlu kılan etkenlerden bahsetmektedir. Web 1.0 ve web 2.0 dönemlerinin başında internet farklı kesimlerden bireylere seslerini duyurmaları için dijital bir alan sunmuşsa da günümüzde dijital medya sektörü bir avuç büyük şirketin elinde bulunmaktadır. Bu sorunun yanında raporda, medyaya olan güvenin gittikçe azalmış olması, sahte haberlerin yaygınlaşmasına yönelik sürdürülebilir çözüm geliştirilememesi, dijital haber sitelerinin daha fazla tıklanmak için “tık tuzaklarına” başvurması, bu doğrultuda bireylerin haber almak için sosyal medya ağlarına yönelmesi ve bu durumun bir “filtre balonuna” sebebiyet vermesi ile farklı görüşlerin görünmez hal alması gibi sebepler dolayısıyla bir çözüm geliştirmek zorunluluğunun ortaya çıktığından bahsedilmektedir. DNN medya, halka doğruları en iyi biçimde aktarabilmek üzere, gazeteciler, okurlar ve hakemlerden oluşan merkezi olmayan bir ağ olarak tasarlanmış olup, ana akım medyaya güvenilir bir alternatif oluşturmayı amaçlamaktadır. Blokzincir ve DNN token ile çalışan bir gelir modeli sunan sistem, reklam verenlere olan ihtiyacı ortadan kaldırmakta, sistemin esas gelir kaynağı topluluğun katılımından elde edilmektedir. DNN medya bilgi paylaşımı ve tüketimi için açık ve sisteme katkıda bulunanlar tarafından kontrol edilen bir ortam sunarak yeni bir şeffaflık türü oluşturmayı hedeflemekte ve özgür bir gazetecilik pratiği oluşturulurken, blokzincir teknolojisi ile içeriklerin asla kaybolmaması sağlanmaktadır. DNN blokzincirine eklenen veriler “zaman damgası” sayesinde değiştirilemez olduklarından, bu bilgilerin manipüle edilmesi de imkânsız hale gelmektedir. Herhangi bir özel ilgi alanına veya siyasi gündeme bağlı olmayan DNN, reklam geliri için yarışmamakta ve bu da onu daha büyük yayıncılara bağlı olan çoğu yayından ayrı bir kategoriye yerleştirmektedir (Singh ve Taylor, 2018: 1-6). Topluluğun katılımı, sistemin çalışmasını sağlayan temel dinamik olduğundan, içeriklerin belli bir otoriteye veya görüşe bağlı olarak tektipleşmesinin önüne geçilmektedir. Son olarak güvene dayalı bir sistem olarak DNN, katkıda bulunanların birbirlerini tanımalarına veya bir işlemi doğrulamak veya onaylamak için üçüncü taraf bir aracıyla ilişkilendirilmesine gerek olmaksızın çalışabilmektedir.

DNN, her birinin ağı temel işlevlerini ve çerçevesini oluşturan anahtar rolleri ve katkıları olan dört tür aktörden oluşmaktadır. Bunlar, yazarlar, okular, yayıncılar ve hakemlerden oluşmaktadır. Yazarlar ya da muhabirler, haber içeriğini gönderen kişiler olarak tanımlanmaktadır. Bunlar serbest gazeteci, blog yazarı veya ortalama bir küresel haber tüketicisi olarak her türden katılımcı olabilmektedir. Ancak sisteme gönderilen her içeriğin yayınlanacağı kesin değildir. İçeriklerin yayınlanabilmesi için yazarların DNN içerik yönergesine uymaları gerekmektedir.

Hakemler, ya da editörler ise, bir içeriğin yayınlanmadan önce okur tüketimi açısından uygun olup olmadığını kontrol etmektedirler. Hakemlerin inceleme süreci, gramer hatalarını tespit etme, yanlışlık veya şüpheli ifadeleri gösterme, içerik sınıflandırması gibi süreçleri kapsayabilmekte, en önemlisi ise DNN içerik yönergesine uygunluk durumu araştırılmaktadır. Hakemler içerikleri değiştirme yetkisine sahip değildir, bunun yerine bir içeriği kabul ya da reddedebilmektedirler. Ağ, her bir içerik için rastgele olarak yedi hakem atamakla beraber, bu hakemler her türlü gizli anlaşmadan kaçınmak için birbirlerinin kimliklerinden habersiz bırakılmaktadırlar. Hakemler, değerlendirmeye dahil olmak üzere seçilmesini istedikleri makaleler için tokenler ile teklif vermekte, bu doğrultuda içerikler değerlendirmeye alınmaktadır.

Bir diğer aktör olan okurlar ise haber tüketicileridirler. Geleneksel haber tüketim formatının aksine, DNN okurları okudukları içeriğin şekillendirilmesinde aktif rol oynamaktadırlar. Okurlar içeriklere yorum yapabilmekte, not ekleyip paylaşabilmekte, beğendikleri içerikler için bahşiş verebilmekte veya şüpheli buldukları makaleleri işaretleyebilmektedirler (Bkz.Resim.1) (DNN, n.d.):

Young Boy Injured in Kashmir Violence

 Joselin Dash | 2 hours ago

Joselin (author) claims to have been a witness to the events within this piece. Some events are still being verified. This article has been labeled as **FIRST-HAND ACCOUNT** and should be read with caution until further details have been corroborated or verified by others.

- Contributor Notes
- Reader Notes
- Historical Context
- Author's Media

What is the issue?

Farzan Sheikh, then 16, was shot in the left eye by an Indian policeman with a pellet gun on March 28, 2017.

What are the known facts?

The information within this section is a result of the culmination of in person interviews that I have conducted.

Mookma Muhammad, a local native that I spoke to, reported that a 16-year-old boy by the name of Farzan Sheikh went onto the street, where he witnessed a corpse carried by mourners in the early morning of March 28th, 2017. Mookma explains that Farzan heard pro-Kashmir slogans and a group of Indian police using shooting pellet rounds and tear gas

Reader Notes

Some readers have flagged this statement for confusion over the origins of the conflict between police and the crowd. At least 5 readers have reported this. [View Reader Comments.](#)

Resim.1: DNN Medya içerik örneği

Bunun yanında DNN, abonelik ve haber başına ödeme sistemlerinin kombinasyonunu uygulamanın alternatif bir yolunu araştırmayı hedeflediklerini ifade etmektedir. Son olarak yayıncılar ise ağır insan aktörleri olan okurlar, hakemler ve yazarların dışında, Ethereum blokzincirindeki insan aktörler ve DNN ağı arasındaki bir proxy⁶ görevi gören server nodları⁷ gibi çalışmaktadırlar. Yayıncıların temel amacı, DNN yazılımını merkezi bir sunucuda buldurmak yerine merkezi olmayan bir ağda saldırıya dayanıklı bir şekilde depolanmasını sağlamaktır (Singh ve Taylor, 2018: 7-11). DNN ekonomisi ise DNN tokenine bağlı olarak çalışmaktadır. İçeriklere yönelik mikro bir ödeme sistemi şeklinde çalışan gelir modelinde DNN tokenler 18 ondalık basamağa kadar bölünebilmektedir. (Singh ve Taylor, 2018: 13). Böylelikle kullanıcılar katkıda bulunmak için büyük rakamlar ödemek zorunda kalmadığından, ödeme yapma motivasyonlarının kırılmamasının sağlandığını söylemek mümkündür. Bunun yanında DNN noktası adı verilen enstrüman ise, zamanla ağın büyümesi ve token talebinin artması dolayısıyla içerik başına ne kadar token verilmesi gerektiğini düzenleme esnekliği sağlamaktadır.

DNN medya, Civil gibi platformlar gazeteciliğin dijital medya çağında karşılaştığı ekonomik ve etik problemlere bir çözüm önerisi olarak ortaya çıkmıştır. Henüz başlangıç aşamasında bir girişim olsa da, gazeteciliğin yaşadığı problemler için gelecek vaat ettiğini söylemek mümkündür. DNN Medya topluluk katılımı temelinde kurduğu ekonomik sistemi ile reklamverenlere olan ihtiyacı ortadan kaldırmakta, bunun yanında haber başına ödeme ve abonelik yöntemi gibi farklı gelir modellerini bir arada kullanarak okurlara alternatif yöntemler sunmaktadır. DNN medyanın kripto paraların mikro ödeme avantajlarından faydalanarak okurları zorlamadan gelir sağlama yaklaşımı da sistemin sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından ciddi faydalar içermektedir.

⁶ Proxy, internete erişim sırasında kullanılan bir vekil sunucudur. Bir ağ sayfasına erişimden doğrudan bağlantı yerine aracı bir sunucu ile bağlantılması ile karşı taraf, bağlanan esas makineyi değil Proxy sunucusunu görmekte, böylelikle kimliğini gizleyebilmektedir. Bunun yanında daha fazla hız, daha fazla kontrol, güvenlik ve gizlilik sağlar. (Vikipedi)

⁷ Nodlar (düğüm), bir blokzincir üzerinde meydana gelen kripto para işlemlerini takip etmek için kullanılan defterlerin birer kopyasıdır. Nodların temel amacı ise blokzincirin bütünlüğünü korumaktır. Dünyanın yalnızca tek bir yerinde sadece tek bir nod varsa dahi tüm bir blokzincirin geçmişi korunabilmektedir. (koinbulteni.com)

3.3Publiq

Publiq platformu, kar amacı gütmeyen bir kuruluş olan PUBLIQ tarafından, özgür haber ve medya içeriği oluşturmak ve paylaşmak üzere tasarlanmıştır. Publiq, Civil ve DNN medya ile aynı kaygıları barındıran bir proje olarak ortaya çıkmakla beraber, bu iki platformla arasında çeşitli farklılıklar bulunmaktadır. Diğer platformların aksine Publiq, sisteminde reklam verenlere de bir yer ayırmaktadır. Reklamlar ücretsiz olan tüm içeriklere eklenmekte ve platforma abone olmayan okurlar ücretsiz içeriklerde bu reklamlar ile karşılaşmaktadır. Publiq'in diğer platformlardan bir diğer farklı ise blokzincirin yanında yapay zekâ teknolojisinin de kullanılmasıdır. Publiq, yapay zekâ aracılığıyla reklam verenlerin mesajlarını daha iyi hedeflemelerini sağlamaktadır. Bu sistemin abonelik hizmeti ile içerik dağıtan bir sistemden farklı ise, reklam gelirinin yüzde 100 yazarlar ve kanallar arasında dağıtılıyor olmasında yatmaktadır (Bryanov,2018).

Farklı görülen yanlarının dışında Publiq kullanıcıları Facebook'taki gibi içerikleri beğenme, paylaşma gibi fonksiyonlara sahiptir. Yazarlar beğeni, paylaşma oranlarına göre itibar puanı kazanmakta, bu puan ise içeriğin daha fazla yayılmasında ve gelir elde etmede büyük etki sahibi olmaktadır. Sistemde Publiq platformunda kullanılan kripto para olan PBQ madenciliği yapanlar, içerik depolamaya yardımcı olanlar ve yazarlar olarak üç temel aktör bulunmaktadır. Buna ek olarak Saka (2018), burada Civil platformunda olduğu gibi bir editöryal hazırlığın yapılmadığının altını çizmektedir. Bu bağlamda yalnızca teknolojinin sahte haberler, farklı görüşlerin adil biçimde temsil edilmesi gibi problemleri çözebileceğine olan inancın soru işaretleri oluşturduğunu söylemek gerekmektedir.

Civil, DNN Medya, Publiq gibi oluşumların yanı sıra, medya sektörü içerisindeki problemlere çözüm aramak üzere yola çıkan fakat içerik oluşturmaktan çok bir "kitle fonlama sistemi" olarak çalışan "Honeycomb"dan da bahsetmek gerekmektedir.

Honeycomb, diğer platformların aksine bir mobil uygulama olarak çalışan bir blokzincir teknolojisi sunmaktadır. Honeycomb, kullanıcılar akıllı telefonlarını kullanmadıkları zamanlarda telefon işlemcileri ile kripto para madenciliği⁸ yapmalarına imkan sağlayan bir sistem geliştirmiştir. Honeycomb'un kendi "etki hesaplayıcısına" göre, bu madencilik yöntemi ile ayda 3 dolarlık bir üretim yapmanın mümkün olduğu ifade edilmektedir. Honeycomb'un mobil uygulaması ile kullanıcılar telefonları prize takılıyken hem işletim gücü hem de telefon bataryasından faydalanarak "Monero" adlı kripto parayı üretebileceklerdir. Kazanılan paranın ise kullanıcının istediği medya kuruluşuna aktarması hedeflenmektedir (Saka,2018).

Gazetecilikte blokzincir kullanımının bir diğer örneği ise New York Times'in Ar-Ge grubu tarafından yürütülen The News Provenance Project (Haber Kaynak Projesi)'dir. İlk çalışmalarında foto muhabirliğine odaklanan oluşum, fotoğrafların dijital ortamda kolayca manipüle edilmesine karşı blokzincir teknolojisinin sunduğu çözümlere odaklanmaktadır. Buna göre blokzincire kaydedilen bir fotoğrafın, üzerindeki "zaman damgası" sayesinde manipüle edilip edilmediğinin anlaşılması kolaylaşacaktır. Benzer bir işleve sahip olan Medichain Labs adlı girişim ise 2017 yılında Spotify tarafından belirli bir müzik dosyasının nereden geldiğini takip edebilmek üzere satın alınmıştır (Benton, 2019).

Gazetecilik ve sosyal ağ platformlarında blokzincir kullanımı ülkemizde de yeni yeni düşünülmeğe başlanmakta ve bu konuda çeşitli gelişmeler meydana gelmektedir. Örneğin

⁸ Kripto para madencileri, kripto para üretimi yapan ve blokzincir üzerindeki işlemleri doğrulayan kişilere denmektedir. Madenciler esasen bir blok içerisinde şifrelenmiş olarak verilen problemleri çözmek için bilgisayarlarının işlemci ve ekran kartı gücünden faydalanmaktadır. Bu işlem hem yeni bilgilerin blokzincir üzerine kaydedilmesini sağlar, hem de kripto para üretimini gerçekleştirir. (<https://kriptokilavuz.com/kripto-para-madenciligi-nedir/>)

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

kripto para ve blokzincir teknolojileri ile ilgili bir haber portalı olan “CoinTürk”, bir başka Türk blokzincir girişimi olan “Proofstack” ile işbirliğine gitmiş, bu işbirliği neticesinde Proofstack altyapısını kullanmaya başlayan CoinTürk, yazılı ve görsel içeriklerin dünyada korunabilmesi amacıyla blokzincir protokollerini kullanan ilk Türk medya kuruluşu olmuştur (CoinTürk, 2018). Proofstack ise Po.et benzeri bir yapıya sahip olup “dünyanın online noteri” misyonuyla ortaya çıkmış ve en büyük teknoloji portallarından biri olan Techcrunch tarafından gelecek vadeden üç blokzincir girişiminden biri olarak seçilmiştir (<https://tr.proofstack.io/index.html>).

Görülmektedir ki blokzincir teknolojisi Civil, DNN Medya, Publiq gibi başlı başına bir gazetecilik platformunun inşa edilmesinde veya New York Times gibi büyük küresel haber odaları tarafından proje bazlı olarak kullanılabilir. İncelenen örnekler göstermektedir ki, farklı biçimlerde ve ölçeklerde de olsa blokzincir teknolojisi dünya tarafından benimsenmekte ve gazetecilik için barındırdığı potansiyel fayda değerlendirilmektedir. Bu bağlamda güncel örnek ve çalışmalar, blokzincir teknolojisinin yakın gelecekte daha fazla girişim tarafından deneneceğinin sinyallerini vermektedir.

Sonuç

Yeni medya teknolojileri pek çok sektörde köklü değişimler yaratmış, bu bağlamda gazetecilik mesleği de hem mesleki pratikleri hem de bir işletme yapısı olarak büyük değişiklikler geçirmiştir. Medyaya güvenin azaldığı, ekonomik sürdürülebilirliği sağlamanın gittikçe zorlaştığı günümüzde gazeteler için yeni medyanın gerekliliklerine uyum sağlayacak düzenlemeler yapmak kaçınılmaz hale gelmiştir. Gazetecilik mesleğinin içerdiği toplumsal sorumluluk düşüncesi, bugünün yoğun rekabet koşullarında her zaman olduğundan daha da önem kazanmış durumdadır. Tıklanma yarışının süregeldiği, çok sayıda medya platformunun rekabet yarışı içinde olduğu bu ortamda maddi kazanç sağlarken mesleki etik ilkeleri gözetmek büyük bir zorluk teşkil etmektedir.

Günümüzde birçok haber odası, yeni medya ortamının güncel koşulları sebebiyle başta iş modelleri olmak üzere birçok alanda uyarlamalar ve değişiklikler yapmaktadır. Söz konusu gelir modelleri olduğunda, geleneksel basılı gazete dönemindeki iş modelleri çalışmamakta, gazeteler abonelik modeli, ödeme duvarı, İCO’lar gibi daha okur ve içerik odaklı modelleri deneme yoluna gitmektedir. Bu çalışmada da gazetecilik mesleğinin mücadele ettiği finansal ve etik krize bir çözüm önerisi olarak blokzincir teknolojisi ve bu bağlamda kriptopara ekonomisi ele alınmış ve gittikçe popülerleşen bu sistemin kullanım olanaklarına dair literatürdeki boşluk giderilmeye çalışılmıştır.

Çalışma kapsamında incelenen blokzincir tabanlı gazetecilik örnekleri göstermektedir ki, blokzincir teknolojisi gazeteciliğin yüzleştiği sorunlar için önemli fırsatlar içermektedir. Blokzincir teknolojisi, başta mikro ödemeler aracılığıyla okurun bütçesini sarsmayacak ödeme seçenekleri barındırması, okurun istek ve ihtiyaçlarına önem veren içerik odaklı bir gazetecilik anlayışını gündeme getirmesi ve algoritmaların webdeki tahakkümüne karşı alternatif bir sistem sunması ile dikkat çekmektedir. Blokzincir teknolojisinin gazeteciliği kurtaracak bir teknoloji olup olmadığı halen bir tartışma konusudur. Ancak hem küresel örnekler hem de yapılan akademik araştırmalar göstermektedir ki blokzincir teknolojisinin pek çok sektörde olduğu gibi gazetecilik mesleği için de yaygınlaşması kaçınılmazdır. Bu bağlamda ülkemizde de blokzincir tabanlı gazetecilik girişimlerine önem verilmesi ve bu alanda daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir.

Kaynakça

adChain (2018). <https://medium.com/metax-publication/reminder-to-please-follow-the-metax-publication-for-more-content-related-to-metax-adchain-and-7d95547dbcd5> (13.01.2020).

Al-Saqaf, W. ve Seidler, N. (2017). “Blockchain Technology For Social Impact: Opportunities And Challenges Ahead”, *Journal Of Cyber Policy*, 2(3): 338-354

Atalay, G.E. (2018). “Blokzincir Teknolojisi Ve Gazeteciliğin Geleceği”, *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2 (2): 45-54.

Benton, J. (2019, July 24). *A New York Times blockchain Project aims to help convince people that a photo really is (or isn't!) what it seems to be* https://www.niemanlab.org/2019/07/a-new-york-times-blockchain-project-aims-to-help-convince-people-that-a-photo-really-is-or-isnt-what-it-seems-to-be/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=d08f7262fb-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-d08f7262fb-396411385. (12.02.2020).

Binark, M & Bayratutan, G. (2013). *Aydın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*. İstanbul: Kalkedon.

Blockchain Node (Düğüm) Nedir? (n.d.). <https://koinbulteni.com/blockchain-node-dugum-nedir> (13.01.2020).

Boucher, P., Nascimento, S., ve Kritikos, M., (2017). “How Blockchain Technology Could Change Our Lives”, *Science and Technology Options Assessment*, 6-20, Brüksel.

Bryanov, K. (2018). *Fixing the News: Blockchain-Powered Solutions for Media Crisis* <https://cointelegraph.com/news/fixing-the-news-blockchain-powered-solutions-for-media-in-crisis> (13.01.2020).

Cambridge Sözlüğü web sayfası (2020). <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/clickbait> (10.02.2020).

CIVIL (n.d.). <https://learn.civil.co/> (13.01.2020)

Civil Journalism (2017). *Civil: Self-Sustaining Journalism* https://medium.com/@Join_Civil/civil-self-sustaining-journalism-a5caa49005c3 (13.01.2020).

Coin Türk, (2018, April 30). *Proofstack ve CoinTürk Blockchain İşbirliği* <https://cointurk.com/proofstack-ve-cointurk-blockchain-isbirligi> (13.01.2020).

Çonkar, M.K. ve Canbaz, M.F. (2018). “Kitle Fonlaması Finansman Yöntemi: Türkiye’de Sistemin Geliştirilmesine Yönelik Öneriler”. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*. 5(2): 119-132.

Daşkıran, L. (2016). *Bitcoin: Dijital Dünyanın Finansal Otoriteye Başkaldırısı* <https://epnext.com/bitcoin-dijital-dunyanin-finansal-otoriteye-baskaldirisi/> (13.01.2020).

Demir, E. M. (2019) “Yeni İletişim Teknoloji Bağlamında Fikri Mülkiyet”, *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, Sayı:2: 35-48.

Dönmez, İ.H. (2010). “İnternet Haberciliğinde Tıklanma Kaygısı ve “Kapan” Manşetler”, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. Sayı: 14:105-127.

DNN (n.d.). <https://dnn.media/> (13.01.2020)

Evers, H. (2018). *İnternet Haberciliği: Yeni Etik Sorunlar mı?* <http://ilefarsiv.com/etik/wp-content/uploads/internet-gazeteciligi-yeni-etik-sorunlar-mi.pdf> (13.01.2020).

Forbes (2018). *Forbes Becomes First Major Media Brand to Experiment with Publishing on Civil Platform* <https://www.forbes.com/sites/forbespr/2018/10/09/forbes-becomes-first-major-media-brand-to-experiment-with-publishing-on-civil-platform/#5e16ee6577c1> (13.01.2020).

Şeffaflık Medya Okulu (2019). *Gazetecilik ve Kitleleşme Fonlama*, <http://www.seffaflik.org/wp-content/uploads/2019/02/%C5%9Eeffaf%C4%B1k-Medya-Okulu-6.2.2019.pdf> (10.04.2020).

Genç, Ş. ve Surer, E. (2019) “Sosyal Medyada “Clickbait” Haber Başlıklarının Makine Öğrenmesi Algoritmaları ile Tespit Edilmesi”, *Signal Processing and Communications Applications Conference (SIU)*: 1-4.

Global Digital Subscription Snapshot (2019). https://fipp.s3.amazonaws.com/media/documents/GDS_Snapshot_2019_Nov_FIPP.pdf (13.01.2020).

Güçlütürk, O. (2019). “Blokzincir Üzerinde Depolanan Verilerin Kişisel Veri Niteliği ve Silinemezlik, Yok Edilemezlik Sorunu”, *Kişisel Verileri Koruma Dergisi*, 1 (2): 30-40.

Güven, V. ve Şahinöz, E. (2018). *Blokzincir-Kripto Paralar-Bitcoin*. İstanbul: Kronik Kitap.

Hardy, Q. (2016). *The Web’s Creator Looks to Reinvent It* <https://www.fordfoundation.org/the-latest/in-the-headlines/the-web-s-creator-looks-to-reinvent-it/> (13.01.2020).

Iles, M. (2018). *The Civil White Paper* <https://blog.joincivil.com/the-civil-white-paper-3e6c6f72dd9e> (13.01.2020).

Işık, U. & Koz, K.A. (2014). “Çöp Yığınlarında Haber Aramak: İnternet Gazeteciliği Üzerine Bir Çalışma”, *Humanities Sciences*. 9(2): 27-43.

Ivancsics, B. (2019). *Blockchain in Journalism* https://www.cjr.org/tow_center_reports/blockchain-in-journalism.php (13.01.2020).

Kalender, A.B.(2019). “İnternet Haberciliğinde Clickbait Savaşları: Bir Okuyucu Tepkisi Olarak Limon Haber Örneği”, *Dördüncü Kuvvet*. 2(2): 1-21.

Kim, B. & Yoon, Y. (2018). “Journalism Model Based on Blockchain with Sharing Space”, *Symmetry*. 11 (1):19: 1-17.

Kripto Para Madenciliği Nedir? (n.d.) <https://kriptokilavuz.com/kripto-para-madenciligi-nedir/> (13.01.2020).

Karahan, Ç. ve Tüfekci, A. (2019a). “Blokzincir Teknolojisi ve Kamu Kurumlarınca Verilen Hizmetlerde Blokzincirin Kullanım Durumu”, *Verimlilik Dergisi*, (4):157-193.

Karahan, Ç. ve Tüfekci, A. (2019b). “Blokzincir Teknolojisinin İç Denetim Faaliyetlerine Etkileri: Fırsatlar Ve Tehditler”, *Denetim*, 0 (19): 55-72.

Karahan, Ç. ve Tüfekci, A. (2020). “Blokzincir Teknolojisinin Dijital Kimlik Yönetiminde Kullanımı: Bir Sistemik Haritalama Çalışması”, *Politeknik Dergisi*, ():0-0.

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

Kardaş, S. (2019). “Blokzincir Teknolojisi: Uzlaşma protokolleri”, *DÜMF Mühendislik Dergisi*, 10(2):481-496.

Mougayar, W. (2016). *The Business Blockchain: Promise, Practice, and Application of the Next Internet Technology*. John Wiley & Sons: Hoboken, NJ, USA.

Nakamoto, S. (2008). *Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System*. <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf> (13.01.2020).

Narin, E. (2019). *Kitle fonlama (crowdfunding) nedir? Gazeteciliği kurtarır mı?* (10.04.2020).

Öğreten, T. (2018). *Dünya Online yayın yönetmeni Polat: Türkiye’de dijital abonelik için en şanslı mecra ekonomi haberciliği* <https://www.newslabturkey.org/dunya-online-yayin-yonetmeni-polat-turkiyede-dijital-abonelik-icin-en-sansli-mecra-ekonomi-haberciligi/> (13.01.2020).

Picard. R. (1989). *Media Economics: Concept and Issues*, Newbury Park, CA: Sage.

Proofstack. (n.d.) <https://tr.proofstack.io/index.html> (13.01.2020).

po.et (n.d.). <https://www.po.et/roadmap> (13.01.2020)

Reuters Institute Digital News Report (2018). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf
Erişim Tarihi: 10.04.2020

Saka, E. (2018). *Başka bir blokzincir ve gazetecilik uygulaması: Honeycomb*. <http://platform24.org/yazarlar/3510/baska-bir-blokzincir-ve-gazetecilik-uygulamasi--honeycomb> (13.01.2020).

Saka, E. (2018). *Gazetecilik için yeni bir blokzincir projesi: Publiq*. <http://www.platform24.org/p24blog/yazi/3283/gazetecilik-icin-yeni-bir-blokzincir-projesi--publiq> (13.01.2020).

Sakarya, A. (2019). *Kadir Kurtuluş: Dünyanın online noteri olacağız* <https://startup.capital.com.tr/soylesi/kadir-kurtulus-dunyanin-online-noteri-olacagiz.html> (13.01.2020).

Salgın Var. (n.d.). <https://salginvar.teyit.org/> (10.04.2020)

Stem: An Incentivized, blockchain-based, public content platform (2018). <https://steem.com/steem-whitepaper.pdf> (13.01.2020).

Singh, S. ve Taylor, D. (2018). *Decentralized News Network*. <https://dnn.media/static/storage/DecentralizedNewsNetworkWhitePaperDraftv1.5.6.pdf> (13.01.2020).

SOCIALFLOW (n.d.). <http://www.socialflow.com/> (13.01.2020)

Soydan, B. (2018). *Gazeteler ölümden kurtuluşun yolunu buldu (Türkiye hariç)*. <https://t24.com.tr/yazarlar/baris-soydan/gazeteler-olumden-kurtulusun-yolunu-buldu-turkiye-haric,19144> (13.01.2020).

Swan, M. (2015). *Blockchain: Blueprint for a New Economy*. O'Reilly Media, Inc.

Tatar, J. (2020). *How Blockchain Technology Can Change How We Vote*. <https://www.thebalance.com/how-the-blockchain-will-change-how-we-vote-4012008> (13.01.2020).

Tekin B. E. (2019). “Yerel Yönetimler ve Blokzincir Teknolojisi”, *Kent Akademisi*, 12 (3):475-487.

Thelwall, M.(2018) “Can Social News Websites Pay For Content And Curation? The Steemit Cryptocurrency Model”, *Journal of Information Science*, 44(6):736-751.

Uğur, S., Güler, E., Yıldırım, H., Kurubacak, G. (2018). “Transhümanist Çağda Mega Açık Üniversitelerin Yeniden Yapılandırılabilirliği İçin Stratejik Karar Modeli İle Bir Blokzincir Uygulamasının Geliştirilmesi”, *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 4(3):5-11.

Uzunoğlu, S. (2018a). *Basılı Gazeteler Nostalji Mi Oluyor?* <http://platform24.org/p24blog/yazi/3199/basili-gazeteler-nostalji-mi-oluyor> (13.01.2020).

Uzunoğlu, S. (2018b). “Gazeteci Emeğinin Dönüşümü ve Güvencesizleşme: Türkiye Dijital Haber Odalarının Serbest Muhabirleri Üzerine Bir Çalışma”, *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*. 5(2), 195-218.

Uzunoğlu, S.(2018c). *Ücretli Dijital Abonelik: Hangi Gazete Hangi Modeli Kullanıyor?* <https://www.newslabturkey.org/ucretli-dijital-abonelik/> (13.01.2020).

Vekil sunucu. (n.d.). https://tr.wikipedia.org/wiki/Vekil_sunucu (13.01.2020).

Yeni başlayanlar için: Steemit Nedir? (2017) <https://bitcoinlerim.com/yeni-baslayanlar-icin-steemit-nedir/> (13.01.2020).

Yıldırım, H. (2018). “Açık Ve Uzaktan Öğrenmede Blokzincir Teknolojisinin Kullanımı”, *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 4(3):142-153.

Yıldızbası, A. ve Üstünyer, P. (2019). “Tarımsal Gıda Tedarik Zincirinde Blokzincir Tasarımı: Türkiye’de Hal Yasası Örneği”, *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 21(2):458-465.

Zhou, Y. (2017). “Clickbait Detection in Tweets Using Self-attentive Network”. The Zingel Clickbait Detector at the Clickbait Challenge 2017, Germany.

SOCIETY 5.0 IN THE CONTEXT OF THE VALUE-ORIENTED TECHNOLOGY IDEA

Abdulkadir BÜYÜKBİNGÖL¹

Abstract

The introduction of a new function into information and its use in the development of information and communication technologies is considered the beginning of a new era. With this age, information technologies have created their own culture and continue to affect sociology. It is possible to say that with these developments, technological determinism is felt more than in the past. At this point, it is necessary to focus on the idea of "people-oriented technology" proposed by the Community 5.0 (Super Smart Community) Project. Because there is a conflict between the "value" produced by technology and social values. It is important to emphasize the concept of "value" in a society that will be reshaped within the scope of this project, in terms of how the "technological person" attributes to social values and to determine the direction of value transformation.

The concern of the attitude of future individuals who meet all their needs as promised towards social issues is the subject of this study. The aim is to draw attention to the possible conflict between individuals and social values in the Community 5.0 project, which bears the claim that "the first technological society developed by focusing on people". This study, prepared with a qualitative and theoretical method by scanning the literature data, reveals that the "technological person" will need to produce a "value" in terms of social meaning, and the promotion of economic welfare alone will not be sufficient for the maintenance of the social whole. The production of these two values together is important for both individual and social happiness.

Keywords: Society 5,0, Value, Tecnolojical Society, Tecnolojical Human

DEĞER ODAKLI TEKNOLOJİ FİKRİ BAĞLAMINDA TOPLUM 5.0

Özet

Bilgiye yeni bir işlev yüklenerek, bilgi ve iletişim teknolojilerinin geliştirilmesinde kullanması, yeni bir çağın başlangıcı sayılmaktadır. Bu çağla birlikte bilişim teknolojileri de kendi kültürünü doğurmuş ve sosyolojiyi etkilemeye devam etmektedir. Bu gelişmelerle birlikte teknolojik determinizmin geçmiş zamanlara oranla daha fazla hissedildiğini söylemek mümkündür. Bu noktada Toplum 5.0 (Süper Akıllı Toplum) Projesi ile öne sürülen "insan odaklı teknoloji" fikrine odaklanmak gerekmektedir. Çünkü teknolojinin ürettiği "değer" ile toplumsal değerler arasında bir çakışma gözükmektedir. Bu proje kapsamında yeniden şekillendirilecek bir toplumda "değer" kavramının üzerinde durulması, "teknolojik insan"ın

¹ Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik ABD, Bilişim BD, Doktora

toplumsal değerlere nasıl bir anlam atfettiği ve değer transformasyonunun yönünün tespit edilmesi açısından önemlidir.

Vaad edildiği şekliyle tüm ihtiyaçlarını kendi karşılayan gelecekteki bireylerin, toplumsal meselelere karşı tutumuna dair endişe bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Amaç, “odağına insanı olarak geliştirilen ilk teknolojik toplum” iddiasını taşıyan Toplum 5.0 projesinde, bireylerle toplumsal değerler arasında yaşanabilecek muhtemel çatışmaya dikkat çekmektir. Literatür verisi taranarak, nitel ve teorik bir yöntemle hazırlanan bu çalışma, “teknolojik insan”ın toplumsal anlam bakımından bir "değer" üretimine ihtiyacı olacağını, toplumsal bütünün sürdürülmesi açısından ekonomik refahın yükseltilmesinin tek başına yeterli olmayacağını ortaya koymaktadır. Bu iki değer bir arada üretiminin hem bireysel hem de toplumsal mutluluk açısından önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Toplum 5.0, Değer, Teknolojik Toplum, Teknolojik İnsan

JEL Codes: B55, C31, D91, E71

1 Giriş

1960’lı yılların başından itibaren bilimin, bilgiye yeni bir işlev yükleyerek onu bilgi ve iletişim teknolojilerinin geliştirilmesinde kullanmasıyla yeni bir çağın başladığı, literatürdeki birçok kaynaktan anlaşılabilir (Castells, 2003 - Toffler, 1981 vs.). Bununla birlikte, teknolojinin günümüzde ulaştığı boyutları ve etkileri incelendiğinde, gelişmelere paralel olarak yeni bir toplumsal dönüşümün yaşandığına dair kanıtlar da mevcuttur. Bilişim kültürünün etkilerine bağlı olarak yeni bir insan tipinin (teknolojik insan) doğduğunu haber veren bir çalışmada bu dönüşüm, bilginin birikimine, hızına ve işlevlerindeki gelişmelerin, bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşattığı değişmeye bağlanmaktadır (NAİR, 2018, s. 40). Buna göre bilgi ile toplum karşılıklı etkileşim içindedir. Biriken bilgiyi kullanan toplumlar dönüşür. Dönüşen toplumlar yeni bilgiler üretir. Yeni bilgilerle geliştirilen teknolojiler de insanlar arası ilişkileri etkilediği için toplumu tekrar dönüştürür. Aynı kaynak, günümüzdeki dönüşümün tarihsel süreçte görülenden çok farklı ve hızlı yaşandığını da bildirmektedir.

Dolayısıyla bu çalışmada ele alınan sorulardan bir tanesi toplumu dönüşmeye zorlayan nedenlerle ilgilidir. Tam da bu noktada Castells’in, bir toplumu dönüşmeye zorlayan temel etkenin, toplumun benimsediği ve özümlediği yeni değerlere bağlaması bizim için önem taşımaktadır. Ona göre yaşanan toplumun temel yapısı olan toplumsal ilişkiler ve bunları belirleyen kurumların değişmesi, toplumsal değişimin temel dinamiklerini oluşturmaktadır. Toplumsal yaşamda teknolojik bilginin kullanımı ise insanların ihtiyaçlarına, değerlerine ve çıkarlarına göre toplumu şekillendirmektedir (Castells, 2005, s. 4). Bu düşünceye göre teknolojik gelişme ile toplumsal değerler arasında sıkı bir ilişki olduğu açıktır.

Tam da bu noktada Japonya’da 2016 yılında kavramsal çerçevesi oluşturulan ve sonraki yıllarda özellikle G20 toplantılarının ana gündem maddelerinden birini oluşturan Toplum 5.0 (Süper Akıllı Toplum) Projesi ile öne sürülen "insan odaklı teknoloji" fikri (KEIDANREN, 2016, s. 10), dikkatleri teknolojinin ürettiği "değer"e çevirmiştir. Bu projeye her ne kadar tüm bireylerin ekonomik faaliyetlere etkin katılımının kastedildiği açık olsa da, odağa aldığı konulara bakıldığında bilgi ve iletişim teknolojilerinin, sosyolojinin şekillenmesinde etkin bir rol üstlenmesi amacının olduğunu (KEIDANREN, 2016, s. 10) düşünmek de mümkündür. Bu nedenle Bilgi Çağı’nın ötesinde yeni bir dönemi haber veren proje kapsamında düşünülen bilgi ve iletişim teknolojilerinin, sosyolojik olarak toplumsal yapıyı ilgilendiren "anlam" bakımından "değer"e katkısı, üzerinde düşünülmesi gereken bir konu olarak belirmiştir (ÖZTUNA, 2019, s. 10). Teknolojinin, sosyolojik değerlere etkisinin anlaşılması açısından burada sorulması

gereken soru ise, "teknolojik insan"ın toplumsal değerlerde nasıl bir anlam atfettiği ve değer transformasyonunun yönü ile ilgilidir.

Toplum 5.0 temelde bir ekonomik program olduğu için akla ilk olarak ekonomik anlamda "değer"i getirebilir. Ancak bu araştırma, "değer"in sosyolojik anlamını odağa koymaktadır ve literatürdeki birçok fikir çevresinde, inceleyici bir yaklaşımla, kurulması planlanan yeni topluma ışık tutacak bir katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Toffler'ın 1970'lerde yaptığı gibi (TOFFLER, 1981, s. 9) geleceğin dostlukları, arkadaşlıkları ve aile yaşamı ile ilgilenmektedir.

2 Topluları Dönüşmeye Zorlayan Nedenler!

Yapılan sistematik bilimsel çalışmalar, din, siyaset, ekonomi, ahlak, aile, üretim ve mülkiyet ilişkileriyle bir bütünlük gösteren toplumun, farklı nedenlere bağlı olarak sürekli değiştiğini göstermektedir. Toplumsal değişme modelleri, birbirinde farklı nedenler ortaya koysa da temel olarak; nüfus artışı, göç, savaşlar, fiziki çevre, teknolojik ilerlemeler, ekonomik gelişme ve kentleşme toplumsal değişimin başlıca etkenleri arasında sıralanmaktadır. Ortaya çıkan yeni bilgilerin etkisiyle toplumların hiçbir zaman durağan olmadığını, kültürel, siyasi ve ekonomik alanlarda sürekli ilerlediğini ve bu gelişmelerinde davranışlara yansıdığı belirtilmektedir (SİNANOĞLU, 2008, s. 23).

Toplumsal dönüşüm ile ilgili olarak önemli çözümlenelerde bulunan Daniel Bell, dönüşümün kendisinin belirsiz olduğunu fakat ardından gelenin, tarihi yeniden şekillendiren olaylar zinciri olduğuna vurgu yaparak (BELL, 2012, s. 21), medeniyetin başlangıcından beri tarihin başlıca çerçevelerini oluşturan pre-endüstriyel, endüstriyel ve post-endüstriyel toplumlarda sosyal hareketlerin, fikirleri basitleştirerek, hakikat iddiasında bulunarak ve ikisinin kaynaşmasıyla eyleme bağlılık talebinde bulunarak, sadece fikirleri dönüştürmekle kalmadığını, insanları da dönüştürdüğünü anlatmaktadır. Dönüşen insanlar sırasıyla feodalizm, kapitalizm ve sosyalizm gibi hem ekonomiyi hem siyaseti hem de sosyolojiyi ilgilendiren sistemleri tarihsel bir sıralamayla deneyimlemişlerdir. Genellikle silahlı kuvvetlerle geniş alanlardaki yığınları bir arada tutan imparatorlukları da yirminci yüzyılın komünist ve faşist hareketleri ortadan kaldırmıştır (BELL, 2012, s. 459). Bu durum toplumsal ve siyasal hareketlerin sosyal dönüşüm üzerindeki etkisini açıklamaktadır.

Daniel Bell siyaset kurumunun da dönüşüm üzerinde etkisinin büyük olduğunu belirtmektedir. Buna göre ihtiyaç duyulduğu kimi zamanlarda da bir proje kapsamında toplumsal dönüşümün başlatılmaktadır. Örneğin Fransız Devrimi'nin on dokuzuncu yüzyılın ideolojik görüşünü, toplumun tam bir dönüşümü üzerinden şekillendirmek istendiğini, fakat "savaş sonrası yıllarda Batı'da ortaya çıkan normatif konsensüsün sivil ve ideolojik siyasetin yerini almasından dolayı; ayrıntılı bir planla toplumu örgütleme hayalin başarısızlığa mahkûm olmuştur. Fakat kutsallığın siyasi ve sosyal değerlere bu dönüşümü ve yeni bir seküler dinin öncüsü olmuştur. Hızla yeni tür bir teknolojik ve idari kişilik yaratma ihtiyacıyla karşılaşan elitlerin çabasından da bahseden Bell, onların, insanları yeni kültürel normların kalıplarına zorla sokabilmek için asimile edilmiş ve çatışmaya dayalı dürtülerini de kullanabildiğini kumarhaneler üzerinden açıklamaktadır. Milyarlarca dolarlık bir iş alanı olarak kumarın, Amerikan şirketlerinde yaşanan genel değişime paralel bir dönüşüm geçirdiğini, kitle tüketim ekonomisindeki fonksiyonel rolü bakımından, spor ve eğlence dünyasında, yani "kafe sosyetesinde," önemli konumlardaki kumarbazların sosyal olarak kabul gördüğünü fakat tüketici alışkanlıklarındaki değişiklik ve 1952 yılında kongrenin, kumarbazları tescil ve gelir beyanına zorlamasıyla federal ajanlar devreye girmiş ve bölgesel polis karakollarına haber vermeden bahisçi baskınlarına başlamıştır (BELL, 2012, s. 196).

Bell'in kumarhane örneği akla hukuk, ahlak ve değer yargıları arasındaki ilişkiyi getirmektedir. Çünkü Koç'un da ifade ettiği gibi bir etkinliğinin veya eylemin insani ölçütlerde değerlendirilmesinin en önemli şartı, fiili gerçekleştiren kişinin temel aldığı ahlaki ilkelerinin, etik bilinçten beslenmesidir (KOÇ, 2013, s. 11). Bu bilinç, değer yargıları arasında "iyi" ve "kötü" ölçütlerini oluştururken, ahlak kuralları ile birlikte hukuk kurallarının oluşturulmasına da dayanak sağlamaktadır. Toplumda rol alan sınıfların kendi vazifelerini mümkün mertebe "iyi" ölçülerde yapması ve bu sınıflar arasındaki ahengin sağlanması, belirlenen bu kurallara titizlikle uyulmasına bağlıdır (GÜRÇAN, 2005, s. 40). Kanun koyucuların da bu eylemleri derecelendirirken, yerel kültürü ve etik değerleri dikkate aldığı görülmektedir. Örneğin, Genel olarak tıbbi herhangi bir neden olmadan onuncu haftadan sonra kürtaj yaptırılması ahlaka aykırı sayılan toplumlarda, bu eylem bir suç olarak tanımlandığı görülmektedir. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi de, eğer ülkelerin kültürel geçmişinde kürtajın yasak olmasının bir ahlaki değer olarak korunması söz konusuysa, ahlakın, hukuk olarak dayatılmasına olanak sağlayarak (KARADAĞ, 2016'dan alıntılan BÜYÜKBİNGÖL, 2019, s. 132), ahlak ve suç ilişkisinin şartlara göre değişebileceğine atıf yapmaktadır. Çünkü geleneksel ahlak yaklaşımı içinde ahlaksızlık olarak değerlendirilen bir fiil yeni dönemde doğal karşılanabilmekte (CERECİ, 2017), buna uygun olarak toplumsal yapılardaki ahlak ve hukuk normları da yeniden gözden geçirilmektedir (DARCAN, 2015, s. 44). Bireylerin de bu kuralara göre davranış biçimlerini yeniden şekillendirmek zorunda kalması toplumsal dönüşümün sosyal değer boyutunu açıklamaktadır.

Her ne kadar Bell, 1950'lerde ideolojinin sonunu ilan etse de her toplumun her dönemde bir "kurucu inancı"nın olduğunu da (ÖRS, 2009, s. 4) söylemek gerekir. Bu düşünceye göre inanç, dilin kullanımından bireyin toplumdaki konumlandırılmasına dolayısıyla hukuk anlayışına kadar toplumsal örgütlenmeyi önemli ölçüde şekillendirmektedir. Demokrasi, hukuk devleti, bireysel haklar, liberalizm, ve benzeri kurucu inançlar 20. Yüzyıla damgasını vurmuştur. Bunlar nasıl ki o dönemin doğruları idiye 21. Yüzyıl için doğru, etik ve bir gerçeklik olan da küreselleşme, çok kültürlülük, mikro kimlikler gibi fenomenlerdir. Bu yeni trendlerin kendine ait bir kültürü ve dünya görüşünü getir getirmesi de kaçınılmazdır. Çünkü Örs'ünde ifade ettiği gibi ideolojiler bir anlamda kendini ele vermeyen, kendi kendini açıklamayan toplumsal gerçekliği anlaşılır hale getirme işlevini gören ve aynı zamanda sosyo-politik seçenekler karşısında yol göstererek, bireyin tercih yapmasını kolaylaştıran bir araç olmuştur. Dolayısıyla, ideolojiyi de toplumun dönüşmesinin ana sebeplerinden biri olarak görmek mümkündür.

3 Teknoloji ile Toplumsal Değerler Arasındaki İlişki!

Bir sosyal yapıya şekil veren olguların başında, doğal kaynaklar, bu kaynakların işlenmesine yönelik teknoloji, nüfus özellikleri, kamusal yapı ve bunların hepsinin etkileşimi içinde oluşan değerler sistemi sayılabilmektedir (YAZICI, 2014, s. 215). Etik ise belirli durumlardaki reaksiyonlara yol gösteren davranış kuralları ve ahlaki prensipler olarak tanımlanmaktadır (BARAN, 2004, s. 215). Bir eylemin etik değerlendirmesi toplumun değerler sistemi içerisinde belirlendiğine göre karakter oluşumunun sağlanabilmesi için bu ahlaki prensiplerin öğrenilmesine ihtiyaç vardır. Çünkü ahlaki değerlerin; toplumsal, psikolojik, insani, ekonomik gibi sınıflamalar içerisinde, diğer tüm değerleri kuşatıcı bir yapıya sahip olduğu ve bireyin, birey olmasını, ahlaklı, kişiliği oturmuş, özgüven sahibi, hem kendi toplumuna hem de dünyaya fayda sağlayan bir birey olmasını sağlamaya çalışırken bu değerlere ihtiyaç olduğu savunulmaktadır. Dolayısıyla bir toplumsal dönüşümden söz edildiğinde değerler sisteminin de çerçeveye dâhil edilerek sağlıklı bir dönüşümün sağlanması önemlidir.

Toplumsal yapıda kurumlar, adetler, gelenekler, aile, ekonomi, eğitim ve öğretim gibi sosyal birimlerle sosyal değerler arasında çift yönlü bir etkileşim olduğunu bu birimlerin hem

değerleri ifade ettiğini hem de onlardan güç aldıkları için değerler, günlük yaşantımızda büyük öneme sahiptirler (YAZICI, 2014). Bu nedenle değerler sistemine etki eden söz konusu faktörler içinde, yaşamın her alanını etkileyen bir unsur olarak teknolojiye ayrıca değinmek gerekmektedir. Sosyolojiyi önemli biçimde şekillendiren değerlerden biri olan dinin sanayileşme, kentleşme ve hızla gelişen teknolojik iletişim açısından önemli biçimde etkilendiğini söyleyen Sinanoğlu'nun tespit ettiği gibi, yeniden yapılanma sürecinde din bir yandan toplumsal yapının şekillenmesine katkı sağlarken bir yandan da biçimlenen bir öge olarak ortaya çıkmaktadır (SİNANOĞLU, 2008, s. 26). Diğer yandan 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, post-modern ya da bilgi toplumu gibi adlarla adlan bir döneme giren Batı toplumunda, bu dönemi karakterize eden esnek üretim ve özellikle iletişim ve enformasyonda teknolojik gelişimden sıkça bahsedildiğini belirten (ÖRS, 2009, s. 9). Örs'e göre, bu yeni durum, neredeyse dünyadaki tüm toplumların yaşadığı bir süreçtir ve küreselleşme bu sürecin iktisadi ve teknolojik boyutunu, postmodernizm ise kültürel ve toplumsal boyutunu ifade etmektedir.

Özellikle teknolojinin gelişimi ile toplumlar arası iletişimin giderek artmasının da etkisiyle kapitalist üretim ve yaşam biçiminin tüm dünyaya yayılmıştır. Bu yaşam biçiminin değerleri olan demokrasi, insan hakları, sivil toplum, yerellik, yerel kimlik, çok kültürlülük de diğer toplumlar tarafından evrensel değerler olarak kabul edilmiştir. Bu da “neredeyse homojen bir dünya toplumunu ifade eden küreselleşme, ulus devlet, ulusal kimlik, ulusal hukuk gibi hem toplumları diğer toplumlardan ayıran hem de içinde yaşayan bireylere kimlik kazandıran kurucu inançların işlevlerini zayıflatmasını ve varlık nedenlerini giderek ortadan kaldırmasını beraberinde getirmiştir (ÖRS, 2009, s. 10).” Bu yargı, gelişmelerin toplumların ekonomik, politik ve kültürel hayatın, küresel dünyada meydana gelen gelişmelerden bir şekilde ve derinden etkilendiğini göstermektedir.

Modernleşme sürecinde ortaya çıkan teknoloji, bilimsel ve ekonomik gelişmeler, artan rasyonelleşme, demokratikleşme, bireyselleşme ve sekülerleşmenin geleneksel değerlerin ve onların denetim gücü üzerinde zayıflatıcı bir etkide bulunduğu, ayrıca teknolojik yenilikler açısından “sınır yok” ilkesinin benimsendiği toplumlarda kişisel davranışlar konusunda da sınır tanınmadığını, bu durumların suça etki ettiği savunulmaktadır (ARGU, 2011, s. 256). Kara değerleri tarafından yapılan nitelikli bir araştırmaya göre, günlük yaşamda hırsızlık yapmayı ahlaki değerleriyle ve toplumsal statüsü ile bağdaştıramayan birinin internet ortamında hırsızlık yapabilmesi veya başkalarına zarar vermesini tespit etmesi, teknolojinin suça meyli arttırdığına dair bir kanıt olarak öne sürülebilir (KARA, AYDIN, & OĞUZ, 2013, s. 6). Bu veri, hayatı kolaylaştıran bir unsur olarak geliştirilen teknolojinin, değerler sistemini etkileyerek, onları hem içerik hem de tanımsal düzeyde değişim ve dönüşümlerinde etkin bir rol oynadığına bir kanıt olarak da gösterilebilir. Gelecek süper akıllı toplum düşünülürken, teknolojinin hem suç işleme de hem de hem de suç ve suçlularla mücadele için etkin imkânlar sunmak gibi çift yönlü özelliğinin göz önünde bulundurularak değerler sistemi içindeki yerinin tespit edilmesi, geleceğe yönelik endişeleri gidermek açısından önemli görülmektedir.

4 Toplum 5.0'ın "Değer" Vurgusu

Modern kapitalist toplumlarının, sanayi üretim sisteminin aşılmasına yol açarak Sanayi Sonrası Toplum olarak isimlendirilen yeni bir toplumun oluşması yolunda bir takım temel ekonomik ve sosyal dönüşümlerin eşliğinde bulunduğunu bundan yaklaşık 100 yıl önce haber veren Bell, bu toplumu; mavi yakalı sanayi işçilerinin, imalat sektörünün ve dolayısıyla örgütlü emeğin ekonomi ve toplum içindeki rol ve öneminin azalması, yerine beyaz yakalı işgücü ve hizmet ekonomisinin ön plana çıkması olarak tanımlamıştır (BELL, 2012, s. 6). Günümüzde “Bilgi Toplumu” olarak kavramlaştırılan toplum için ise daha dar bir alanda bilginin toplanıp,

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

işlendiği, dağıtıldığı, sermaye unsuru olduğu, alınıp-satılabildiği, özgün bir ekonominin olduğu, ekonomik yapıda bir sektör olduğu, bilişim kültürünün yerleştiği bir toplumsal yapıdan söz edilmektedir (NAİR, 2018, s. 46). Nair'in bilgi ve iletişim teknolojilerinde büyük değişimin, iş bölümü ve uzmanlaşma alanında çok daha ileri nitelikler taşımasıyla bilgi toplumunun bireyleri de birer “teknolojik insan” niteliği taşıdığını söylemesi (NAİR, 2018, s. 50) Toplum 5.0 için tanımla benzerlik göstermektedir. “Homo Technologicus” iletişime açık, üretken, kendini tanıyan, haklarının savunucusu, eğitilmiş, bilge, girişken, uzman, sorgulayıcı, araştıran, yenilikçi, oto kontrol sahibi, gerçekçi, akılcı, teknoloji egemen, ben merkezci, sosyal adaletten yana, kas gücünü satan mavi gömleklinin aksine beyin bilgisini satan beyaz yakalı vb. özellikler taşıyan insan tipi olarak tanımlanabilmektedir.

Öyleyse Bell'in “sanayi sonrası toplum” ile Nair'in aktardığı “bilgi toplumu” karşılaştırdığında dünün olanakları ve göstergeleri ile bugünün dünyasına odaklanılarak yeni kurum ve kuruluşlar şekillendirildiğini söylediği gibi bugünün bilgi toplumunun kurum ve kuruluşlarının üzerinde de geleceğin toplumunun kurum ve kuruluşlarının şekilleneceğini savunmak yanlış olmayacaktır. Dolayısıyla geleceğin toplumu inşa edilirken, bir toplumsal yapıyı oluşturan etmelerin göz önünde bulundurulması ve yeni döneme uygun bir biçimde yorumlanması sağlıklı bir toplum için gerekli görülmelidir.

Habermas'ın, insanların açıklama yeteneğinin şekillendiricisi olarak gördüğü (HABERMAS, 2001, s. 40-41) toplumsal “değer” ile Smith'in değişim ve kullanım değeri olarak ikiye ayırdığı ekonomik “değer” (SMITH, 2009, s. 27) birbirinden farklıdır. Din, siyaset, ekonomi, ahlak, aile, üretim ve mülkiyet ilişkileri gibi unsurlar, toplumun bireyleri tarafından bir ihtiyaç olarak görülen toplumsal “değer” sosyal yapılarda “anlam” üretimine de kaynaklık etmektedir (ÖZTUNA, 2019, s. 10). Dolayısıyla ekonomik değer ile toplumsal anlam bakımından değer birbiri ile karıştırılmamalıdır. Aile, topluluk ve din gibi geleneksel yaşam, yaptığımız şeylere anlam verdiğini aktaran Öztuna'ya göre bu elementlerin hayattan çıkarıldığı oran da depresyon, boşluk hissi ve yalnızlık ortaya çıktığını söyleyerek toplumsal değer sistemlerinin önemine vurgu yapmaktadır. Bu açıdan bakıldığında toplum değiştikçe anlam kazandıran unsurların yeniden tanımlanması ve uzaklaştırılanların yerine yenilerinin bulunmasının önemi aşikârdır.



Şekil 3: Toplum 5.0 - Kaynak: <http://www.keidanren.or.jp/en>

Japonya İş Federasyonu (Keidanren) tarafından hazırlanarak 2016 yılında açıklanan ilk taslağında Toplum 5.0 projesinde siber ve fiziksel alanların entegrasyonu ile yeni değerlerin

üretilmesinin amaçlandığı belirtilmektedir (KEIDANREN, 2016, s. 5) İnsanlığın geçirdiği aşamalar sıralanarak, günümüzde teknolojiyi kullanma biçimimize göre 5. döneme girildiğini ve bu güne kadar teknoloji odaklı bir gelişmenin amaçlandığını fakat teknoloji gelişirken insanın da bir “değer” olarak algılanması gerektiği vurgulanmaktadır. Bu nedenle birey odaklı yeni bir toplum ve ekonomi tasavvuru kurulmaktadır (KEIDANREN, 2016, s. 10). Eşyanın İnterneti, robotik teknoloji, yapay zekâ ve toplum bilimlerinin iş birliği ile iş dönüşümü, büyük ekonomik zenginlik ve yüksek oranda sosyal değer yaratılması hedeflenmektedir. Geleceğin internetinin sağlayacağı avantajla, hızlı kentleşmede, büyük sorunlarla mücadelede, yenilikçi dünya nüfusunun şehirlerdeki yaşamında akıllı park, bağlı çöp tenekeleri ve trafik yönetimi gibi birçok soruna çözüm bulunması hedeflenmektedir.

Projenin ilk taslağında nüfusun azalması, yaşlı nüfusun aşırı artması, hastalıklar ve terörizm ile çevresel sorunlar olarak öne sürülen problemlere ve bunlara sunulan çözümlere bakıldığında (KEIDANREN, 2016, s. 11-12) anlaşılmaktadır ki, Toplum 5.0’ı tasarlayanlar, insana etki eden dışsal etmeleri göz önünde bulundurmışlardır. Endüstrinin desteği ile bulunacak çözümlerle refahın artırılması ile insanın yaşam kalitesinin artırılmasının bir “değer” olarak görülmektedir. Fakat “süper akıllı toplum” olarak lanse edilen Toplum 5.0’ın (KEIDANREN, 2016, s. 8) tartışmalarında, anlam bakımından “değer”in de göz önünde bulundurulması, değerlerin nasıl etkilenebileceği ve nasıl gelişebileceğinin ele alınması, sosyal düzenin sağlanmasına yönelik olarak, topluma, olayları ve olguları yorumlama kabiliyetinin kazandırılması açısından gerekli olduğu görülmektedir. Geleceğin teknolojisinin dünya çapındaki eğitim, öğrenim, mesleki eğitim, devlet stratejileri, sosyal yardım sistemleri ve toplum politikalarının ne anlama gelebileceğinin bilinmesi ve hükümetlerin bu gelişmeleri önemsemesinin (ÖZTUNA, 2019, s. 10) söz konusu değerlerin şekillendirilmesinde önemli rol oynayacağı açıktır.

Diğer taraftan sosyal değere atfedilen yukarıdaki açıklamalar referans alındığında toplumsal hayata anlam katan bir kavram olarak “değer”e (YAZICI, 2014, s. 209) Toplum 5.0’ın getirileri yönünden bakıldığında da bazı soru işaretleri taşıdığı görülmektedir. Örneğin “süper akıllı toplum”un bireylerinin de süper akıllı olduğu ve tüm ihtiyaçlarına cevap kendisinin cevap verebildiği bir gelecekte söz edilmektedir. Öte yandan yaşlıların da kendi kendine yetmesi sağlanarak, onların hizmeti ile kaybedilen genç iş gücünün ekonomiye kazandırılması düşüncesi planlanmaktadır. Günümüzde aşırı bireyselleşmenin bir sorun olarak algılandığı ve bu sorunun başta aile kavramı olmak üzere toplumsal unsurlardan birçoğunun üstünde etkisini olduğu düşünüldüğünde, Toplum 5.0 bireylerini “aşırı yalnızlık” sendromu ile baş başa kalacağını düşünmek mümkündür.

Her ne kadar küresel bir iş birliği yapılması söz konusu olsa da bunların teknolojik cihazlar üzerinden olması bireylerin sosyal hayattan tamamen soyutlanmasını beraberinde getirebilir. Nair’in de belirttiği gibi bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan büyük gelişmeler, sanayi devriminde gözlenen yayılmadan çok daha hızlı sınırları aşarak, toplumların gündelik yaşamlarını ve alışıla gelmiş tüm değerlerini doğrudan etkilemektedir (NAİR, 2018, s. 51). Bu durumda toplumun yazısız kuralları olan gelenekleri içinde toplumsal hiyerarşinin olumsuz bir biçimde etkilenmesi de mümkündür. Bu bakımdan her toplumun, Toplum 5.0 projesini, hedeflediği temel prensipleri ve global faydaları göz önünde bulundurarak, yerel gerçeklikler içinde beliren ihtiyaçlara ve ortaya çıkabilecek etkilere göre yorumlayarak revize etmeleri önemli bir tavsiye olarak eklenebilir.

5 Sonuç

Din, siyaset, ekonomi, ahlak, aile, üretim ve mülkiyet ilişkileriyle bir bütünlük gösteren toplum, farklı nedenlere bağlı olarak değişirken, elde edilen yeni bilgilerin de etkisiyle sürekli ilerlediğini ve bu gelişmelerinde davranışlara yansıdığı görülmektedir. Doğal kaynaklar, bu kaynakların işlenmesine yönelik teknoloji, nüfus özellikleri, kamusal yapı ve bunların hepsinin etkileşimi içinde oluşan değerler sistemi gelişen yeniliklerden etkilenmektedir. İnsanların açıklama yeteneğinin şekillendiricisi olarak görülen toplumsal “değer”in, ekonomik “değer”den ayırt edilerek ve eşgüdüm içinde düşünülerek toplumun bireyleri tarafından bir ihtiyaç olarak beliren “anlam” üretiminin devamına yönelik çalışma gelecekteki toplum için toplum değiştiği anlam kazandıran unsurların yeniden tanımlanması ve uzaklaştırılanların yerine yenilerinin bulunmasının önemi aşikârdır. Tüm ihtiyaçlarını kendi karşılayan bireylerin toplumsal yardımlaşma ve iş birliği alanlarına giren meselelere karşı tutumu; sevgi, saygı gibi evrensel değerlerin aşırı bireyselleşmeden nasıl etkileneceği, geleceğin yeni süper akıllı toplumu tasarlanırken düşünülmesi gereken konular arasında yer alması toplumsal ahenk açısından önemli görülmektedir. Toplum 5.0 döneminde, toplumsal anlam bakımından bir "değer" üretimine ihtiyaç olacağı, toplumsal bütünü sürdürülmesi açısından ekonomik refahın yükseltilmesinin tek başına yeterli olmayacağını veriler ortaya koymaktadır. Sonuç olarak bu iki değer bir arada üretiminin hem bireysel hem de toplumsal mutluluk açısından önem arz etmektedir.

Kaynakça

- Argu, U. &. (2011). "Suç, Küreselleşme ve Gelecek. *Suç Önleme Sempozyumu*". Bursa: Bursa Emniyet Müdürlüğü Yayınları, (ss. 247-461)
- Bell, D. (2012). *İdeolojinin Sonu*. Bursa: Sentez Yayıncılık.
- Büyükbıngöl, A. (2019). "Teknoloji, Ahlak ve Suç İlişkisi". *ISOPHOS - Uluslararası Bilişim, Teknoloji ve Felsefe Dergisi* , 126-141.
- Castells, M. (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Cilt 3*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2003). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür - Cilt 1*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cereci, P. D. (2017, Şubat 13). *Sosyal Medyada Ahlakın Çöküşü*. Mayıs 27, 2017 tarihinde Broadcasterinfo.net: <http://www.broadcasterinfo.net/ContentDetails-206-sosyal-medyada-ahlakin-cokusu-> adresinden alındı
- Darcan, E. (2015). "Ahlak Suçları ve Diğer Suçlar Arasındaki İlişki". *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , ss.44-55.
- Gürcan, H. İ. (2005). "İnternet Haberciliğinde Etik Değerler". *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* , 39-46.
- Habermas, J. (2001). *İletişimsel Eylem Kuramı - 1. Cilt*. İstanbul: Kabalcı.
- Kara, O., Aydın, Ü., ve Oğuz, A. (2013). *Ag Ekonomisinin Karanlık Yüzü: Siber Terör*. 1-14.
- Karadağ, A. K. (2016). "Ahlak ve Hukuk Arasında Sıkışan Kürtaj". *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* , 2047-2057.
- Keidanren. (2016). *Toward Realization of The New Economy and Society - Outline*. Tokyor: Keidanren.
- Koç, E. (2013, 2). "Bilim ve Teknoloji Çağında İnsan Olma Sorumluluğu (Etik Bilinç)". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 1-13.
- Nair, G. (2018). "Bilişim Kültürünün Toplum Üzerinde Etkisi ve Yeni İnsan Tipinin Doğuşu". *CÜ Sosyal Bilimler Dergisi* , 42: ss.39-53 .

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

Örs, H. B. (2009). "Postmodern Dünyada İdeolojinin Dönüşümü". *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Dergisi*, ss.1-12.

Öztuna, B. (2019). *Toplum 5.0*. Bursa: Ekin Basın Yayın ve Dağıtım.

Simith, A. (2009). *Ulusların Zenginliği*. Ankara: Palme Yayıncılık.

Sinanoğlu, A. F. (2008). "Toplumsal Değişim ve Din". *Hikmet Yurdu*, ss.23-20.

Toffler, A. (1981). *Şok - Gelecek Korkusu*. İstanbul: Altın Kitaplar.

Yazici, M. (2014). "Değerler ve Toplumsal Yapıda Sosyal Değerlerin Yeri". *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, ss.209-223.

THE VIRTUAL IDENTITIES SPIRAL: THE PEEP CULTURE IN ONLINE NETWORKS¹

Büşra ÖZEN²

Abstract

Nowadays, we are witnessing the effort of social media to create new social ground with the technology revolution. “The Peep Culture”, which is one of the dimensions of the new order, now leaves the popular culture behind and legitimizes itself through virtual channels. The display society, which consists of individuals who are arranged with the desire to watch and be watched, updates its area. The desire to show itself and to be liked makes pellucid privacy as an indicator of desire and consumer hedonism. The act of consuming is carried out for the indicators, and it is thought to earn respect for the individual. In the conspicuous consumption culture, luxury consumption caused by fashion and beauty ethics and this consumption is exhibited. While identity has a static structure in traditional societies, it has become dynamic and selectable with Modernity. Virtual identities are produced in cyberspace. The display area of virtual identities is social media. The inclusion of new media tools such as Facebook, Twitter, and Instagram have enabled the reconstruction of reality. As individuals and volunteer peepers who desire to be peeped on the digital axis, there is surveillance that shapes the subject and the object. This surveillance available in virtual channels is referred to as “Digital Panopticon”. In this study, selectable identities produced in networks will be discussed in a critical framework through the perception of reality. In the peep culture, the alienation of individuals to their selves in a constructed reality will be expressed and the conflict between the self and the network will be discussed. Indicator analysis will be done with Facebook, Instagram, and Twitter shares.

Keywords: virtual identities, conspicuous consumption, social media, digital panopticon, peep culture

SANAL KİMLİKLER SARMALI: ONLİNE AĞLARDA DİKİZLEME KÜLTÜRÜ

Günümüzde, teknoloji devrimi ile sosyal medyanın yeni bir toplumsallık zemini var etme çabasına tanıklık etmekteyiz. Yeni düzenin boyutlarından biri olan “Dikizleme Kültürü” artık popüler kültürü de geride bırakmakta, sanal mecralar aracılığıyla kendini meşrulaştırmaktadır. İzleme ve izlenme isteğiyle ayartılan bireylerden teşekkül eden teşhir toplumu, alanını güncelleştirmektedir. Kendini gösterme ve beğenilme isteği bir arzu göstergesi ve tüketici hedonizmi olarak mahremiyeti şeffaflaştırmaktadır. Tüketme eylemi göstergeler için

¹ Bu çalışmada Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalında hazırlanmakta olan Dijital Platformlarda Sosyal Güven başlıklı tezden yararlanılmıştır.

² Sosyoloji Ana Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1busraozen@gmail.com

gerçekleştirilmekte olup, bu durumun bireye saygınlık kazandırdığı düşünülmektedir. Gösterişçi tüketim kültüründe moda ve güzellik etiğinin sebep olduğu lüks tüketim ve bu tüketimin sergilenmesi söz konusudur. Geleneksel toplumlarda kimlik durağan bir yapıda iken Modernite ile devingen ve seçilebilir bir hale gelmiştir. Siber uzamda sanal kimlikler üretilmektedir. Sanal kimliklerin gösteri alanı ise sosyal medyadır. Facebook, Twitter ve Instagram gibi yeni medya araçlarının hayatımıza dâhil olması, gerçekliğin yeniden kurgulanmasına olanak sağlamıştır. Dijital eksende dikizlenmeyi arzulayan bireyler ve gönüllü dikizleyenler olarak, özne ile nesneyi şekillendiren bir gözetim mevcuttur. Sanal mecralarda mevcut bu gözetim “Dijital panoptikon” olarak ifade edilmiştir. Bu çalışmada ağlarda üretilen seçilebilir kimlikler, gerçeklik algısı üzerinden eleştirel bir çerçevede tartışılacaktır. Dikizleme kültüründe, bireylerin kurgulanmış gerçeklik içerisinde benliklerine yabancılaşması ifade edilecek ve benlik ile ağ arasında meydana gelen çatışma ele alınacaktır. Facebook, Instagram ve Twitter paylaşımları ile gösterge analizi yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sanal kimlik, gösterişçi tüketim, sosyal medya, dijital panoptikon, dikizleme kültürü

Giriş

İnsanlık tarihi üzerindeki etkileriyle sanayi devriminin yarattığı kültürel ve toplumsal değişimin sonuçları üzerine düşünme pratiği devam ederken, son birkaç on yılda yaşanan yeni gelişmeler sosyal bilimler alanında benzer bir hızla gündem kazanmıştır. Toplum 5.0 söylemi üzerinden gelişen yeni endüstriyel devrim içinde gündem artık akıllı (smart) tasarımlar ve ona eşlik eden online dünya alanında yoğunlaşıyor. Yapay zekâ, robotik teknoloji, dijitalleşme, sanal dünya, sosyal medya alanı vb. gibi yeni toplumsal zeminlerde kendine yeni yurtlar edinen insanlığın toplumsal etkileşim ve yaşam pratikleri de bu değişimin izlerini barındırıyor. Hızlı bir devinim içinde süregelen kılınan bu yeni yaşam parçaları insanı insandan koparmanın da ötesinde insanı kendine yabancılaştıran yeni çerçeveler üretiyor. Baudrillard’ın simülasyon kuramı ile ifade etmeye çalıştığı bu gerçek üstü gerçeklik halinin günümüz insanı için olağan bir durum olarak yaşanmasını neredeyse kimse yadırgamıyor. Öyle görünüyor ki, kimlik, benlik, beden gibi somut insani realiteyi kodlayan kavramların yeni bir zeminde değerlendirilmeye ihtiyacı var. Makalenin bu anlamda temel hedefi yeni hayatın kültürel biçimlerini farklı açılardan analiz etmektir. Bahse konu kavramların sınırları içinde kalarak sosyal medya paylaşımlarından örneklerle çözümlenmeler yapılacaktır. Ayrıca ağlar aracılığıyla kimlik oluşumuna etki eden unsurlar değerlendirilecek ve benliğin bu durumdan nasıl etkilendiği incelenecektir. Instagram, Facebook ve Twitter hesaplarından yapılan paylaşımlar ile bu etki aktarılmaya çalışılacak, görsellerle desteklenecek analizlerde tüketim alışkanlıkları ve yaşayış tarzları temel alınarak birtakım değerlendirmeler yapılacaktır

Strateji olarak insan gündelik yaşamının tarihsel akışını folk kültür, popüler kültür ve kitle kültürü şeklinde üç kategoriye ayırmak mümkündür. Folk kültürde geçimlik ekonominin popüler kültürde ise pazar ekonomisinin altyapı oluşturduğunu söylemek mümkündür. Popüler kültür, kentli işçi sınıfı tarafından tüketilmek üzere, ticari olarak sağlanan kültürdür. Popüler kültür, elektrik teknolojisindeki gelişme ile ticarileşen hayat ve tüketim temelli kapitalist işleyiş süreci ile bir endüstri haline geldiğinde ise kitle kültürü söz konusu olmaktadır. Etkinlik itibarıyla folk kültür, sözlü kültürle; popüler kültür, yazılı kültürle; kitle kültürü de görsel kültürle ilintilidir. Folk kültürün etkisinin büyük ölçüde devam ettiği bir toplumun küresel tüketim kapitalizminin kalbini oluşturan “MESH” (media + entertainment-show/medya + eğlence + şov) endüstrisinin anaforuna kapılması birçok toplumun ciddi sorunlarından.

Bunlar, küresel-teknolojik saatin hızı karşısında yerel-kültürel saat yavaş işleyince, kitle kültürünün o coğrafyaya intibakının meydana getirdiği sorunlarıdır (Atay,2018: 20-25).

Günümüzde toplumu için, Kellner'in ifadesiyle "eğitlence toplumu" da denilebilen, yeni bir melez tür ortaya çıkmıştır. "Eğitlence" terimi; modern toplumların kuruluşundaki eğitim ve eğlence sektörlerinin birlikteliği, eğitim teknolojilerinin ve multimedyanın eğlencenin biçimini değiştirme yollarına ve eğlencenin, internetten politikaya hayatın her alanını şekillendiren formlarına işaret etmektedir. Şu anda, sermaye ile teknolojinin, eğitim ve eğlence sanayilerinin birleşiminin izlerini taşıyan yeni bir tekno-kapitalizm yoluna ayak basıyoruz. Bu birleşimin bütün unsurları bir "eğitlence toplumu" ve gösteri kültürü meydana getirmektedir. Kültür ve teknoloji, modern dünyada, küresel kapitalizmin ve günlük hayatın giderek önem kazanan parçalarıdır (Kellner, 2010: 38-39).

Yeni melezlenmelerin farklı türde ifadeler ile kavramsal varlık kazanmaları modernliğin bir üretimi olarak benlik biçimlerinde de izlenebilmektedir. Bu açıdan örneğin modern benlik insanın kimliğinin isteklerine göre değiştirilebilir olduğunu ifade etmektedir. Modernite de bu bağlamda sürekli bir devinim ve yenilik sürecini kapsamaktadır. Böylece modası geçmiş kimlikler toplumsal geçerliliğini yitireceği için mevcut kimliklerin yıkımı yeni kimliklerin ise üretimi söz konusu olacaktır. Fakat bunun sonucunda bireylerde aidiyet hissinin aşınımı olabilmekte ve bir anomi durumu ortaya çıkabilmektedir. Yaşamından sıkılmış insanlar, sosyal roller ve ilişkiler arasında sıkışıp kalmış bireyler artık kim olduğunu bilemez duruma gelebilir. Böylelikle modernitede kimlik giderek daha büyük sorun haline gelebilmektedir. Nitekim modernitenin kimlik sorunu biz kendimizi nasıl kurar, anlar, değerlendirir ve başkalarına nasıl sunarız demektir (Kellner, 2001: 192-193).

Web siteleri aracılığıyla kişiler arası etkileşim ve iletişim farklılaşmaktadır. Sosyal medya siteleri bireylerin profil oluşturarak paylaşım yaptıkları yeni mekanlar olarak dijital kültüre eklenmektedir. Fakat sanal kimliklerden oluşan bu düzlemde gerçeklik aşınabilmekte, profiller imaj göstergeleri olarak sunulmaktadır. Mevcut paradoks bireylerin öz benliklerine yabancılaşmasına zemin hazırlamaktadır.

Özellikle gençler mevcut durumun taşıyıcıları olarak etkiyi daha fazla yansıtmaktadır. Zira dijital çağın insanlarını temsil edenler kuşağı olarak gençler öncü kitleyi oluşturmaktadır. Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat bu dijital çağın sosyal medya unsurlarıdır. Sosyal medyanın temsillerinde kendilerine yer bulan gençlerin takipçi sayıları, beğenileri, absürtlük seviyesinde dikkat çekme ve farklı olma çabaları içinde popülerlik arayışı kültürel biçimleri yansıtmaktadır. Toplumdaki sosyal yapının değişmesinde şüphesiz bahsettiğimiz ağlar ciddi anlamda önem taşımaktadır. Artık mekâna dayalı sosyal mesafe ortadan kalkmış birçok şey şeffaflaşma eğilimindedir. Herkes herkesi her an görebilir konuma gelmiş ve bu gözetleme sosyal medya aracılığı ile meşrulaştırılmıştır. Göstergeler sanal ortamda daha kolay tüketilebilir konuma gelmiş, bu bağlamda sosyal medya bireyleri gerek fikir gerekse yaşantı olarak etkileme ve yönlendirme hususunda etken unsur olmuşlardır.

Ağ Toplumunda Kimlik İnşası

Küreselleşme, dünyayı algılayış biçimimizi derinden etkilemektedir. Yeni bir yönelim ve şaşkınlık içinde, mekândan bağımsız yeni kimlikler yaratılmasını sağlamaktadır. Yerel-küresel bağlantısı, uzamla yer arasında, sabitlikle hareketlilik, merkezle çevre, "gerçek" ve "sanal" uzam, içerisi ile dışarıyı arasındaki yeni ilişkilerle ilintilidir. Zaman ve mekânın yeniden biçimlendiği düzlemde bazı kaymalara işaret edilebilir. Bu yeni hiper-gerçeklik eski düzeni tehdit etmektedir. Böylece kimlikler kırılğan hale gelmektedir. Küresel bir devirde eskisi gibi

tutarlı ve bütünlük arz eden bir kimlik duygusunu yeniden kazanmak çok mümkün görülmemektedir (Morley, Robins, 1997: 168-169).

Sosyolojik bir açıklama olarak bütün kimliklerin inşa edilmiş birer gerçeklik olduğu iddiası üzerinde uzlaşa üretmek kolay görünüyor. Asıl mesele nasıl, hangi saik ve gerekçeyle, kim veya hangi aktörlerle, ne için üretildiği temelinde yatmaktadır. Kimliklerin inşası, tarihten, coğrafyadan, biyolojiden, üretken ve üremeye yönelik kurumlardan, kolektif hafızadan, kişisel fantezilerden, iktidar aygıtlarından ve dinsel vahiylerden malzemeler gibi daha pek çok bileşeni içermektedir. Ama bireyler, toplumsal gruplar, toplumlar bütün bu malzemeyi içinde buldukları toplumsal yapıya, uzam zaman çerçevesinden kaynaklanan toplumsal koşullara ve kültürel projelere göre işlemekte, bütün bu malzemenin anlamını yeniden düzenlemektedir (Castells, 2008: 14). Modern öncesi dönemlerde kimlikler, toplum tarafından kişilere aktarılmakta iken modernleşme ile kimlikler seçilebilir hale gelmektedir. Bu değişimde medya araçlarının rolü büyüktür. Medya, yerel ağları küresel ağlara eklemleyerek, sosyal ya da kolektif kimlikleri, bireysel tercihleri ön plana çıkararak yeniden örgütlenmektedir. Böylece kimlik, seçilebilen ve değiştirilebilen bir tüketim malzemesi haline gelmiştir (Avcıoğlu, 2011: 360). Postmodern kuramcılara göre öznelere kitlelerin içine patladığı, parçalanmış postmodern kültürde ve postmodern medyada insanın kontrol sistemlerinin sibernetikleşmiş bir efekti olduğu iddia edilmektedir. Modernitenin öznesi artık dağılmıştır. Postmodern kuramlara göre kimlik çok değişken ve istikrarsız olmakla beraber postmodern sahnede neredeyse tamamen gözden kaybolmuştur (Kellner, 2001: 194). Kimlik artık medya araçları ile seçilebilen, tüketim ve gösteri malzemesi halini almış bir yapıyı ifade etmekte, aynı zamanda küreselleşme, popüler kültür ve medya aracılığı ile kendi inşasında bir parçalanma ve içe patlama sorununu bünyesinde barındırmaktadır.

Kimlik bir aidiyetler toplamı olarak düşünüldüğünde, simge, değer, düşün, inanç ve ilişkiler sistemi gibi diğer unsurlar da kaçınılmaz olarak dâhil edilir. Bu açıdan bakıldığında ise kimlik, özdeşlik ve farklılık oluşumunu da bünyesinde barındırmaktadır. Kimlik sorunu olarak ifade edilen karmaşa hali ise bu nokta itibariyle yaşanan değişim ve dönüşümün marazi hallerini ifade etmektedir. “Ben” kaybolursa kimlikler eriyip yok olur düşüncesi bireylerde kolektif bir bilinç oluşumuna ortam hazırlamaktadır. Buna karşılık kimliklerin kültürel inşası ve bu süreçte medyanın oynayacağı rol büyük önem taşımaktadır (Morley, Robins, 1997: 74-75). Medya bahsedilen düzlemde ciddi önem atfederken içinde bulunduğumuz “dijital çağ” bambaşka bir oluşumun kapılarını aralamıştır. Yeni medya araçları geleneksel medya araçlarının tüm işlevlerini karşılmasına ilave olarak artık bilginin üretim ve dağıtımında daha aktif konumdadır. Yeni medya kullanıcıları ise sadece bilginin üreticisi ve takipçisi değil aynı zamanda bu platformları kullananlar ile etkileşim halinde olan bir kitleye dönüşmüştür.

1960’ lı yıllardan beri medyanın tanıttığı gruplar, ikonlar ve toplumsal hareketlerin doğurduğu diğer figürler gibi birçok kimlik şekli medya kültürü aracılığıyla yayılmıştır. Seyirciler ise bu modellerle ciddi bağdaşım kurmuş kişisel kimliklerinin önemli özelliklerini özdeşleştirmişlerdir (Kellner, 2010: 217-219). Toplumların özgün kültür öğelerine dayanan, ortak tarihsel mirası sürdüren ve yaşanmışlıklara sahip kimlikler basit anlamda yerel kimliklerdir. Küreselleşen dünya ortak bir geçmiş mitini bünyesinde barındıran yerel kimliklerden ziyade bizi şimdiki zamana bağlayan anlık ve türdeş kimlikler meydana getirmiştir. Bu bağlamda medya ve internet aracılığıyla kimlik üretimi ve belirlenimi, aktarımı dolayısıyla da benzeşimi daha kolay hale getirebilmektedir.

Geleneksel toplumlarda kimlik, oturmuş ve durağan nitelikteydi. Toplumsal roller ve geleneksel mitler sisteminin bir işleviydi. Modern öncesi toplumlarda kimlik düşünce ve davranış alanını sınırlandırıyor olsa da bu bir soruna ya da kimlik bunalımına dönüşmemektedir. Hiçbir birey köklü bir kimlik değişimine maruz kalmamaktadır.

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

Modernitede ise kimlik oldukça devingen, öz düşünümsel ve yeniliklere açık hale gelir. Moda ve yaşam olanakları değişip genişledikçe insan kimliğini seçebilir, imal edebilir ve sonra yeniden imal edebilir (Kellner, 2001: 191-192).

Tespitchi kullanıcı adı ile yapılan paylaşımlardan görülmektedir ki bir baba çocuğu üzerinden yaşadığı bir olayı Twitter’ dan paylaşıyor ve 43 bin beğeni alıyor (**bkz. foto.1**). Daha sonra oğlunun youtube kanalına davet ederken oğlu ile çekilmiş bir görseli paylaşarak kimliklerini açık eden bir tweet daha atıyor. Burada bize oğlunu tanıtırken tweetin screen shot (ekran fotoğrafı) ları “hangi sayfalara meze oldu artık” ifadesini kullanıyor. Fakat biz burada bir babanın oğlu ile diyalogunu ve görselini paylaşmakta temkinli olmanın tam aksine, serzeniyormuş gibi görüldüğü bu tweetden (**bkz. foto.2**) ve söz konusu diğer tweetin yayılmasından ve bilinir olmalarından oldukça memnun olduğu çıkarımını yapabilmekteyiz.



Fotoğraf 1: Tespitchi Twitter hesabı,

twitter.com/volkansariz



Fotoğraf 2: Tespitchi Twitter hesabı

twitter.com/volkansariz

Gösterişçi Tüketim ve Lüks Endüstrisi

İnsan hayatını idame ettirme ve temel ihtiyacını karşılama gereği tüketen bir canlıdır. Ancak tüketimi yeni ve yaygın anlamı ile düşünülürse hedonist ve bencil kişilik özelliklerinin ön planda olduğu görülür. Haz duymayı ve kişisel taleplerini merkeze alan bireyin yeni tüketim evreninde kendine biçtiği rol, kendini gösterme arayışı olarak belirmektedir.

Tüketilenin kendisi olduğundan habersiz gibi görünen kitle insanı için tüketilen şeyler ile zenginlik, itibar ve gösterişin anlamı aranır. Bu anlamda göstergeler tüketilmek istenir. Kadın olmanın tüketim alanı için cazip bir zemin teşkil etmesi neredeyse önemsizdir ancak yine

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

de bir kaynaktır. Özellikle moda ve güzellik etiği bağlamında lüks tüketimi ateşleyen unsurlar genellikle kadın tüketiciler bağlamında ele alınmakta ve medya aracılığı ile sabitesini her geçen gün artırmaktadır. Güzellik artık sadece görünüşe atfedilen bir anlam olarak düşünülmemekte, bedenın değerli kılınması anlamı ile varlığını yeniden yapılandırmaktadır. Atay, giysilerle ilişkimizin kültürel olmaktan çıkıp endüstriyellediğini, sonra da tüketime endeksli hale gelerek modanın, insanın giyinme ihtiyacının iktisadi tahakküm altına alınmasını sağladığını ifade etmektedir (2018: 110). Böylece moda giysi lüksü olarak kendisini göstermekte ve tüketimde yönlendirici unsur olarak yerini almaktadır. “Bakımlı olmalısınız, güzel olmalısınız, çünkü bedeniniz değerlidir, siz değerlisiniz ve her şeyin en iyisini hak ediyorsunuz çünkü siz buna değersiniz”, algısı ile toplumdaki her bireye adeta kendi varlığı anlamında bir kutsiyet atfedilmiştir. Medya bu algıyı her geçen gün güçlendirmektedir. Çünkü tüketme zihnini üretmenin yanı sıra, daha fazla tüketmenin tetikleyicisidir bu algı. Debord, Modern tüketimin dayattığı sahte-ihtiyaca, toplumun ve tarihin şekillendirmediği hiçbir sahici ihtiyaç ya da istekle karşı konulamayacağını ifade eder. Fakat meta bolluğu, toplumsal ihtiyaçların organik gelişmesindeki mutlak kopuş gibidir. Metanın mekanik birikimi, karşısında canlı arzusunun çaresiz kaldığı sınırsız bir yapaylığı serbest bırakır. Bağımsız yapaylığın yığılma gücü, her yerde toplumsal yaşamın tahrif edilmesine yol açar (2017: 65). Bu durum bireylerin birbirlerine benzeşmesinin yanında aslında yaşamak istemeyecekleri hayatları dahi yaşamalarına sebep olmaktadır. Bireyler adeta kaçınılmaz bir son gibi, belirlenenin dışında yaşamaktan başka bir çarelerinin olmadığı düşüncesine kapılırlar. Bu tüketim unsurları doğrultusunda artık çoğu şeyin maddi değerlerle ifade edildiği toplumda iyi yaşamın tanımı da muğlaklaşmıştır.

Bauman’ ın ifadesiyle; “Postmodern iyi yaşam düşüncesini tanımlayan şey, iyi yaşamın tanımının olmamasıdır” (2014: 113). Bu durum bireyleri müphemliğe itmekte, kolay manipüle olmalarına neden olmaktadır.



Fotoğraf 3: Pelin Su Instagram hesabı, [instagram.com/ pelinsu_](https://www.instagram.com/pelinsu_)

(Facebook’tan alınan fotolarla yapılmış bir kolaj)

(Görseller bugün bize markalaşma üzerinden dayatılan lüks endüstrisi temsilidir.)

Temel ihtiyacı aşacak biçimde yapılan her türlü fazladan harcama, lüktür. Nicel anlamda lüks, malların “ziyan” edilmesiyle eşanlamlıdır. Nitel anlamda lüks, daha iyi malların kullanılması anlamına gelse de nicel ve nitel anlamlı lüks kavramları aynı paydada birleşebilir. Çağımızda büyük bir lüks var etmek için bütün koşullar hazırdır: zenginlik, aşk yaşamının özgürleşmesi, gruplaşmış kitlelerin kendilerini diğerlerine kabul ettirmek için gösterdiği çabalar ve daha önce de gördüğümüz gibi 19. Yüzyıla kadar daima zevk merkezi olmuş olan büyük kent yaşamı. Şu halde ilk etapta yapılması gereken şey, büyük, güçlü bir lüks gelişimi olgusunu arz etmektir (Sombart, 2013: 117-120). Bu olgunun arzı gerçekleşmiş, günümüzde tüketim artık öyle bir hale gelmiştir ki temel ihtiyacı karşılamanın çok daha ötesinde, göstergeleri tüketme ve tükettiklerini gösterme olgusu sistemde yerini almıştır. Modern zamanlarda tüketici olmak arzu ve tatmin arasında aracılık yapan gösterişçi bir eylemin ya da bir kimlik inşa etmenin amacı ile güdülenir. Artık bireyler hali hazırda temel ihtiyaçlarını karşılayabilecek ekonomik kazançlara sahip iken, gösteriş için, kendini mutlu etmek için ya da sahip olacağı malların göstergeleri için her türlü fazladan harcamayı yapabilecek durumdadır. Tüketici olmanın gereği, tüketmenin kendisinin arzulanması olmuş bu da bireyi ikinci plana atarak aşırı tüketime zemin hazırlamıştır (Aydemir,2013: 328).

Lüks ürün alımı sadece ekonomik faktörlere bağlı değildir. Ürünlerin sembolik anlamının tüketilmesi sosyal bir süreçtir. Bu süreçte odak nesnede ihtiyaç duyumsaması değil, nesnenin sahip olduğu imajın tüketilmesine dönüktür. Bu ürünler artık bir sosyal sınıfın ya da yaşam tarzının yansıtıcısıdır. Seçimi kolay hale getirdikleri için tüketiciler markayı severler. Ayrıcalık üretiminin bir parçası olarak kurgulanan nesnenin kullanıcısı da durumdan faydalanmış olur. Lüksün sembolik gücünü ve gösteriş tüketimini, dikkate değer bir biçimde inceleyen Veblen, modern yaşamda insanların birbirlerini kıskanma politikalarıyla değerlendirdiğini, modern yaşam düzenini anlamada hazcılığın (hedonizmin) ve gösterişin can alıcı bir önem taşıdığını belirtmiştir (Akyazgan, Tıgılı, 2003). Böylelikle gösterişçi tüketim, marka ürünler ve bunlar dolayısı ile kazanılan imaj, bireylerin kendilerini ayrıcalıklı hissetmelerini sağlayan, hazın kaynağı olarak görülmektedir. Ayrıcalıklı olduğu ifade edilen bu kişileri ise her mekânda görmek mümkün değildir. Ayrıcalık kendini orada da belli etmek ister ve lüks mekânlar tercih edilir. Ayrıcalık mekân yaratımında da kendini belli eder. Başka bir ifadeyle “yeniden düzenlenen kent merkezlerinde, belirgin bir biçimde toplumsal olan ve kimlik açısından zengin ortamlarda genellikle standartlaştırılmış türden malları ve yaşam tarzlarını satmak üzere zevkli alışveriş için insancılaştırılmış çevreler tasarlanmıştır” (Hall, Jacques, 1995: 232).

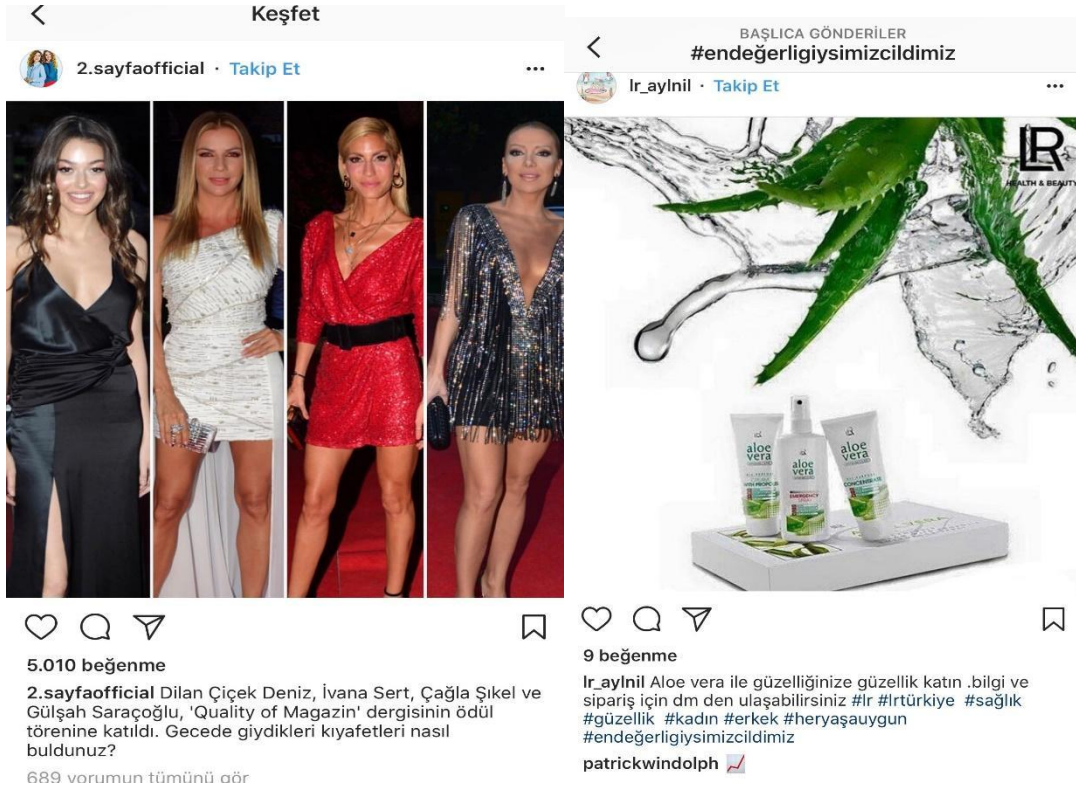
Lüks endüstrisi, kapitalist çağda zevk anlayışlarına “modanın” egemen olmaya başladığı bir oluşumdur. Baudrillard’ın, “Eğer eskiden bedeni sarmalayan ruh idiye, günümüzde ruhu sarmalayan bedendir; ama ruhu sarmalayan çıplaklığın (ve dolayısıyla arzunun) patlaması olarak ten değil, prestij giysisi ve ikinci konu olarak, gösterge ve moda göndergesi olarak ten” (2017: 165) ifadesinden hareketle, beden; moda göndergesi olarak işlev kazanmakta ve bu bireye prestij sağlamaktadır. Özellikle giysi lüksünün moda kadrajında, görüntü olarak gençleri benzeştirdiği günümüz toplumunda mankenler sadece öncü bir tiptir. Baudrillard’ın “Nesneler ve ürünler vitrinde görkemli bir sahnelemeyle, kutsayıcı bir gösterişle sunulduğu” (2017: 215) ifadesini göz önüne aldığımız da moda takipçileri bu kutsayıcı gösterişin hayran izleyicisidir. Çünkü modanın kalbi vitrindedir.

Moda etiğinin ta kendisi olan güzellik etiğini, “bedenin tüm somut değerlerinin, tüm kullanım değerlerinin (enerji, hareket, cinsellik) tek bir işlevsel değişim değerine indirgenmesi” olarak tanımlayan Baudrillard, aynı zamanda güzelliğin kadın için mutlak bir buyruğa dönüştüğünü ifade etmektedir (2017: 168-169). Bu da bedenin değerli kılınması anlamına gelmektedir. Bu bağlamda güzellik aslında yalnızca kadın için değil, bedenini değerli gören herkes için bir buyruğa dönüşmüştür. Destekleyici olarak reklam endüstrisi etken konumdadır.

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

Reklamcılığın gelişmesinden önce de mallar vitrinlerde sergileniyordu; o zaman da mallar, emek ürünü olduğunu gizleyen bir kimlikle çıkıyordu karşımıza. Reklamcılık yeni bir dünya yaratmadı; yalnızca patronları da "özgürleştirdi". Bir de seyirlik toplumun sınırlarını genişletti; medyası televizyonu ile her yeri bir vitrine dönüştürdü (Gürbilek, 2001: 35).



Fotoğraf 4: Temiz Magazin Temiz Gündem

instagram hesabı

Instagram.com/2.sayfaofficial

Fotoğraf 5: LR_ AyLniL instagram hesabı

instagram.com/lr_aylnil

İki farklı Instagram hesabından alınan paylaşımlarda (bkz. foto.4/5) belirttiğimiz hususlar görülmektedir. Ünlü kişilerin gösterişli kıyafetler ile pozları paylaşılarak kitlenin beğenisine sunulmuştur. Diğer paylaşımında ise ürün satışı sağlanırken daha güzel olma algısı oluşturularak bu durumda, bireylerin mevcut nesneyi daha çok talep edeceği düşünülmüştür. Bu şekilde reklamlar, sosyal medyanın da yardımı ile patronları özgürleştirirken insanları daha kolay manipüle etme imkânı sağlamaktadır.

Debord, “genel anlamda gösteri, yaşamın somut tersyüz edilişi olarak, canlı olmayanın özerk devinimidir” tanımlamasını yaparken bu devinimde gerçekliğin kısmi olarak göz önüne alındığını ve ayrı bir sahte dünya olarak, salt seyrin nesnesi olarak, kendi genel birliğinde sergilendiğini ifade eder (2017: 34). Kendi içinde kalanın artık bir değeri ve hükmü yoktur ancak görüldükleri zaman bir değer kazanırlar. Sergi değeri, aynı zamanda güzel görünüşe bağlıdır. Her özne kendi reklam nesnesidir ve böylece sergileme zorlaması aslında görünür olanı sömürür. Han (2017) şeylerin artık “sergi değeri” kazanmak uğruna kült değerlerini yitirdiğini söyler. Tüm bunlardan hareketle günümüzde her şeyin sergi değeri ile ölçülmesi, görünmeyen değersizliği ve istenmedik olma durumunu bünyesinde barındırmaktadır.

Yoksulluk ve Doyumsal Yoksunluk

“Tüketim toplumunun tek nesnel gerçekliği tüketim fikridir” (2017: 254) diyen Baudrillard, günümüz dünyasında tüketimin mevcut özetini vermiştir. Ancak tüketimi gerekçelendirmek, rasyonel işletim mekanizması içinde meşrulaştırmak için çeşitli söylem alanları üretilmiştir. Bolluk toplumu, rahatlık, gösteriş, prestij, yaşam tatmini, yaşam kalitesi, gibi söylemler ile modern insanın zihin dünyası tüketime ayarlanmış oluyordu. Söz gelimi “bolluk toplumunda” temel ihtiyaç kaynaklı tüketim zaten sağlanmaktayken tüketim için tüketim, sağladığı prestij ile gösterişçi tüketim var olmaktadır. Dolayısıyla tüketim, temel ihtiyaçları karşılamanın ve bireylere sağlayacağı tatminin tükenmesi durumunda yaşam kalitesinin artırılması gerekçesi ile de sürdürülmelidir. Bauman, yaşam kalitesi hakkındaki tartışmanın gerçekten iyi bir yaşamın nasıl olacağını belirtmesinden çok, bu muğlak ve elle tutulmayan hoşnutsuzluk duygusunu somutlaştırma çabası ile yeterince keyif vermeyen ve tatmin etmeyen şeyin gerçekte ne olduğunun tanımlanması ile de ilgili olduğunu söyler. Gerçekte yaşamın yeterince iyi olmadığı düşüncesi olmasaydı yaşam kalitesi ile kimsenin ilgilenmeyeceğini de buna ekler.

Yaşam kalitesi düşüncesi, eskiden modern eleştirinin kalbi olan öz-koruma ve hayatta kalma takıntısının yerine geçen bir olgudur. Temel biyolojik anlamı ile hayatta kalma bütün insanlar için garanti edilen bir şey iken bugünü eleştirmenin ölçütlerini sunan gelecek, daha güvenli hayatta kalma olarak değil, bekaları zaten garantiye alınmış insanların “daha fazla mutluluğu” olarak tasavvur edilebiliyor (Bauman, 2014: 110-111).

Baudrillard, yoksulluk kavramını açıklarken Galbraith’e göre eşitlik ve eşitsizlik sorununun söz konusu olmadığını çünkü bolluk toplumunda yeni yapıların eşitsiz dağıtımına rağmen zengin fakir sorununun ortadan kalktığını söyler. Bu bağlamda genel olarak sanayi sisteminin dışında, büyümenin dışında kalanlar “yoksul” dur (2017:55). Mutluluk ve yoksulluk kavramları düşünüldüğünde ters bir orantı herkesin zihninde belirecektir. Ancak ağ toplumunda, yoksulluk kavramına uzak olmasına rağmen mutluluk kavramına da bir o kadar uzak bireyler mevcuttur. Öyle ki mutluluğu bile satın alacak güce sahip iken mutlu değildir.

Bauman’ın açıklamalarını referans alarak açıklayacak olur isek, yaşam kalitesi eski anlamı ile yani daha fazla güvenli hayatta kalmak düşüncesi yerine “daha fazla mutlu olmak” düşüncesine dönüştüğü için güvende ama mutsuz bir duygu dünyasında yaşadığımızdan dolayı hayattan zevk alamadığımızı söylemek mümkündür. Bu bakımdan yaşayacağı iç hazzı bile satın alabilecek durumda iken mutsuzluğu ifade eden varlıklı kesim, olumsuz eleştiri almaktadır. Fakat Baudrillard’ın; sistemin zenginlik ve yoksulluk üretmek, tatminler kadar tatminsizlikler, ilerleme kadar zararlar üretmek ayakta kaldığı (2017: 60) ifadesi, söz konusu bireyleri zengin aynı zamanda tatminsiz bir birey olarak toplumda konumlandırılmamızı sağlayacaktır. Bu doğrultuda bu memnuniyetsizliği mevcut sisteme bağlamak açıklayıcı olacaktır.

Mutluluk her tür şenlik ve kolektif yücelmeden daha da uzaktır, çünkü eşitlikçi bir taleple beslenmiş olarak, herkese (her bireye) mutluluk hakkını açıkça tanıyan İnsan ve Yurttaşlık Hakları Beyannamesi ile güçlendirilmiş bireyci ilkeler üzerine kuruludur. Mutluluk kavramının ideolojik gücünün bireyin kendi mutluluğunu gerçekleştirdiği doğal bir eğilimden gelmediğini ifade ederken iç hazzı yaratacak mutluluk tüketimden dışlanmıştır (Baudrillard, 2017: 52). Bu anlamda tüketim toplumundaki bireylerin nesnel ve göstergeler ile ifade edilemeyen mutlulukları, mevcut sistemde istedik bir şey değildir. O zaman bireyin iç huzurunun da bu minvalde çok önem arz ettiğini söylemek sakıncalı olacaktır.



Fotoğraf 6: Pelin Su Twitter hesabı,

twitter.com/ozelgunumdeyim

Fotoğraf 7: HintKumaşı Twitter hesabı

twitter.com/gamzemamze

Bolluk toplumundaki bireyler, maddi sıkıntı çekmediği halde sürekli iç huzuru bulamayan, mutlu olamayan tiplerdir. Birçok bireyin yaşadığı durum ise yoksulluk değil yoksunluktur. Mutluluktan ve tatmin olmaktan yoksun olma durumudur. Görseldeki tweetler³ üzerinden (**bkz. foto.6**) analiz yaptığımız zaman genel bir tatminsizlik durumu göze çarpmaktadır. Bireyler hayatın sıkıcılığından dem vurulurken, doyumluğa aldığı nesnelere ve o nesnelere niteliklerinin kendisine verdiği his ile erişebileceği yanılgısına kapılabilmektedir. Hatta birey öyle bir hale gelmektedir ki doyumluğa dahi sosyal medyada sergiledikleri ile (**bkz. foto.7**) ulaşabileceği izlenimi oluşturabilmektedir.

“Bundan böyle bolluk medeniyetinin yakasını bırakmayan kıtlık heyulası değil, kırılma heyulasıdır” (2017:226) diyen Baudrillard fakirliğin, kıtlığın, sömürünün neden olduğu şiddet sorunundan farklı olarak bolluk toplumunda yorgunluk, intihar, dengesizlik gibi sorunların baş gösterdiğini ifade eder. Fakat Debord; tüketimin ünlü kişileri, görünüşte farklı kişilik türlerini temsil etse de tüketimin bütünlüğüne eşit olarak ulaşabilen ve burada benzer mutluluğu bulabilen insan türlerinin her birini gösterdiğini ifade etmektedir (2017: 61). Sistemin ürettiği ortak mutsuzlar olarak, tüketim temelinde benzer mutluluğa erişilebileceği düşüncesi bireyleri ortak paydada birleştirmektedir. Böylece maddi sıkıntıdan ziyade, tatmin olamamanın verdiği huzursuzluk ve bunu paylaşma isteği özellikle gençleri sosyal medyaya daha fazla bağımlı hale getirmektedir.

İmaja Bürünen Kimlik, Şeffaflaşan Güven

İnternetin yeni bir kültürel mekân, gerçeklik, özgürlük alanı ve ekonomik bir pazar olarak ortaya çıkması, küresel değerlerin, kültürel formların, kimliklerin, alışkanlıkların hızlı

³ Twitter hesabında görülen hesap; gösterişçi tüketimin günümüz temsili olarak kadınları kapsayıcı nitelikte sanal bir kimlik yaratımı olan Pelin Su tipleridir. Benzer yaşam tarzını benimseyen erkekler ise Berke Can ismi ile ifade edilmektedir.

bir şekilde dolaşıma sokulmasını sağladı. Bir bakıma internet küresel sistemin kültürel mecrası halini aldı. Gençler, istedikleri gibi yapılandırabildikleri kimlikleriyle kendilerini ifade ettikleri ve toplumsal baskılardan uzak herhangi bir sorumluluk taşımak zorunda olmadıkları yeni aidiyet alanlarını internet üzerinde gerçekleştirme imkânı buldular. Bu nedenle sosyal medya gençlerin çekim merkezi haline geldi. Ancak, internetin sunmuş olduğu kültürel formlar ve kimliklerin gençleri özgürleştirme potansiyelini taşımaktan ziyade başatlaşmış ve gittikçe homojenleşen bir kültüre eklemelenmiştir (Güzel, 2006: 16).

Kimlik çağdaş toplumlarda çoğu zaman genel kabullere karşıt inşa edilmekte; bu nedenle akışkan ve değişime açık postmodern benliklere ilişkin yer yer ahlaki değerlerden uzak tehditkâr bir şeyler var olmaktadır. Bu durum suçun ve aykırılığın cazibesini artırırken bireyleri müphemliğe itebilmektedir (Kellner, 2001: 208). Görünüş, imaj ve stil toplumsal kimliklerin giderek daha önemli yapıtaşları haline geldiği için, medya imajları, bireylerin insanları algılayış şekillerini yönlendirmekte ve insanların tanımlandırılmalarında etken rol oynamaktadır. Aynı zamanda oluşan herhangi bir olumsuz imaj karşısında medya aracılığı ile yeniden olumlu bir imaj oluşturulabilmekte ve olumsuz imajın izleri silinebilmektedir (Kellner, 2010: 216).

Sosyal medya ve kişiselleştirilmiş arama motorları internette dışarısının ortadan kaldırılmış olduğu mutlak bir yakın alan oluşturur. Bu dijital mahalle insana sadece hoşuna gideceği kesimlerini sunar dünyanın. Böylelikle kamusal ve eleştirel bilinci ortadan kaldırarak dünyayı özelleştirir. İnternet mahrem bir alana, rahatlık ortamına dönüşür. Her türlü uzaklıktan arınmış yakınlık da şeffaflığın dışavurum biçimlerindedir (Han, 2017: 54). Kitle iletişim araçlarının sınırlı görünümü altında ele alınan gösteri, basit bir aletler toplamı olarak toplumu istila ediyormuş gibi görünse bile bu aletler yansız değildirler, aksine bizzat gösterinin bütüncül öz devinimine elverişli olan araçlardır. Gösteri ayrı olanı birleştirir ama ayrı olarak birleştirir. Toplumdaki gösteri, somut bir yabancılaşma imalatına tekabül eder ve öyle bir birikim aşamasındaki sermayedir ki imaj haline gelir (Debord, 2017: 40-45). Modern öncesi, küçük ölçekli cemaatlerde, yoğun sosyalliğin belirgin bir unsur olduğu genel kabul gören bir yargıdır. Ortak bir düşman kategorisini kabul eden bireyler ancak bu sayede birbirlerini dost görebiliyorlardı. Ancak Bauman; modern koşullarda bunun böyle olmadığını, modern koşulların özelliğinin, fiziksel yoğunluk ile yoğun sosyalliğin birbirinden boşanması olduğunu ifade etmektedir. Kişinin, dostlarla, sorumluluğunun öteki ucunda, düşmanlarla da (eğer tabi karşılaşır) çatışma anında karşılaştığını, yabancılarla karşılaşmanın ise belirli bir kuralının olmadığını söyler (2003: 85-86).

Elektronik değişimin egemen olduğu yeni dönemde imgeler gerçeğin yerini alır, benlik merkezsiz, kaygan ve çoklu etkilenimlere açıktır. Bu dönemde teknoloji eğilimli üretim, bireylerin temel ihtiyaçlarından ziyade güdü ve arzularına yönelmiştir. Kitle iletişim pratikleri, mekân ve zaman duyularımızı yeni baştan düzenlemiştir. Gerçek olan artık kurgusal olandır ve alıcıların sunulana tepki veremeyeceği şekilde düzenlenmektedir (Timisi, 2003: 108-109).

Merkezsiz ve çoklu etkilenimlere açık bu dönemde gerek arkadaşlık ilişkilerinde gerekse romantik ilişkilerde bir güven aşınımı söz konusudur. Şeffaflaşan güven; aşkta olduğu gibi diğer ikili ilişkilerde de melankolik bir durumu ortaya çıkarmıştır. Baudrillard, Benjamin ve Adorno' da sistemden kaynaklanan melankolik bir ses tonuyla karşılaştığımızı ifade ederken bunun her türlü diyalektiğin ötesinde yer aldığını ve tedavisinin olanaksız bir şey olduğunu söyler. Etrafımızı ironik bir şekilde çepeçevre sarmış olan saydam biçimler sayesinde, bu sistem melankolisinin günümüzde giderek baskınlaşan bir görüntü sunduğunu ifade eder. Yalnız bunu geçen yüzyıl sonuna özgü kara sevdâ ya da insanı sarıp sarmalayan cinsten sınımsız bir melankoli duygusu olmadığını hatta tükenmiş sistemlerde ani bir duyarsızlaşma ve sessizlik biçimi olduğunu söyler (1998: 191). Baudrillard aynı zamanda yitirilmiş içtenlikten ve güvensizlikten bahseder. Sosyal medya aracılığı ile artık arkadaşlık ilişkileri, her an birbirinden

haberdar olan ancak yüz yüze iletişimin verebileceği içtenlikten uzak ilişkiler olarak şekillenmiştir.

Sennett günümüz kapitalist toplumunda uzun vade anlayışı olmadığını söyler. Hep kısa vadede yaşayan toplumda, ortak bir mücadele anlatısı bulunmaz. Ortada bir tarih vardır ancak insanlarca paylaşılan bir mücadele anlatısı ve dolayısı ile ortak bir kader anlayışı yoktur. Bu koşullar altında karakter aşınır; “Bana ihtiyaç duyan kim var?” sorusu yanıtız kalır. (2002: 155). İfade edilenlerden hareketle; artan şeffaflık ile azalan güven ve ilişkilerin içtenlikten uzak bir imaj haline gelmesi bireylerde müphemliğe neden olmaktadır. Bu durum ise ilişkilerin doğal ve çıkara dayalı olmadığı daha geniş bir cemaat duygusunu ve daha güçlü bir karakter yapısını gerekli kılmaktadır.

Dijital Panoptikon ve Sanal Dikizleme Kültürü

Günümüz değişen şartlarında TV yerine Instagram, Facebook, Snapchat gibi sosyal paylaşım siteleri sizin her an ne yaptığınızı, gerçeğinden daha gerçek olduğundan daha güzel halinizle, bizzat aktarma imkânı sunmaktadır. Han; Baudrillard 'ın 1978' de “Gerçek Olanın Can Çekişmesi” “inde “perspektife dayanan uzayın ve panoptikonun sonunu yaşamaktayız” yazımına karşıt olarak şunu söylemektedir: “Şu an panoptikonun sonunu değil, tümüyle yeni, perspektifsiz bir panoptikonun başlangıcını yaşıyoruz.” (2017: 67). Karşıt söylemindeki bu panoptikon “dijital panoptikondur”. Bu panoptikon daha önce bahsedilen kaybedilen mahremiyet, samimiyetsiz ilişkiler ve her şeyin sergilendiği açık bir pazar konumundadır. Hiper-iletişim ve mesafelerin aşılması söz konusudur fakat yitirilen derinlik ve samimiyetten yoksun bir iletişim, uzaklaşan bir yakınlıktır bu. Herkes herkesle samimidir fakat içtenlik hatta çoğu zaman dürüstlük bu samimiyette yerini alamaz. Bu herkesin birbiri ile iletişimi ve sözde samimiyeti gözetlenmeden gelmektedir. Sosyal medya dilinde ise bu gözetlemenin adı “stalk’lamak” tır. “Gizlice takip etmek, bilgi toplamak, eski sevgilinin profilini ziyaret etme olayı, eğer ki hesabı korumalıysa fake hesap açıp eklemeye kadar giden bir çılgınlık, bir sapkınlık...” (eksisozluk.com, görüntülenme tarihi Ocak 2019) olarak değerlendirilen bu kavram, dijital panoptikonda, herkesin herkesi gözetlediğinin ifadesidir. Bunu yapan kişi ise “stalker” olarak adlandırılır. Han, dijital panoptikonun, herkesin herkesi görünürlüğe ve kontrole iteceğini ifade eder. Bu topyekûn gözetleme özel hayatları da kapsamaktadır. Üstelik tüketiciler ihtiyaçlarını yönlendiren ve tatmin eden panoptik gözetime gönüllü olarak katılırlar. Adeta kendilerini teslim ederler. Kendilerini özgürlük alanları olarak sunan Google ve sosyal ağlar panoptik biçimlere bürünürler. Bu noktada artık sosyal medya ile panoptik makineler arasında fark yoktur (2017: 69-72). Bu durumda dijital kültürde özne ve nesne, izleyen ve izlenen olarak şekillenmiştir.

Kanadalı yazar ve kültür eleştirmeni Hal Niedzviecki (2010) *Dikizleme Günlüğü* adlı kitabında yeni bir çağın başlangıcı olarak 2008 yılını işaret ederek bu çağı “Dikizleme Kültürü Çağı” olarak adlandırmıştır. “Dikizleme Kültürü” yazarın ifadesi ile bir realiti şovdur. Youtube, Twitter, Flickr, Myspace ve Facebook, bloglar, chat odaları, amatör porno siteleri ve sivil denetimdir. Dikizleme kültürü hayatımıza giren televizyon gibi başta masum bulunmuş fakat “abartılı paylaşım” ile özel hayatımızı teşhir etmemize yol açmıştır. Bu durum teşhirci bireyleri ortaya çıkararak mahremiyeti şeffaflaştırmıştır. Dikizlemeyi arzulayan bireyler ve gönüllü dikizleyenler olarak özne ve nesneyi şekillendirmiş ve “Dikizleme Kültürü” artık popüler kültürü de geride bırakmıştır. Temeli kendini teşhir etmeye dayanan bu narsist dürtü, teknolojinin gelişmesi ve sosyal medya kullanımının yaygınlaşması ile kuşaklar arası farkı ortadan kaldırmıştır. Endüstri öncesi toplumlarda yüz yüze ilişkiler kurarak hatta dedikodu yaparak karşıladığımız ihtiyaçlar şu an sanal ilişkiler ile yeniden şekillenmekte ve samimiyetten uzaklaşmaktadır. Mevcut durumda Niedzviecki; insanların dikizleme kültürünün bir parçası

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

haline gelmesinin iki temel sebebi olduğunu söyler: Birincisi ruhun başka bir ruha ulaşma ve hayatın anlamını paylaşma çabası. Diğeri ise popüler kültürün bize enjekte ettiği ilgi çekme ve farkına varılma arzudur. Fakat geleneksel kafa yapısına sahip bireylerde, tekno-kapitalizme inanan yeni insan tipide parçası olduğu bu kültüre tam olarak adapte olamakta, ilk grup teknolojiyi ikinci grup ise temel insani ihtiyaçları bir türlü anlayamamaktadır. Toplumda izlenmek için üretilen karakterler ise artık kamuya ait olarak insanlıktan uzaklaşıp metalaşmaktadır. Bu durum bireyleri paranoyaklaştırırken aidiyet hissi oluşturmamaktadır. Sanal alemde yeniden yaratılan bir gerçeklik söz konusu iken aynı zaman kendi gerçekliğini oluşturan bir yalan da konumlanmıştır. Bu nedenle çevrimiçi dünya ile gerçek hayat çelişmektedir. Foucault gözetlemenin verdiği hazdan söz ederken Niedzviecki bunu dikizlemenin cazibesi olarak nitelendirir. Bu durum bulaşıcı ve vazgeçilmezdir. Modern dünyanın ikilemi ise dikizlemekten öte toplu halde yaşamayı özlediğimiz ancak bu şekilde yaşamayı gerektiren benimsemeye yanaşmıyor olmamızdır.



Fotoğraf 8: Pelin Su Instagram hesabı,

[Instagram.com/pelinsu_](https://www.instagram.com/pelinsu_)



Fotoğraf 9: burcuburcu Twitter hesabı

twitter.com/brjjjjj

Han; “günümüz dünyası eylem ve duyguların temsil edildiği ve yorumlandığı bir tiyatro değil, mahremiyetlerin sergilendiği, satıldığı ve tüketildiği bir pazardır” (2017: 53) diyerek mevcut düzendeki yitirilen mahremiyetten bahsetmektedir. Dijital panoptikon, gözetlemenin meşrulaştırma aracıdır şeklinde bir tanımla yapılabilir. Çünkü birey mahremiyetini kendi iradesi ile sergilediği için gözetleme herhangi bir özgürlüğe müdahale girişimi olarak değerlendirilemez. Bu düzlemde her sosyal medya kullanıcısı dijital panoptikonun aktif katılımcısıdır. Hayatı, kendini bu mecalarda göstermek olan bireyler, kendini göstermek isteyenlerinde büyük bir haz ile izleyicisi ve takipçisidir. Herkese açık paylaşım yapmayan hesapların paylaşımlarını dahi bir şekilde bulur ve görür. Bunu kimi zaman fake hesaplardan kimi zaman saatlerini alan sosyal medya taramalarından yapar. Hatta bunu yapıyor olmaktan zevk almaktadır (**bkz. foto.8/9**). Bireyler artık özel hayatın gizliliğinden uzak, kendi reklamının nesnesi konumunda mahrem duygusunu yitirmiştir.

Sonuç

Teknoloji salt olarak bir toplumu anlamlandıramaz yahut yönlendiremez. Fakat topluma uyarlanma ve mevcut unsurları ile kişilik ve kimlik oluşumuna kadar bireyler üzerinde büyük etki uyandırmaktadır. Bu etki kimlik inşası sürecine yansımaktadır. Küreselleşmenin hız kazanması sürecinde iletişim ve bilgisayar teknolojileri önemli işlevler üstlenmiştir. İnternet, küresel sistemin kültürel mecrası haline gelirken, sosyal medya ise yeni kamusal alan olarak değerlendirilmiştir. Sosyal medya, katılımcıların kendi profillerini oluşturdukları, kendilerini yeniden tanımladıkları ve sosyal ilişkilerde buldukları bir kimlik mekânı oluşturarak toplumu yeniden yapılandırmaktadır. Bu noktada bireyler yenedünya görüşlerinin temsil ettikleri kimlikleri görerek, kimliği seçme şansına da sahip olmaktadır. Kimlik seçilebilir hale gelirken, benlik ile ağ arasında karşılık oluşabilmektedir. Bu durum ise yer yer kimlik bunalımına ve ağ ile benlik arasındaki mesafenin giderek açılmasına sebep olmaktadır.

Benlik ağ ile bağlantıyı kestiğinde araçsal referans olmadan kendini inşa edebilmektedir. Fakat yeni enformasyon teknolojileri, küresel araçsal ağlarla benliği yeniden yapılandırmaktadır. Bireysel kimlik dünyanın yapısına ilişkin derin bir melankoli duygusu yaratır hale gelirken, kolektif kimlik oluşum bakımından sağlam temellere dayandırılmamaktadır. Bu durum ağ dolayımında benliğine yabancılaşmış bireyleri ortaya çıkarırken, onları bir müphemliğe itmektedir

Dijitalleşen panoptikon, sosyal medya aracılığı ile kendini konumlandırmıştır. Dolayısıyla bireylerin birbirleri üzerindeki tahakkümünü meşrulaştırmıştır. Mahremiyet şeffaflaşmış, teşhir toplumunda “dikizleme kültürü” oluşmuştur. İnternetsiz bir hayat düşünülemez duruma gelmiş, ilişkiler sosyal medya aracılığı ile içtenlikten uzaklaşmıştır. Tüm bunlar aynı zamanda toplumda bir müphemliğe yol açmıştır. Sosyal medyada rahatlıkla görebileceğimiz gösterişçi tüketim ikonlarından hareketle yenedünya düzeninde bir yerde temel ihtiyaç konumlanırken bir yerde tatmin konumlanmıştır. Bireyler temel ihtiyaçları karşılama sıkıntısı yaşamamasına rağmen, mutlu ve tatmin olma adına doyum noktasına ulaşamamıştır. Reel ilişkilerimizde birbirimizden uzak ve soyut olsak da sanal ağlar aracılığıyla her an her şeyden haberdar olma isteği oluşturmuştur. Fakat bu herkesten haberdar olma durumu, endüstri devrimi öncesinde olduğu gibi herkesin birbiriyle tanışıp, konuştuğu ve sürekli iletişim içinde olduğu sahici şekli ile değildir. Geleneksel toplulukların bu yaşantılarının dikizleme ile taklit edildiği yapay, sanal ve samimiyetten uzak bir birliktelik yaratımıdır. Bu durum ise ağ dolayımında benliğine yabancılaşmış bireyleri ortaya çıkarmaktadır.

Kaynakça

- Atay, T. (2018). *Görünüyorum O Halde Varım*. İstanbul: Can Yayınları.
- Avcıoğlu, G. Ş. (2011). “Yapısal Kimlikten Seçimlik Kimliğe; Kimliğin Medya Aracılığıyla Yeniden Üretimi”. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(2): ss.360-370.
- Aydemir, M.A. (2013). “Tüketim: Modern Dünyanın Kültürel Göstereni”, *Kültür Sosyolojisi İçinde*, (Ed.) K. Alver, ve N. Doğan, Ankara: Hece Yayınları.
- Baudrillard, J. (1998). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (Çev.) O. Adanır, İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Baudrillard, J. (2017). *Tüketim Toplumu*. (Çev.) N. Tatal, ve F. Keskin, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2003). *Modernlik ve Müphemlik*. (Çev.) İ. Türkmen, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Bauman, Z. (2014). *Küreselleşme*. (Çev.) A. Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı.
- Bauman, Z. (2014). *Parçalanmış Hayat*. (Çev.) İ. Türkmen, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bentham, J., Pease-Watkin, C., Werret, S., Çoban, B., ve Özarslan, Z. (2016). *Panoptikon: Gözün İktidarı*. (Çev.) B. Çoban, Özarslan Zeynep, Dü, B. Çoban, ve Z. Özarslan, İstanbul: Su Yayınları.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür: Kimliğin Gücü* (Cilt 2). (Çev.)E. Kılıç, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çoban, B. (2016). "Gözün İktidarı" Üzerine, *Panoptikon: Gözün İktidarı* içinde, (Haz.) Barış Çoban ve Zeynep Özarslan, İstanbul: Su Yayınları.
- Debord, G. (2017). *Gösteri Toplumu*. (Çev.) A. Ekmekçi, ve O. Taşkent, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gürbilek, N. (2001). *Vitrinde Yaşamak*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Güzel, M. (2006). "Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü". *Küresel İletişim Dergisi* (1), 1-16.
- Hall, S., & Jacques, M. (Dü). (1995). *Yeni Zamanlar*. (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Han, B.-C. (2017). *Şeffaflık Toplumu*. (Çev.) H. Barışcan, İstanbul: Metis Yayınları.
- Kellner, D. (2001). "Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası". *Doğu Batı Düşünce Dergisi* (15): ss. 191-224.
- Kellner, D. (2010). *Medya Gösterisi*. (Çev.) Z. Paşalı, İstanbul: Açılım Kitap.
- Morley, D., ve Robins, K. (1997). *Kimlik Mekanları*. (Çev.) E. Zeybekoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Niedzwiecki, H. (2010). *Dikizleme Günlüğü*. (Çev.) G. Gündüç, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Özarslan, Z. (2016). Gözün İktidarı: Elektronik Gözetim Sistemleri, *Panoptikon: Gözün İktidarı* içinde, (haz.) Barış Çoban ve Zeynep Özarslan, İstanbul: Su Yayınları
- Postman, N. (2016). *Teknopoli*. (Çev.) M. E. Yılmaz, İstanbul: Sentez Yayıncılık.
- Sennett, R. (2002). *Karakter Aşınması*. (Çev.) B. Yıldırım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sombart, W. (2013). *Aşk, Lüks ve Kapitalizm*. (Çev.) N. Aça, Ankara: Pharmakon.
- Tıgılı, M., ve Manolya Aylanç, A. (2003). "Özellikle (Lüks) Tüketim Ürünlerinde Enderlik Prensibi ve Bir Uygulama". *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(5), ss.21-37.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Veblen, T. (2017). *Aylak Sınıfının Teorisi*. (Çev.) E. Günsel, Ankara: Tutku.
- Williams, R. (2001). "Teknoloji ve Toplum". *Doğu Batı Düşünce Dergisi* (15): ss. 225-237.
- <https://eksisozluk.com/stalklamak--5354356> (Ocak 2019)

AVERSIVENESS OF MEDIA AND AUGMENTED REALITY IN NEWS

Birol AKGÜL¹, Ebrar Feyza KILIÇ²

Abstract

It is known that researches that have been made on media from past to present concluded media is used to establish domination over society. Propaganda is considered as the oldest manipulation that is applied. The aversiveness technique that is applied between two powerful countries in international relationships, is considered as a new manipulation technique used between media products and society and leave propaganda in the background. In the current study, the concept of aversiveness of media which is put forward as a new theory with a subjective article, is investigated by associating the usage of augmented reality in news. Reality perception created by media, reality principle in news, and the usage of augmented reality in news are evaluated via the way of media deters individual from choosing exact opposite of the created reality by using its products, persuasiveness of threats, rationality, and common-sense hypotheses with a philosophical and critical point of view. Regarding industrial changes significant and sectorial effects of Industry 4.0 as a result of technological improvements is one of the important issues for today and the future. The topic of the recent study matters due to Industry 4.0 practices started to be used in newspapers. Literature review is used for collecting data. Tertiary data is attained by utilizing secondary data and fictional technique is used as the research technique.

Keywords: Aversiveness of Media, Augmented Reality in News, Industry 4.0, Manipulation, Technology

MEDYANIN CAYDIRICILIĞI VE HABERDE ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK

Özet

Geçmişten bugüne medya üzerinde yapılan araştırmaların, medyanın toplum üzerinde tahakküm kurabilme amacı doğrultusunda kullanıldığına dair sonuçlara vardığı bilinmektedir. Kullanılan manipülasyon yöntemlerinden en köklüsü propaganda olarak görülmektedir. Uluslararası ilişkilerde iki büyük güçlü devlet arasında kullanılan caydırıcılık yönteminin, medya ürünleri ve toplum arasında kullanılan yeni bir manipülasyon yöntemi olduğu, propagandayı geri planda bıraktığı düşünülmektedir. Özel makale çalışması sonucunda yeni bir teori olarak ortaya atılan medyanın caydırıcılığı kavramı bu çalışmada, haberde artırılmış gerçeklik kullanımıyla bağdaştırılarak incelenmiştir. Medyanın yarattığı gerçeklik algısı, haberde gerçeklik ilkesi ve haberde artırılmış gerçeklik kullanımı felsefi ve eleştirel bakış açısıyla, medyanın ürünleriyle bireyi yaratılan gerçekliğin tam tersini seçme durumundan nasıl

¹ Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Çanakkale, birolakgul@comu.edu.tr

² YL Öğr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Çanakkale, ebrarfeyza.k@gmail.com

caydırdığı; tehditlerin inandırıcılığı, rasyonalite ve ortak anlayış varsayımları üzerinden değerlendirilmiştir. Teknolojik gelişmeler sonucunda endüstriyel değişimlerin önemli görülmesi ve Sanayi 4.0'ın sektörel etkileri bugünün ve geleceğin önemli konularından biridir. Bu çalışmanın konusu, gazetelerde Sanayi 4.0 uygulamalarının kullanılmaya başlamasından ötürü önem taşımaktadır. Veri toplama tekniği olarak literatür taraması kullanılmıştır. Araştırma yöntemi olarak ikincil verilerden yararlanılarak üçüncül verilere ulaşılmış ve dördüncül veri oluşturularak, betimsel ve kurgusal yöntem kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Medyanın Caydırıcılığı, Haberde Artırılmış Gerçeklik, Sanayi 4.0, Manipülasyon, Teknoloji

1 Giriş

Davranış, bilinç, algı, tutum, önyargı gibi psikolojinin araştırma konuları olan insana özgü kavramlar, iletişim çalışmalarında da sıkça kullanılmaktadır. Bu kavramlar, medyanın birey ve toplum üzerindeki etkilerini açıklamada yarar sağlamaktadır. İlk dönem kitle iletişim araştırmaları, Birinci Dünya Savaşı sırasında yapıldığı için bu dönemin araştırmacılarının genel görüşü, kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisinin büyük olduğu bilinmektedir. Propaganda yaparken, meydanlarda binlerce kişiye hitap etmektense, radyoların yüz binlerce kişiye ulaşabilmesi, egemenlik kurmak ve bunu yaşatmak isteyenler için bir fırsat olarak görülmüştür. Manipüle etmenin en kolay ve ulaşılabilir yolunun kitle iletişim araçlarından sağlanması, teknolojinin gelişmesiyle beraber medyaya dönüşmesinin yarattığı fırsatları, devletlerin, küresel güçlerin, markaların, mikro düzeyde bireylerin dahi kullanmaya başladığı görülmektedir.

Kitle iletişim araştırmaları 21.yüzyıla kadar birçok farklı perspektifle açıklansa bile, egemen güçlerin yerleşik ideoloji üzerinden kitleleri etkilemeye çalıştığı düşüncesinin değişmediği görülmektedir. Althusser'in ideolojik aygıtları, Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisi, Foucauld'un söylem-iktidar ilişkisi, Harold Innis'in teknolojik determinizmi, Baudrillard'ın sessiz yığınları bu düşüncelere örnek olarak verilebilir. Hedefe gönderilen mesajın aracı, dönemsel olarak değişse bile, etki yaratma amacının hiçbir zaman değişmediği düşünülmektedir. Bu düşünceden ötürü çalışmanın kuramsal temeli Hipotermik İğne Modeli olarak seçilmiştir.

Yeni ortaya çıkan sanayi toplumunun üzerinde sosyolojik çalışmalar yapıldığı bilinmektedir. Kitleler anomik dönemlerden geçmekte, birbirlerine yabancılaşmakta, emeğinin değerini kaybetmekte, öznelliklerini unuttuğu söylenmektedir. Bu durum içindeki insanları etkilemek, kitleleri yönlendirmek için propaganda yönteminin güçlü bir araç olduğu keşfedilmiştir. Harold Lasswell kamuoyu üzerine yaptığı araştırmalarında, siyasal iktidarın otorite oluşturmasında fiziksel güçten çok, kitle iletişim araçlarını kullanarak etki yarattığını, sanayi toplumunun eleştirel düşünceden uzak ve propagandaya karşı direnecek gücü olmadığını, söylem seçkinleri tarafından kitle iletişim araçlarıyla kolayca yönlendirileceğini söyler. Bu yaklaşıma göre göndericinin mesajı, alıcıda deri altına enjekte edilen bir iğne gibi etki yaratmaktadır (Yaylagül, 2014: 54-55). İkinci dünya savaşındaki faşist diktaların yarattığı etkilerin propaganda yöntemiyle uygulanması bu düşünceleri ortaya çıkarmıştır. Günümüzde de medya, popüler kültür ürünleri aracılığıyla kitlelerin beğenilerine hitap ederek onları tüketici ve seçmen olarak yönlendirdiği görülmektedir.

İnsan tutumlarını değiştirmek için, kullanılabilecek en etkili yöntemin kitle iletişim araçları olduğu düşünülmektedir. Geçmişin imkanlarıyla yapılmak istenen, bugünün imkanlarıyla da yapılmaktadır. Tutum değiştirme, etki etme istediği, zaman geçse de araçlar ve yöntemler değişse de amaç olarak yaşamaya devam etmektedir. Birinci ve İkinci Dünya Savaşı

dönemlerinde, kitle iletişim araçlarında uygulanabilirliği keşfedilen ve kullanılan, öldürmeyen silah propaganda günümüzde de sıkça başvurulan bir manipülasyon yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Lakin bu çalışmada manipülasyon yöntemi olarak kullanılan caydırma yöntemi ön planda olacak ve habercilikte yeni yaklaşımlardan olan artırılmış gerçeklik uygulaması kullanılarak sunulan haberlerin caydırıcılığı tartışılacaktır. Çalışmada literatür taraması yapılmıştır. İkincil, üçüncül ve dördüncül veriler kullanılarak betimsel ve kurgusal yöntem ile özgün bir fikir, eleştirel kurama yeni bir teori üretilmeye çalışılmıştır.

2 Caydırıcılık Politikası

Caydırma, karar verilmiş bir fikirden vazgeçirme anlamında kullanılmaktadır. Hukukta ve dinde, kişinin işlediği suç veya günah karşılığında verilen cezalarda, kişinin tekrardan o eyleme yönelmemesi adına caydırıcı hükümler uygulanmaktadır. Bir diğer örnek siyasal iletişimin konusu olarak, iki siyasi parti liderinin atışmalarında ‘elimde rüşvet belgeleri var, haydi yap da görelim, kasetler yarın medyanın eline geçerse’ gibi istenilmeyen davranıştan, tehdit yoluyla caydırma yönteminin uygulandığı zaman zaman görülmektedir. Caydırıcılığın uygulandığı bir başka alan da uluslararası ilişkilerdir. Bu bölümde ise uluslararası ilişkilerdeki strateji ve güvenlik adına uygulanan caydırıcılığın, tarihsel boyutu ve varsayımlara dayanan kuralları ele alınacaktır. Bu kurallar çerçevesinde caydırıcılığın, medyada bir manipüle yöntemi olarak kullanılmaya başlandığı, medya ürünlerinde nasıl işlevselleştiği üzerine bir analoji yapılacaktır.

Caydırıcılık, Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre, bir saldırganlığı önlemek ve engellemek için önlem alma işi anlamına gelir. Stratejik çalışmalarda ise caydırıcılık, düşmanı belirli bir davranış biçimini seçmesiyle faydadan çok, zarara uğrayacağına ikna etmek; bir tarafın diğer tarafa belirli bir davranışı karşılığında cezai yaptırım ya da ödül vereceğine inandırma taktiği; tarafların düşmanlardan gelecek hareket doğrultusunda fayda-maliyet hesabı yaptığı stratejik etkileşim oyunu olarak tanımlanmaktadır. Kişiler arası iletişimde etkin olan caydırma davranışı, uluslararası ilişkiler literatürüne, İkinci Dünya Savaşı döneminde girmiştir. Caydırıcılığın öncü teorisyenlerinden olan Bernard Brodie, Hiroşima ve Nagasaki’ye atom bombası atıldıktan sonra, ‘bugüne kadar askeri hedefimiz savaşları kazanmaktı, fakat bu tarihten sonra temel amacımız onları önlemek olmalı’ diyerek, caydırıcılığın temelini atmıştır (Aydın & Ereker, 2016: 62-63).

1945-1962 arası yıllarda, nükleer silahların siyasal etki aracı olarak değerlendirilmesi, ABD’nin nükleer silah kullanma tehditleriyle avantaj sağlamaya çalışması, caydırıcılığın bir yöntem olarak kullanılmaya başlandığının göstermektedir. NATO’nun benimsediği strateji, komünizmden gelecek herhangi bir saldırıya karşılık, nükleer güçle karşılık verilecek olması örnek olarak gösterilebilir. 1962-1983 yıllarında caydırıcılık dönemi Küba Krizi ile ortaya çıkmıştır. SSCB tarafından yerleştirilen füzelerin bulunması sonucuyla ABD’nin Küba’yı abluka altına alması ve gemilerin batırılacağı söylemi caydırma politikasının ilk tehdidi olmuştur. Gemileri durdurmamayan SSCB kısa sürede füzeleri kaldırma kararı almıştır. Çünkü ABD’nin de Türkiye’de füzelerinin varlığı ve karşılıklı büyük tehditler iki tarafı pazarlık masasına oturtmuştur. 1983-2001 yıllarındaki caydırıcılık, yine ABD’nin başlattığı nükleer stratejik çalışmalar doğrultusunda devam etmiştir. 11 Eylül’e gelindiğinde ise bu caydırma tehditlerinin istenilen sonucu vermediği görülmüştür. Bu saldırı sonucunda caydırıcılık politikaları büyük ülkeler tarafından tekrar gözden geçirilmek durumunda kalmıştır (a.g.e.: 63-67).

Savaşların belirlediği kazananlar, gücü avuçlarında tutan ülkeler olmuştur. Tarihte görülen iki büyük kutup ABD ve Rusya tehdit etme yetisini dahi tekelleştirmiş durumdadır.

İçerikleri, yöntemleri, kullanılacak araçları ve sonuçları kendi silahlarıyla belirlemektedirler. İki büyük dünya gücünün birbirlerini nükleer silahla tehdit ederek caydırmaya çalışması, diğer dünya ülkeleri için en büyük caydırıcılık yöntemi olarak görülmektedir. Bir yöntem olarak belirlenen caydırıcılığın, tehditlerin inandırıcılığı, rasyonalite ve ortak anlayış olmak üzere üç tane varsayıma dayanan kuralı vardır.

❖ *Tehditlerin İnandırıcılığı:* Caydırma teorisyenlerine göre caydırıcılığın başarısı, tehditlerin düşman tarafa inandırıcı gelmesine bağlıdır. Bir tehdidin inandırıcı olabilmesi için, tehdit eden tarafın askeri gücünün olması ve bunu en riskli anlarda bile sonuna kadar kullanabileceğinin mesajını vermesi gereklidir. Maliyeti olan tehditlerin, mesajları daha inanılır düzeydedir. Çıkarı için her şeyi göze alabileceğine, karşı tarafı ikna etmesi gerekir. Devletlerin tehditlerinde herhangi bir yalan ya da uygulaması gerçek olmayan bir davranış sergilemesi inandırıcılık açısından uygun olmamaktadır (Gündoğdu, 2016: 8-9).

❖ *Rasyonalite:* Bu varsayımda, caydırıcılığın entelektüel doğasına odaklanılır. Devlet adına karar alıcıların rasyonel davranması, seçenek ve ihtimallerin tümünü rasyonel değerlendirmeye tabi tutması, fayda ve maliyet analizini en rasyonel şekilde yapması gereklidir. Devletin varlığı gerçekliğini gösterir ve bu akla uygundur. Hamleyi yapan tarafın faydası maliyetini aşarsa, bu eylem gerçekleşir ve caydırıcı etki başarısız olmaktadır. Çünkü amaç bu büyük tehdidi gerçekleştirmek değildir, amaç bu tehditle eyleme geçmeden istenileni yaptırmaktır. Eğer hamleyi yapan tarafın maliyeti faydasını aşarsa, bu eylem gerçekleşmez ve caydırıcılık başarılı bir şekilde gerçekleşir. Çünkü yaptırılmak istenen davranışın fail tarafa etkisi büyük kayıplar olmaktadır. Bu durum fail tarafı, bu hareketi yapmaktansa, tehdit yoluyla davranışı değiştirmeye iter ve caydırıcılık gerçekleşmiş olur. İrrasyonel ve öngörülemez olmak her zaman zayıflığa sebep olmaktadır. Amaç en iyi sonucu en zararsız şekilde elde etmektir (a.g.e.: 9-10).

❖ *Ortak Anlayış:* Bazı caydırıcılık taktikleri hiçbir şekilde sonuçlanmaz. Bunun sebebi ortak anlayışın olmayışıdır. Dengeli bir caydırıcılık için karşılıklı öğrenme gereklidir. Tekrarlı iletişim, aktörler arasındaki düzenli etkileşim, normatif caydırıcılık anlayışına dayalı, politik öğrenmeyi gerçekleştirebilir. Normlar ne kadar ortaksa, caydırıcılık da o kadar işlevseldir. Her dönemin kendine ait uygulanan politikaları vardır ve ortak anlayış bu şekilde işlemektedir. Geçmiş dönemin politikasıyla yani bir dönemde harekete geçmek uygun olmayabilir. Ortak dünya görüşü ve normlar caydırıcılığın gerçekleşmesine imkân verebilmektedir (a.g.e.: 11-13).

2.1 Caydırıcılık Politikasının Medyaya Uyarlanması

Bu çalışmada bir manipülasyon türü olan propagandanın dışında kullanılan, bir başka manipülasyon yöntemi olarak görülen, caydırıcılık yöntemi ele alınmaktadır. Uluslararası ilişkilerde ya da siyasal liderler arasında, hukuk alanında ve din alanında caydırıcılık kavramı sıklıkla kullanılmaktadır. Bu disiplinlerden farklı olarak felsefe alanında kullanan ilk isim Baudrillard'dır. Simülakrlar ve Simülasyon (2017) adlı kitabında caydırıcılık kavramını postmodern mimari bir yapıyı değerlendirirken ele alan Baudrillard, Paris şehrindeki Beaubourg yapısının nükleer bir santralden farksız olduğunu söylemektedir. Nükleer santralin çevresine yaydığı tehlikeleri denetim ve caydırma oyunu olarak görmektedir. Mekanın iç yapısını eleştirirken, köşeye bile benzemeyen köşelerin insanın tüm enerjisinin bireysel bir savunma amacıyla tüketmeye mahkum eden güzel bir caydırma taktiği olarak değerlendirmektedir. Nükleer savaş simülasyonu gibi, toplumsal ilişkilerin sanal bir şekilde üretildiği caydırma merkezine benzettiği bu mekânın, mevcut düzeni savunanlar tarafından yapıldığını söylemektedir. Mekânın içine bir şey konulmasa bile anlam ve estetik duygusu üzerine oturtulmuş her türlü kültürün ortadan kayboluşu izlenimini uyandırdığından ve kültürel

caydırıcılık anıtı olarak isimlendirdiği bu mekana giden kitlelerin ölmüş bir kültürü zevkle izlediklerinden bahsetmektedir (91-97).

Bu mimari biçimin, bireysel yozlaşmayı sürdürdüğü ve kültürel caydırıcılığı olduğu üzerine düşüncelerinin ele alındığı Baudrillard, kitabında “Aracın (medium) işlevi kitleler oluşturmak, türdeş insanlar ve zihinler üretmektir” (a.g.e.: 99) ifadesini kullanmaktadır. Kitleye ulaşmak için kullanılan en yaygın araç medyadır. Egemen düşüncenin, istenilen etkinin yaratılmasının, algının belli bir noktaya çekilmesinin yolları da medya aracılığıyla haberler, reklamlar, filmler, eğlence programları vb. üzerinden yapılmaktadır. Manipüle edilmek istenen kitle, propaganda yöntemi kullanılarak yönlendirilmektedir. Medyanın teknolojiyle birlikte ilerleyişi, propagandanın damarlara işlenmesini kolaylaştırır. Günümüzde propaganda amacına ulaşmış, medya topluma benimsetilmiş, toplum medyaya güvenmiş; haber alma ihtiyacından eğlenceye, eğitimden örgütsel iş yürütmeye, ürün satın alımdan satmaya kadar yaşamsal faaliyetlerin birçoğunun tek tıkla yapıyor oluşu bunun göstergesidir. Bu çalışmada amaçlanan da yeni bir bakış açısı olarak caydırma yönteminin kurallarıyla, medya ürünlerindeki kullanımını araştırmaktır. Literatür taraması sonucunda bu konuyla ilgili yapılan bir çalışma olmadığı görülmüştür.

2.3 Propaganda Yöntemi

16.yüzyılda başlayan Protestan Reformlarını engellemek, Katolik inancını güçlendirmek ve savaş kararlarına destek almak için Katolik Kilisesi tarafından tarihin ilk propaganda örgütü kurulmuştur. Propaganda terimi 1622’de oluşturulan, Congregation de Propaganda Fide adındaki, İtikatı Yayma Cemaatinden gelmektedir (Severin & Tankard, 1994: 154).

Propaganda, örgütlü ve sistemli şekilde bir görüşe taraftar toplama etkinliğidir. Çok sayıda insanın düşünce ve davranışlarını etkileme amaçlı olarak yapılan ikna çalışmasıdır. Propaganda, tarafsız ve kamu yararına bilgi sağlama amaçlı değil; belli bir kişi ve grubun çıkarları doğrultusunda önceden tasarlanmış insanları etkilemeye yönelik iletişim faaliyetidir. Posterler, el ilanları, raporlar, bilim kisvesiyle piyasaya sürülen kitaplar, filmler vb. şekillerde olabilir. Reklamdan farklı olarak propagandanın kaynağı her zaman belli ve açık olmayabilir (Cangöz, 2017: 41).

Lasswell, *Dünya Savaşında Propaganda Tekniği* adlı çalışmasında propagandayı, anlamlı sembollerle, öykülerle, haberlerle, söylentilerle, resimlerle ve sosyal iletişimin diğer biçimleriyle düşüncenin denetimi, sunumların yönlendirilmesiyle insan eylemini etkileme tekniği olarak tanımlar. Lasswell’in tanımı, reklam ve propagandanın ikna etme çabası olduğunu vurgular. İkna ve propaganda yöntem olarak aynıdır, fakat alıcı ve kaynak arasındaki ilişkiye göre farklılık gösterir. Bu farklılık alıcının değil, kaynağın sağladığı yararlar ölçülmektedir. Propaganda, reklamcılıkta, politik kampanyalarda ve halkla ilişkilerde uygulanabilmektedir. Lasswell’e göre propagandanın dört temel hedefi vardır. Bunlar; düşmana karşı nefret uyandırmak, müttefiklerle dostluğu korumak, tarafsızlarla işbirliği yapmak ve düşmanın moralini bozmaktır (Severin & Tankard, 1994: 154-155).

Propagandanın yedi tane yöntemi McClung Lee ve Briant Lee tarafından yazılan *The Fine Art of Propaganda (Propaganda Sanatı)* adlı kitapta belirtilmektedir. Bunlar; ad takma, gösterişli genelleme, transfer, tanıklık, halktan biri, kağıt derme ve herkes yapıyor olarak belirlenmiştir. Belirlenen yöntemler, reklam ve siyasal iletişim alanlarında kullanılmaktadır. Burada yöntemlere sadece reklamlar üzerinden örnekler verilecektir.

1. *Ad Takma*: Bir düşünceye kötü bir nitelendirici isim vermek olan ad takma, söz konusu düşünceyi kanıtları gözden geçirmeksizin reddetmemiz ve kullanılamaz kararını vermemiz için kullanılır (Lee & Lee, 1939'dan aktaran; Severen & Tankard, 1994: 158). Bir kişi, marka, durum ya da düşünceyi kötülemek amacıyla sıfat üretmek olarak tanımlanır. Reklamlarda ad takma yöntemi, rakip firmanın adı anılmadan, ona iyi ya da kötü gibi yakıştırmalar yapılarak, 'diğer marklara kıyasla, iyi bildiğiniz markalar' gibi söylemlerle uygulanmaktadır.

2. *Gösterişli Genelleme*: Bir şeyi etkin bir sözcükle ilişkilendirmek olan gösterişli genelleme, bize söz konusu şeyi kanıtları gözden geçirmeksizin kabullendirmek ve onaylatmak için kullanılır (a.g.e.:165). Bir kişi, marka, durum ya da düşünceyi savunmak ve övmek için üretilen, pozitif sıfatlardır. Reklamlarda gösterişli genelleme yöntemi, genelde markaların kendileri için ürettiği sloganlarda rastlanmaktadır. 'Türkiye'nin bir numaralı bulaşık deterjanı' örnek olarak verilebilir.

3. *Transfer*: Bir şeyi daha fazla kabul edilir hale getirmek amacıyla, saygı duyulan ve değer verilen başka bir şeyin otoritesini, onayını ve prestijini bu şey üzerine taşımaktır (a.g.e.:169). Bir kişi, marka, durum ya da düşünceye değerli bir başka şeyin prestiji üzerinden saygınlık, güvenilirlik kazandırma yöntemidir. Reklamlarda transfer yöntemi genelde bir müzik, görüntü ya da kısa bir cümle ile uygulanmaktadır. 'Otel mi? Trivago' ya da Cornetto reklamlarında kullanılan pop müzikler örnek olarak verilebilir.

4. *Tanıklık*: Saygı duyulan ya da nefret edilen bir kişiye herhangi bir düşünce, program, ürün ya da kişinin iyi ya da kötü olduğunu söyletmeyi kapsar (a.g.e.:172). Bir kişi, marka, durum ya da düşünceye, iyi veya kötü olarak toplum tarafından tanınmış kişilerin yorumlamalarını kullanma yöntemi olarak tanımlanabilir. Reklamlarda genel olarak sıkça kullanılan bir yöntemdir. Toplum tarafından tanınan oyuncu, müzisyen, yazar vb. kişilerin reklamlarda oynatılmasına, Hülya Avşar'ın mobilya markasının yatak reklamında oynaması örneği verilebilir.

5. *Halktan Biri*: Konuşmacının dinleyicisini halktan biri olması nedeniyle kendisinin ve düşüncelerinin iyi olduğuna ikna etmeye çalıştığı bir yöntemdir (a.g.e.:173). Toplumun benimsediği, sevdiği, saygı duyduğu bir kişi, marka, durum ya da düşünceyi kullanarak, kullanan kişinin de toplumdaki olduğunun gösterilmeye çalışıldığı bir yöntemdir. Halktan biri de sıkça reklamlarda kullanılan bir yöntemdir. Örnek olarak tüm öğrencilerin aynı gofreti yiyor olması, izleyen tüm öğrencileri aynı gofreti yemeye yöneltir.

6. *Kâğıt Derme*: Bir düşünce, program, kişi ya da ürünün en iyisi ya da en kötüsü olduğunu ortaya koymak amacıyla gerçeklerin ya da yalanların, tanımların ya da ilgiyi başka tarafa çekicilerin ve mantıklı ya da mantıksız ifadelerin seçimi ve kullanımını kapsar (a.g.e.:174). İspatlanması zor ama geçekliği inandırıcı olan şeylerin bir arada ve çokça kullanılması yöntemidir. Bu yöntem genel olarak siyasal iletişimde kullanılmaktadır. Siyasilerin, meclis kürsüsünde ellerinde kağıtlarla konuşmaları örnek bir yöntemdir. Reklamlarda ise bir markaya ait olumlu tüketici yorumlarının reklamlarda kullanılması örnek olarak verilebilir.

7. *Herkes Yapıyor*: Bir şeyi herkesin, en azından bizlerin yaptığını söylemektir. Bununla propagandacı, ait olduğumuz gruptaki herkesin programını kabul ettiğini ve bu nedenle bizim de kalabalığı izlemek ve herkesin yaptığını yapmak zorunda olduğumuzu vurgulayarak bizi ikna etmeye çalışır (a.g.e.:179). İnsanın psikolojik olarak kendini rahatlatma amacıyla sıkça kullandığı bu yöntem reklamlarda da kullanılmaktadır. 'Bu operatörün fırsatlarından faydalanmak için herkes numarasını taşıyor' cümlesi örnek olarak verilebilir.

Propagandaya tarihsel olarak bakıldığında, temeli siyasal iktidarların otorite kurabilmek için sözlü ve yazılı iletişimle uygulamaya koyduğu, devamında kitle iletişim araçlarından faydalanarak güçlendirdiği ve medya aygıtı ile somutlaştırdığı bir yöntem olarak görülmektedir. Temeli siyasi bir yöntem olan propaganda medya araçlarına bir manipülasyon yöntemi olarak kullanıldığı gibi, uluslararası ilişkilerdeki bir yöntem olan caydırıcılık da böyle bir manipülasyon yöntemi olarak kullanılmaktadır. Medya kendi propagandasını yapmış ve başarıya ulaşmıştır. Çünkü kendi yarattığı gerçeklik artık ortak anlayışın içerisinde mevcuttur. Bireyler tarafından bu gerçekliğin içselleştirilmesi de medya ürünleriyle verilen mesajların akılcı bir düşünce olarak kabulü söz konusudur. Medya ürünlerinde tehdit barındırır, çünkü bireylerin yaratılan bu gerçeklik dışına çıkmasını istemez. Ürünleriyle vermek istediği mesaj, bireylerin bu düşünce dışına çıkmasından caydırıcıdır.

3 Medya Caydırıcılığı

Medya, iletişimin her şeklinin somutlaştığı bir alan olarak görülmektedir. Gazete, radyo, televizyon, kitap, dergi, sinema, internet vb. gibi kitlesel iletişimi ve Manuel Castells'in tabiriyle kitlesel öz iletişimi kolaylaştıran, kitlelere fikir aktarılan, bireylerin fikir aktardıkları tüm aygıtlar medya kapsamında değerlendirilir (Castells, 2016: 1). Yukarıda da değinildiği üzere algı yaratma, tutum değişikliği, manipüle etme amacıyla, medya kullanılmaktadır. Medyanın bireyler üzerinde kurduğu tahakkümün, artık propaganda yöntemi yerine caydırma yönteminin uygulanmasıyla yapıldığı düşünülmektedir. Bireyin medya doğrultusunda yaşam standartlarını şekillendirmesi, yaratılan temsil üzerinden bir kimliğe bürünmesi, sürekli bilgi bombardımanı altında kalması, reklamlarla tüketim toplumuna dönüşmesi, verilen haberler doğrultusunda gündemini oluşturması gibi durumlar tahakkümün göstergesidir. Bu çalışmada, bireyin medya etkisiyle kendi kafasında yarattığı benmerkezci düşüncenin, medya ürünlerindeki caydırıcılıkla yok olacağı veya zarar göreceği korkusu üzerinden değerlendirilme yapılmaya çalışılmıştır.

'Algı Yönetimi ve Manipülasyon' adlı kitapta, kandırma sürecinin en kritik bileşeninin kandırılan olduğu söylenmektedir (Gültekin, 2018: 21). Manipülasyon yöntemi, manipülatör ve bağlam her ne olursa olsun, kandırılan bileşeninin bunu kabul etmesi ya da reddetmesi ikna etme olayının işlevsel sonucunu gösterir. Kandırılanın bunu kabul edip etmemesi de benmerkezci algıya bağlı bir durumdur. Alfred Adler'e göre bireyin kişiliği çocukluk döneminde oluşmaktadır. Birey çocukluk döneminde yaşadığı anne baba ilişkisi kaynaklı ilerleyen hayatında mükemmeliyetçi bir kimliğe bürünür. Çocukluk dönemindeki aşağılık kompleksiyle birey ödünlenir ve büyüdüğünde bu eksikliği en iyi şekilde tamamlamaya, kendisini kanıtlamaya çalışır (Tuna, 2013: 74). Bu iki görüş dahilinde bireyin kişiliğini geliştirmesi, içinde büyüdüğü insani çevresine ve izleyerek büyüdüğü medya ürünlerine bağlanabilir. Medyanın da bireyde oluşturduğu kimlik ve gerçeklik algısı, kandırılma işleminin kabul edilip edilmemesini etkilemektedir.

Medya ürünü olan haberlerin amacı izleyiciye güncel ve saklı olan bilgiyi sunmak, toplumsal değerleri öğretmek, egemen düşüncüyü diri tutmak gibi değişik bağlamlarda düşünülebilir. Manipüle etmenin yolu propaganda yönteminden geçer, propaganda ise bizzat medyanın kendisi olarak görülmektedir. Dönemsel imkanlar dahilinde, amaç her zaman aynı, kullanılan araç farklı olmuştur. Yani günümüzde medya ürünleri yine algı yaratmak, etkilemek, egemen düşüncüyü diri tutmak, yeniden üretmek, kabul ettirmek ve satış yapmak için her yerde topluma sunulmaktadır, lakin artık yöntemi propaganda değil caydırıcılıktır. Bunun değişmesinin sebebi toplumun devrim halinde olmasıdır. Algı yaratmanın ve tutum değiştirmenin en temel ögesi, kullanılan araç her ne olursa olsun, amacın ikna etmek olduğunun belli edilmemesidir. Propagandanın yöntemleri ve kuralları bulunmuş, her alanda

kullanılmıştır. Propaganda artık eskimiş bir yöntem olarak görülmekte ve medyayla bütünleşmesi görevini tamamladığı düşüncesine itmektedir. Artık birey farkındalık kazanıp, daha farklı düşünmeye başlamıştır.

20. yüzyıl ağırlıklı olarak savaşlarla, siyasi, ekonomik ve teknolojik gelişmelerle geçmiştir. Öldürmeyen silah propaganda, kitle iletişim araçlarıyla uygulanmış ve sosyologlar tarafından sanayi toplumu olarak adlandırılan kitleyi etki altına almaya çalışmıştır. Sanayi toplumu yabancılaşmış, göçle tanışmış, el emeği karşılığı ücreti kabul etmiş, boş zaman kavramı yaratılmış, anomik bir hal içindeydi. Radyodan, gazeteden, televizyondan, afişlerden etkilenmesi kuvvetle muhtemel görülmekteydi. Propaganda, istenileni yaratmıştı. 21.yüzyılda ise siyasi, ekonomik ve ağırlıklı olarak teknolojik gelişmeler yaşanmaktadır. Bu gelişmeler toplum yapısında değişimlere sebep olmuştur. Daniel Bell'in sanayi sonrası toplumu, Manuel Castells'in bilgi toplumu, Jean François Lyotard'ın postmodern toplumu, Jean Baudrillard'ın tüketim toplumu kavramları bu değişimi açıklamak için kullanılmıştır. Toplum dinamik ve kurumlarındaki değişim bireylere yansımaktadır. Teknolojik gelişmelerle beraber kişisel telefonların, bilgisayarların, sosyal medya hesaplarının, kısaca sanal kimliklerin oluşması bireylerde farklı düşünce ve davranışlar yaratmıştır.

Caydırıcılık yönteminin medya ürünlerine uyarlanması bu paragrafta tüm hatlarıyla ele alınmıştır. İki taraf arasında, kaotik sonuçlara sebep olacak bir durumun gerçekleşmemesi için karşı tarafın vazgeçirilmesi medya ve toplum bağlamında değerlendirilecektir. Caydırıcılığın varsayımları olan tehditlerin inandırıcılığı, rasyonalite ve ortak anlayış kavramları, günümüz toplumu üzerinde reklamlarla uygulanması mümkün hale gelmiştir. Bir tarafta medya diğer tarafta ise toplum, iki kutup da güçlü ve birbirlerini etkileme güçleri mevcuttur. Medyanın yarattığı bir toplum ve bu yaratılan toplumun devamını sürdürebilmek için ürettiği metalar vardır. Haberler de bireyler üzerinde etki etme amacıyla üretilirler.

❖ *Ortak Anlayış:* “Hedef kitlenin değerlerine yaslanmak algı yönetimi sürecinin başarıya ulaşması için gerekli olabilmektedir. Bunun için öncelikle hedef kitlenin hangi değerlere duyarlı olduğunu bilmek gerekmektedir” (Gültekin, 2018: 106). Medya ürünleri toplumsal kodlardan yararlanarak üretilir. Yabancı olanın toplum tarafından kabulü zordur. Medya, kültürel kodlardan yararlanırken bir yandan da kendi kodlarını oluşturur. Reklamlar bir ürünü tanıtmak ve satışını gerçekleştirmek için üretilir. Filmler bir düşüncenin temsilidir. Haberler bilgi vermek için ve egemen düşüncüyü diri tutmak için üretilir. Medya ve toplum arasında karşılıklı öğrenme söz konusudur. Medya ürünlerinin kabul görmesi için toplumun kodlarını öğrenir ve buna göre şekillenir. Toplum bireyleri ise kendisine yabancı gelmeyen bu mesajların art amacını düşünmeden öğrenime kendisini açar. Medyanın yaratmaya çalıştığı gerçekliğin bireyler tarafından biliniyor olması, ürünlerinde kullanılan dilin, sembollerin, ortamın, kişilerin vb. izler kitlenin anlayışına uygun olması gereklidir.

❖ *Rasyonalite:* Medya tarafından inşa edilen bir hayat tarzı, ulaşılmak istenilen bir statü hayali bireylerde mevcuttur. Medyayla yaratılan dünyayı birey gerçek olarak algılamakta ve ona göre kendi hayatına şekil vermektedir. Ortak anlayışın olması birey için neyin akıllıca ve mantıklı olduğuna dair bir algı yaratmıştır. Reklamlar, bireylerin istenilen etki dışında bir davranışı tercih etmemesi için en gerçekçi şekilde hazırlanır. Haberler, gündemde tutma, çerçeveleme ve öne çıkarmalar sonucunda bireyin kafasında şekillenmelere sebep olur. Bunların tümü ortak anlayışla yaratılan gerçekliğe uygundur ve bu gerçeklik birey için akla en yakın olanıdır.

❖ *Tehditlerin İnandırıcılığı:* Medya ürünleri etki yaratmak için gerçeklikten beslenmek zorundadır. Duyusal olarak şahitlik edilmeyen birçok olay medyadan görülmekte,

duyulmaktadır. Medya ürünleri bir tehdit olarak görülmektedir. Çünkü içerikleri, bireylerin istenilen etkinin tam tersi bir görüşü tercih etmesi durumunda, o ürünün işlevselliğinde probleme sebep olur. Ürünlerdeki tehditlerin inandırıcı olabilmesi için, bireylerin zaten bu düşünceye karşı çıkmadan kabul edeceği gerçeği önceden medyayla beraber yaratılmaktadır. Reklamlar, haberler, diziler, filmler, ünlülerin medyada yer bulması bu alt yapıyı hazırlayan etkenler olarak görülmektedir.

Medyanın caydırıcılığı pozitif yüklü bir yöntem değildir. Örneğin kadına şiddetle alakalı haberlerin verilmesi ya da toplumsa duyar için kadına şiddetin kötü bir davranış olduğunu anlatan dizilerin çekilerek, kötü bir davranıştan caydırma durumu değildir. Burada medya caydırıcılığından anlatılmak istenen negatif yüklü eleştirel bir yaklaşımdır. Amaç medyanın kendisi içindir, toplumun iyiliği için değil. Medya ürünlerini araç olarak kullanır ve kendi yararı için bu caydırıcılığı kullanır. Kısaca medya, bireyin zihninde yarattığı gerçekliğin dışına çıkabilecek bir tercihte bulunmaması için onu ürünleriyle tehdit eder. Medyanın ürünleri zaten tehdit doludur. Amaç medyanın verdiği dışındaki bir düşünceyi seçmekten caydırma. Bu caydırmanın tehditleri de yaratılan ortak anlayış düşüncesinin dışına çıkarsan dışlanırsın ve bu ürünlerdeki gibi olamazsın tehdididir.

4 Gerçekliği Artırılmış Haberin Caydırıcılığı

Habercilikte yeni yaklaşımlar arasında değerlendirilmeye başlanan AR uygulaması da haber üzerinde tüm bu tartışmalar devam ederken haberin gerçekliğini nasıl artırabilir sorusunu ortaya çıkarır. AR uygulamaları haberin hiçbir şekilde gerçeklikle olan ilişkisini artıramaz lakin görsellik ve işitsellik arttıkça, medyadan gerçekliğin deneyimi de artmaktadır. Bireyler medyanın yarattığı gerçeklik algısını bu şekilde kabul eder. İçerisinde bulunan dönemde neredeyse her bireyin medyanın herhangi bir ürününe ulaşabildiği, maruz kaldığı düşünülmektedir. Toplum artık medyayı kabul etmiş ve dijitalleşmenin sağladığı kolaylıkla hayatlarının bir yerinde medyayla ilişkileri olduğu düşünülmektedir. Basılı gazetelerin tirajlarının düşüş gösterip, gazetelerin dijital ortamdan takibinin artması bunun en temel göstergesidir.

4.1 Artırılmış Gerçeklik ve Uygulamaları

21. yüzyıl teknolojiyle iç içe yaşanmaktadır. Son zamanlarda dördüncü sanayi devriminin yaşandığından bahsedilmektedir. Sanayi 4.0 olarak adlandırılan bu devrim ilk olarak Almanya'da 2011 yılında düzenlenen Hannover Fuarı'nda tartışılmaya başlanmıştır (Schwab, 2017: 16). Bu teknolojik devrimle birlikte üretim, hizmet, bilim, tıp gibi birçok alanda yenilikler olmaktadır. Sanayileşmiş her sektör bu yeniliğe ayak uydurmak zorundadır. Medya da bu sektörlerden biridir.

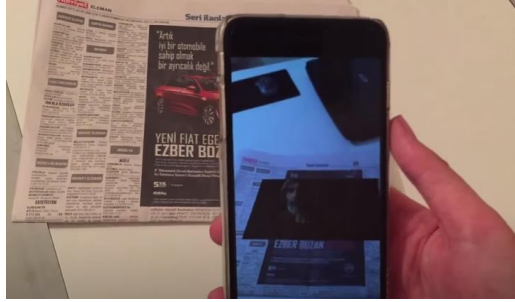
İngilizcesi Augmented reality (AR)'den Türkçeye artırılmış gerçeklik olarak çevrilen uygulama, Sanayi 4.0'ın bileşenlerinden birisidir. Medya sektöründe basılı gazeteler QR (Quick Response) kod sistemiyle AR'yi kullanmaktadır. QR kodları telefon, tablet gibi internetle erişimi ve kamerası olan teknolojik araçlarla barkotların okutulduğu uygulamalar aracılığıyla oluşturan bir sistemdir. **Resim 1** buna örnektir. Televizyon kanallarında kullanılan AR ise yeşil perde önünde veya canlı yayına bilgisayar kurgusuyla eklenen grafik, animasyon, üç boyutlu objeler aracılığıyla uygulanmaktadır. **Resim 2** buna örnektir.

AR uygulayan yabancı gazete örnekleri New York Times, USA Today, Wall Street Journal, Boston Globe, Financial Times, The Times, The Sun, Daily Telegraph gibi birçok

isimken, Türkiye’de sadece Hürriyet Gazetesi deneme için bir kez kullanmıştır (Kaynak: Youtube).

AR uygulayan yabancı televizyon kanalı örnekleri Al Jazeera, America's Morning Headquarters, ARD Almanya, BBC, CBC News Kanada, Fox Sport ABD-Avusturalya, Globosat Brazilya, IBC Filipinler, MBC Güney Kore, Nova Tv Hırvatistan, Televisa Meksika, The Weather Channel, ABD Univision Deportes Network ABD, TV 2 Danimarka gibi birçok isimken; Türkiye’de sadece ATV ve TGRT deneme örnekleri mevcuttur (Kaynak: Youtube).

Resim 1: Hürriyet gazetesi QR AR denemesi (URL 1).



Resim 2: IBC Filipinler kanalı yeşil perde AR uygulaması (URL 2).



Mevcut durum analizi gösteriyor ki Türkiye’de habercilikte yeni yaklaşımlardan olan AR teknoloji aktif bir şekilde kullanılmamaktadır. İnternette erişilen yabancı kanalların haber sunumları ise AR uygulamasını açıkça göstermektedir. Yeşil perde ve bilişim sistemlerinin birleşimiyle ortaya çıkan haber sunumları kurgusallığın bizzat kanıtıdır. Haberin tüketicileri için görselliğin artırılması haberi daha kolay kavramasını, habere odaklanılmasını sağlamaktadır. Haber sunumunu dikkat çekici hale getirmektedir. Ama bu durum, haberin gerçekliğini artırmamaktadır. Bu durum haberin gerçek olabilme inancını arttırdığı için caydırıcılığını da arttırdığı düşünülmektedir.

4.2 Haber Gerçeklik İlişkisi

Haber ve gerçeklik ilişkisi tartışmalı bir konudur. Arthur Schopenhauer’a göre, gerçeklik iki türdür. Birincisi irade olarak adlandırdığı her şeyde mutlak surette bulunan itici güç, örneğin bitkileri ve hayvanları büyüten enerjidir. İkinci olarak tasarımdır bu da insanların deneyimiyle elde ettiği bildiği dünyadır (Warburton, 2017: 202). Manuel Castells, 21. yüzyılı bilgi toplumu olarak adlandırır. Bilgi yeni zenginlik kaynağı, bilgi teknolojileri de yeni üretim aracıdır. İnternet artık ev içinin ihtiyaçlarındandır. Bilginin oluşturduğu ağlar sosyal hayata nüfuz eder ve iş hayatına, boş zaman faaliyetlerine, oy verme davranışı ve alışverişe kadar bütün bireysel ve toplumsal etkinlikleri değiştirmektedir (Slattery, 2014: 399-404). Bu iki görüşten yola çıkarak artık bireyin medya aracılığıyla da gerçekliği deneyimlediği ve içselleştirdiğinden

bahsetmek mümkündür. Gerçekliğin deneyim sonucuyla kabul edilişi göstermektedir ki bireylerin medyayı kullanımı, öğrenmeyi de peşinden getirir ve gerçeği içselleştirerek yaratır. Birey bu durum sonucunda medyayla gerçekliği inşa eder. Medya da yaratmak istediği gerçekliği bireylere bu şekilde aktarır.

Haberler, üretim sürecinden ve yapısal yanlılıktan ötürü eleştirilmekte ve gerçeği tam yansıtmadığı, gerçeğin kurgusu olduğu söylenmektedir (Tokgöz, 2019: 213). Haber üretim süreci; haber değeri taşıyan olayların gazeteci tarafından seçilerek metin haline dönüşmesi, haberin editöryal süreçten geçmesi ve en başta işletmenin politik görüşünün etkilerinin yansımından oluşur. Haberin yapısal yanlılığı ise dilsel olarak kültürel sembollerin etkisinde kalmak olarak değerlendirilir. Haberin işlenmesi ise gündem belirleme, çerçeveleme ve öne çıkarmadır. Medya işletmesinin yayınlamayı tercih ettiği ve yayın sürecini kendi seçtiği, haber kaynakları olan söylem seçkinlerinin de etkisiyle gündemde tutulan haberler, gündem belirleme olarak değerlendirilir. Çerçeveleme, haberleştirilecek bir olaya hangi açıdan bakıldığıyla ilgilidir. Objektifin ve kalemin döndüğü açı, haberi çerçeveleme olarak değerlendirilir. Öne çıkarma ise gündemdeki haberlerin flaş haber veya sürmanşet olarak verilmesiyle ilgili bir durumdur. Görüldüğü gibi tüm bunlar, haber yazımının, ilkelerinin, etiğinin normatif olmasına karşın yine de etki yaratan haberi objektiflikten çıkararak unsurlardır. Haber bir medya ürünüdür ve etki aracı olarak görülmektedir.

Yukarıda da bahsedildiği gibi medya kültürel kodlardan yararlanarak kendi gerçekliğini ortak anlayış bağlamında topluma ürünleriyle yansıtır. Bu gerçekliği medya aracılığıyla öğrenen bireyler içselleştirir ve mantığa uygun akılcı bir şekilde bunu kabul eder. Davranışlarının birçoğunu buna göre şekillendirir. Medya kendi yarattığı gerçekliğin dışına bir şey sunmaz ve bu gerçekliğin dışına çıkılmasını istemez. Haber, reklam film gibi ürünleri bu gerçekliğin tam tersinin seçilmesiyle bireyin dışlanacağı tehdidini barındırır. İşte bu noktada medyanın caydırıcılığında bahsetmek mümkündür.

Haber sunumlarındaki AR uygulamaları haberin gerçekliğini artırmadığı durumlar gözlemlenebilmektedir. Ancak, sunucunun sanki o anın içindeymiş gibi rol yapması ve bilgisayarlar aracılığıyla haberin kurgusunun artması bireyin gerçeklik deneyimini içselleştirmesine sebep olmaktadır. Bu şekilde haberin tehdit unsuru artmakta ve caydırıcılığın da artması mümkün hale gelmektedir. Artırılmış gerçeklik uygulamalarının habercilikte daha farklı sunumlara gideceği düşünülmektedir. Optik temelli uygulamalarda bireyin gözüne taktığı gözlük ile haber olayının içindeymiş gibi bir deneyim sunma durumu da söz konusudur. Teknolojinin gelişmesiyle ve haber sunumlarının değişmesiyle bireye haberi bizzat deneyimleyebilme imkanı doğabilir. Bu durum caydırıcılığı daha da artırabilir.

5 Sonuç

Bir siyasal yöntem olan propagandanın, medyada uygulanma biçimlerinin belirlendiği çalışmalar gibi, uluslararası ilişkilerde kullanılan caydırıcılık yöntemi de bu çalışmada medya kullanımına uyarlanmıştır. Tanımı gereği, karar verilmiş bir düşünceden tehdit ile vazgeçirme yöntemi olarak kullanılan caydırıcılık, medyanın bireyler üzerinde yarattığı gerçekliği, bireylerin yaşayamama tehdidi üzerinden uygulamakta olduğu görülmüştür. Filmler, diziler, reklamlar, haberler dahi toplum üzerinde yalan gerçeklik kurmaya çalışmaktadır. Bu düşüncüyü benimseyen bireyler, gerçek olarak algıladıkları ve yaşantı dünyalarını buna göre şekillendirmelerinin sonucu olarak, medya ürünlerinin yönlendirdiği şeyleri seçme zorunluluğunu kabul etmekte, diğer seçenekleri seçmekten caymaktadırlar. Eğer caymazlarsa dışlanacaklarını, statülerinin sarsılacağını, yaratılan gerçekliğin dışında bir birey olacaklarını düşünmektedirler.

Medyanın manipüle etme amacı, teknolojinin gelişmesiyle beraber araç değişikliğine gitmiştir. Haber sunumlarında kullanılan yeni bir yaklaşım olan artırılmış gerçeklik uygulaması da buna örnektir. Haberin görselliği artıkça inandırıcılığı da artmaktadır. Bu inandırıcılık bireyler tarafından medya aracılığıyla gerçeklik inşasını içselleştirmeyi kolaylaştırmaktadır. Meydanın yarattığı gerçekliğin dışına bireylerin çıkmaması için dışlanacağı tehditleriyle üretilen medya ürünleri caydırıcılığın uygulandığını göstermektedir. Artırılmış gerçeklikteki haber sunum şekli, haberin gerçekle olan ilişkisi, bireylerin medya aracılığıyla gerçekliği içselleştirmesi dahilinde caydırıcılığın daha kolay olacağı düşüncesine varılmıştı. Medyanın caydırıcılığı, medya ve tüketici bağlamında yapılan araştırmalara yeni bir bakış açısı olarak geliştirilmiştir ve literatüre katkısı olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

Baudrillard, J. (2017). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (Çev.) Adanır, O., İstanbul: Doğu Batı Yayınları.

Cangöz, İ. (2017). *İletişim Sosyolojisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Castells, M. (2016). *İletişim Gücü*. (Çev.) Kılıç, E., İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Ereker, F. ve Aydın, M. (2016). *Strateji ve Güvenlik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Gültekin, M. (2018). *Algı Yönetimi ve Manipülasyon*. İstanbul: Pınar Yayınları.

Gündoğdu, E. (2016). “Uluslararası İlişkilerde Caydırma Teorisi”, *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, 4(2), ss. 1-22.

Schwab, K. (2017). *Dördüncü Sanayi Devrimi*. (Çev.) Dicleli, Z., İstanbul: Optimist Yayın.

Severin, W. ve Tankard, J. (1994). *İletişim Kuramları*. (Çev.) Bir, A. A. ve Sever, S., Eskişehir: Kibele Sanat Merkezi.

Slattery, M. (2014). *Sosyolojide Temel Fikirler*. (Çev.) Tatlıcan, Ü., İstanbul: Sentez Yayıncılık.

Tokgöz, O. (2019). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitapevi.

Tuna, Y. (2013). *Birey ve Davranış*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Yaylagül, L. (2014). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Warburton, N. (2017). *Felsefenin Kısa Tarihi*. (Çev.) Ateşoğlu, G., İstanbul: Alfa Basım Yayın.

URL 1: <https://www.youtube.com/watch?v=kzk8dXoTj1s> (15.04.2020)

URL 2: <https://www.youtube.com/watch?v=IwVsw5JdYiI&t=306s> (15.04.2020)

EVALUATION OF THE USAGE OF AUGMENTED REALITY IN JOURNALISM VIA THE CONCEPT OF NEWS

Birol AKGÜL¹, Ebrar Feyza KILIÇ²

Abstract

Technological developments, which progress without pausing with the experiences from the past and the productions of the new ideas, brought out the discussions of the fourth industrial revolution. It is approached in terms of advantages and disadvantages that Industry 4.0 calls every industrialized segment for change. The appraisalment of the newspaper businesses within the media industry is an indicator of the consideration of newspapers, journalists, and the concept of news keeping up with this change as inevitable. Industry 4.0 is in a situation of being considered to show itself in the coming years and proved its inevitability by scientific researches in every segment that does not need muscle force, employments white-collars, and improves appropriate conditions for innovation; and this situation matters in terms of searching about the effects of the usage of augmented reality in journalism. The purpose of the recent study is to discuss that evaluation of the emergent possibilities via the concept of news after traditional published newspapers changes along with the technology and its acquaintances with the Industry 4.0 creates what kind of impacts on the reality principle of news. The study is aimed to offer a different perspective to future newspapers and researchers. The content of the study is formed by the history of the concept of news and its undergone changes, and the evaluation of the usage of augmented reality in journalism with Industry 4.0 via the concept of news. Literature review is utilized to collect data. Tertiary data is attained by utilizing secondary data and fictional technique is used as the research technique.

Keywords: Industry 4.0, Augmented reality, Technology in journalism, Augmented reality in news

GAZETECİLİKTE ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK KULLANIMININ HABER KAVRAMI ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ

Özet

Geçmişten gelen birikim ve yeni fikirlerin üretimiyle hız kesmeden ilerleyen teknolojik gelişmeler, dördüncü sanayi devrimi tartışmalarını ortaya çıkardı. Sanayi 4.0'ın endüstrileşmiş her sektörü değişime çekeceği, faydaları ve zararları açısından, güncel birçok çalışmada ele alınmaktadır. Gazete işletmelerinin de medya endüstrileri içerisinde değerlendirilmesi, gazetelerin, gazetecilerin ve haber kavramının bu değişime ayak uydurmasının kaçınılmaz olarak görülmesinin bir göstergesidir. Sanayi 4.0'ın kas gücüne ihtiyaç duymayan, beyaz

¹ Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Çanakkale, birolakgul@comu.edu.tr

² YL Öğr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Çanakkale, ebrarfeyza.k@gmail.com

yakalıları istihdam eden, inovasyona uygun şartlar geliştiren her sektörde, ilerleyen yıllarda kendini göstermesi öngörülen ve yapılan bilimsel çalışmalarla neredeyse kaçınılmazlığı ispat edilen bir durum olması, gazetecilikte artırılmış gerçeklik kullanımının etkilerinin de araştırılması açısından önem taşımaktadır. Çalışmanın konusu da bu doğrultuda güncel uygulamalar üzerinden seçilmiştir. Bu çalışmanın amacı geleneksel basılı gazetelerin teknolojiyle beraber değişimleri ve Sanayi 4.0 ile tanışması sonucu ortaya çıkan ve çıkabilecek ihtimallerin haber kavramı üzerinden değerlendirilmesi, haberin gerçeklik ilkesine ne gibi etkiler yaratabileceğini tartışmaktır. Çalışma, geleceğin gazetelerine ve araştırmacılara farklı bir bakış açısı sunmayı hedeflemektedir. Çalışmanın içeriği haber kavramının geçmişi ve teknolojiyle ne gibi değişimlere uğradığı, gazetecilikte Sanayi 4.0 ile artırılmış gerçeklik kullanımının haber kavramı üzerinden değerlendirilmesi olacaktır. Çalışmanın sonucunda varılan bulgular doğrultusunda konuyla ilgili öneriler verilmiştir. Veri toplama tekniği olarak literatür taraması kullanılmıştır. Araştırma yöntemi olarak ikincil verilerden yararlanılarak üçüncül verilere ulaşılmış ve kurgusal yöntem kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sanayi 4.0, Artırılmış gerçeklik, Gazetecilikte teknoloji, Haberde artırılmış gerçeklik

1 Giriş

Tarihsel süreç incelemeleri toplumun dinamik bir yapıda olduğunu göstermektedir. Bu dinamizmin sürmesindeki sebepler ise doğa olayları, coğrafi şartlar, siyasal, ekonomik ve teknolojik gelişmeler- değişimler olarak görülmektedir. Dönemsel olarak sistemlerin, yapıların, değişme koşullarının ve değişme hızlarının farklılığı, toplumsal değişimin bir olgu olduğunu gösterir.

Teknolojik değişmelerin topluma, toplumun kurum ve yapılarına etki etmesi, sanayi devrimlerinin toplumda büyük değişimler yaratmasının ve bitmeden yeni versiyonlarıyla da günümüzde devam etmesinin üzerine bu olgu ve Sanayi 4.0 ile beraber anılmaya başlayan genelde eğlence sektöründe kullanılan artırılmış gerçeklik uygulaması bu çalışmada ele alınacaktır.

Toplumsal değişmelerin bugüne kadar devam ediyor ve edecek oluşu, doğadakinin keşfiyle, her gelişmenin üzerine yeni bir fikir eklenmesiyle, eskinin yetersizliği üzerine daha verimlisini üretme isteğiyle bağdaştırılabilir. Maddi veya manevi alan fark etmeksizin ürünler ve düşünceler her zaman bu şekilde oluşmaktadır. Bunların insandan insana aktarımı ise iletişimle yani haberleşmeyle olmaktadır. Merak edilmeseydi bu gelişmeler olmazdı, sözlü veya yazılı iletişim olmasaydı bu makalenin materyali olan harfler dahi olamazdı. İlk gazetelerin ortaya çıkışı 16. yüzyılda Venedik'te ticaretle uğraşan kişilerin limanlardan aldıkları tek kağıtlık el ilanları olduğu bilinmektedir (Alver, 2007: 27). Bu bilgi göstermektedir ki merak haber alma ihtiyacı doğurur ve bilinme isteği haber verme ihtiyacı doğurur ve mikro düzeyde bir düşünceyle ekonomi buna göre şekillenir. Makro düzeyde bakıldığında ise medyanın mı toplumu, toplumun mu medyayı şekillendirdiği hala tartışılmaktadır.

Medyanın, tüketilmesi için üreterek topluma sunduğu ürünler arasında haberler de vardır. Haber kavramı tanımı gereği kurgulanmış gerçeklik olarak düşünülmektedir. Medya ekonomisi ve sahiplik yapıları bağlamında teknolojinin de bu durumun içine girmesiyle beraber haberdeki gerçekliğin şüpheye düştüğü düşünülmektedir. Bu çalışmada toplumsal değişmelerin bir olgusu olan teknolojinin 21. yüzyıla getirileri bağlamında, haber ve gerçeklik, haberde kullanılan teknolojik gelişmelerin, artırılmış gerçeklik uygulamalarının, haberin gerçekliğine olan etkileri tartışılacaktır.

2 Artırılmış Gerçeklik

Teknoloji, insan ve doğa ilişkisinin sonucunda ortaya çıkmıştır. İkel ataların iş gücü için ürettiği ilk alet ikel teknolojinin başlangıcı olarak görülmektedir. Doğayı keşfedip ona hükmedebilme çalışmalarından sonra bitişi olmayan bir yarışmaya başlanılmıştır. İnsanlık bu üretim yarışmasında birçok tarihsel değişime sebebiyet vermiştir. Sanayi devrimi olarak adlandırılan dönemler de buna örnek teşkil etmektedir.

Sanayi devriminin başlangıcı için literatürde araştırmacılar tarafından belirlenen net bir tarihten söz etmek zordur. Sanayi devrimi kavramı ilk olarak Fransızlar tarafından düşünülmüş olsa da, genel kanıya göre 18. yüzyılın son çeyreğinde buhar gücünü kullanmaya başlayan İngiltere'nin adıyla beraber anılmaya başlanmıştır. İkinci sanayi devrimi ise 1870'lerde elektriğin kullanımı ve seri üretimin fabrikalara yayılmasıyla başlamıştır. Bu süreci soğuk savaş boyunca geliştirilen teknolojiyle kullanıma başlanan internet izlemiştir. 1940'lı yıllardaki bu dönem de üçüncü sanayi devrimi olarak isimlendirilmiştir (Özdoğan, 2019: 2-13).

18. yüzyılda başlayan ilk sanayi devriminin sonucunda toplumsal olarak büyük değişimler yaşandı. Sosyolojinin ve psikolojinin yöntemsel araştırmalarını toplumla ve bireyle temellendirmesi, bu iki alanın bilim dalı olarak sayılmasına sebep oldu. İlk sanayi devriminin sosyoloji bilimini ortaya çıkarması, dönemin başlı başına devrimsel bir durum olduğu düşüncesini desteklemektedir. İşçi, ücret, boş zaman, mavi- beyaz yaka, sınıf, kentler, göç, hiyerarşi gibi olay ve olguların ortaya çıkışı, yeni bir toplum yaratmanın ayak sesleri olarak görülmektedir. Sisteme ayak uydurabilenin yaşamının kolaylaştığı düşüncesi, uyduramayanın ise sileceği düşüncesi, teknolojik tüm gelişmelerinin uyma isteğine yönelmiştir. Kişisel yaşam tarzlarına dahi etki eden bu gelişmeler, üretim alanındaki saniyeleşmiş her sektörde uyulması kaçınılmaz olarak görülmektedir.

Buharlı makine devrimi, elektrikli makine devrimi, internet devriminden sonra Almanya'da 2011 yılında düzenlenen Hannover Fuarı'nda ilk kez 'Sanayi 4.0' kavramı tartışılmaya başlandı (Schwab, 2017: 16). Bu devrim için de literatürde akıllı devrim, dijital devrim, siber devrim gibi tanımlara rastlanmıştır. Yapay zekanın ön planda olduğu Sanayi 4.0; dijital ortama girilen her türlü işlemin ortak adı olan büyük verilerin, bu verilerin saklandığı ve donanımların ortak kolayca ulaşılabilirdiği bulut bilişim sistemlerinin, otonom robotların, üç boyutlu yazıcıların, simülasyonların, nesnelerin internetinin ve artırılmış gerçekliğin kullanılmaya başladığı ve geliştirilmeye devam ettiği yeni bir dönemi kapsamaktadır. Bu dönem üretimi ve tüketimi baştan sona değiştirebilir ve toplumda büyük değişimler sonucu oluşan anomiler ortaya çıkabilir. Tabi bu yorum sosyolojik bir bakışla, tarihteki diğer devrimlerin yarattığı etkiler sonucunda gözlemlenerek öngörülen negatif bir yorumdur. Ekonomide yol açabileceği negatifliklere bu çalışmanın konusu olmadığı için değinilmeyecektir. Lakin sadece olumsuz tarafları da burada ele alınmayacaktır. Sanayi 4.0 sürecinin pozitif etkileri de araştırmacılar tarafından değerlendirilmiştir. Şimdi çalışmanın konusu olan artırılmış gerçeklik tanımına, işleyiş biçimine ve uygulandığı alanların anlatımına geçilecektir.

İngilizce'de *augmented reality*'nin (AR) karşılığı Türkçeye *artırılmış gerçeklik* olarak geçmiştir. Birçok tanımı mevcuttur bunlardan ilki; 'Artırılmış gerçeklik, gerçek dünyadaki çevrenin ve içindekilerin, bilgisayar tarafından üretilen; ses, görüntü, grafik ve GPS verileriyle zenginleştirilerek meydana getirilen canlı veya dolaylı fiziksel görünümüdür. Bu kavram kısaca gerçekliğin bilgisayar tarafından değiştirilmesi ve artırılmasıdır. Teknoloji kişinin gerçekliğini zenginleştirme işlevini görür' (Wikipedi). Bir başka tanımı ise; 'Google Glass de dahil olmak üzere eski artırılmış gerçeklik konseptleri, aynalar aracılığıyla yansıtılan veya görüş alanı içine aksettirilen küçük ekranlara dayanıyordu' (King, 2016: 217). Eğlence alanında karşımıza çıktığı, Instagram ve SnapChat efektleri; oyun alanında ise PokemonGo örnekleri verilebilir. Artırılmış

gerçeklik görüş alanının içine yansıyan göz hizası içindeki teknoloji türüdür, örnek olarak Magic Leap ve Microsoft HoloLens gibi teknolojiler verilebilir (a.g.e.: 218). Kısaca artırılmış gerçeklik; gerçek hayatın üzerine gerçek dünyadan soyutlamadan inşa edilen, karşılıklı etkileşimi mümkün olan, sanal olan gerçeğin yerini tamamlayan, herhangi mobil uygulama gibi kullanılabilen, tamamen kurgusal bir görünüm olarak tanımlanabilir.

Artırılmış gerçekliğin tarihçesi 1901 yılında Frank Baum'un gerçek hayata veri aktaran elektronik ekranlardan bahsetmesiyle başlamıştır. 1960'da üretilen simülasyon makinesi, 1968'de üretilen kafaya takılan ekran teknolojinin geliştirilmesi, 1982'de ilk defa televizyonda hava olayları için kullanılan sunumun AR ile görselleştirilmesi, 1992'de ilk defa Tom Caudell tarafından artırılmış gerçeklik kavramının kullanılması, 1998'de ABD'de ilk defa üç boyutlu AR teknolojinin gelişmesi, 2004'de BBC kanalında yayınlanan Bamzooki çocuk programında AR uygulamasının kullanımı örnek teşkil etmektedir (Yöndem & Karadağ, 2019: 26-27).

Ronald T. Azuma'nın *Artırılmış Gerçeklik Araştırması* (1997) adlı makalesinde artırılmış gerçekliği; gerçek dünyanın görülmesine izin verilen, sanal nesnelerin üzerine yerleştirilen veya gerçek dünyayla birleştirilen sanal gerçeklik uygulamasının bir varyasyonu olarak tanımlar. Tıbbi görüntüleme, üretim ve onarım, açıklama ve görselleştirme, robot yönetimi, eğlence ve askeriyede artırılmış gerçeklik uygulanabilmektedir. Artırılmış gerçeklik uygulaması optik ve video temelli olarak ikiye ayrılmaktadır (355-364). Optik olarak takılabilir artırılmış gerçeklik gözlükleri olan Sony SmartEyeglass, Epson Moverio BT-200, Recon Jet, Google Glass gibi **resim 1**'deki görsel örnek verilebilir. Video temelli artırılmış gerçeklik uygulamaları ise monitör vasıtasıyla yani ekranı olan bilgisayar, televizyon, mobil telefon, tablet gibi araçlarla görüntülenmektedir. Kayıt esnasında kurgulanan animasyon, simülasyon gibi eklemelerle yapılmaktadır. **Resim 2**'deki görsel buna örnektir.

Resim 1: Sony SmartEyeglass optik temelli artırılmış gerçeklik gözlüğü (URL 1).



Resim 2: Video temelli İKEA markasının uyguladığı artırılmış gerçeklik uygulaması (URL 2)



2.1 Artırılmış Gerçeklik Dilsel Tanımı

Artırılmış gerçeklik uygulaması yukarıda tanıtıldı, şimdi çalışmanın bağlamı kapsamında kavram üzerinden bir değerlendirme yapılacaktır. Türkçeye artırılmış gerçeklik olarak çevirinle bu kavram semantik açıdan irdelenecektir. Öncelikle gerçek üzerinde durulacak sonrasında artırmak üzerinden tanımlama yapılacaktır.

Gerçek, Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre; ‘Yalan olmayan, doğru olan şey, hakikat’ anlamına gelmektedir. Diğer anlamı ‘Bir durum bir nesne veya bir nitelik olarak var olan, varlığı inkar edilemeyen, olgu durumunda olan’ olarak geçmektedir. Gerçek felsefi olarak metafiziğin konusudur ve felsefenin ilk sorularından tartışma konularının arasında yer alır. Immanuel Kant’a göre gerçeklik, duyuların dışında varlığı mutlak olan şeydir. Doğru ve yanlış ise zihin süzgecinden geçen tanımların ifade şeklidir (Warburton, 2017: 167-171). Arthur Schopenhauer’a göre ise gerçeklik iki türdür. Birincisi irade olarak adlandırdığı her şeyde mutlak surette bulunan itici güç, örneğin bitkileri ve hayvanları büyüten enerjidir. İkinci olarak tasarımıdır bu da insanların deneyimiyle elde ettiği bildiği dünyadır (a.g.e.: 202). Kısaca duyular dışında varlığı sabit olan, zaman ve mekandaki icat edilmeyen ama keşfedilebilen şeye gerçek denmektedir.

Artırmak, Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre; ‘Artmasını sağlamak, çoğaltmak’ anlamına gelmektedir. Topluma işleminin sembolü artıdır. Bir şeyi fazlaştırmak, üzerine eklemek için artırma işlemi yapılmaktadır. Yani olan bir şeyi çoğaltmaktır. Anlam olarak incelenmek için kelimelerine ayrılan artırılmış gerçeklik kavramı, yukarıdaki tanımlar değerlendirildiğinde Türkçe karşılığı uygun bir kavram mı sorusu ortaya çıkmaktadır. İkinci olarak da gerçeğin artırılması mümkün müdür sorusu sorulabilir. Bu sorular diğer başlıklarda cevaplanacaktır.

3 Haber Kavramı ve Gerçeklik İlişkisi

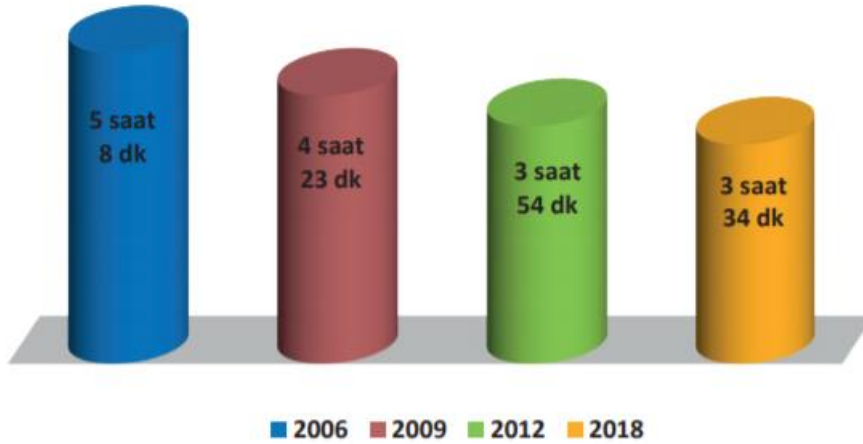
Haber, Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre; ‘Bir olay, bir olgu üzerinden edinilen bilgi’ anlamına gelmektedir. Diğer anlamı ‘İletişim veya yayın organlarıyla verilen bilgi’ olarak geçmektedir. ‘Toplumda veya tabiatta meydana gelen çeşitli olay, durum ve görünümle ilgili bilgi ve duyurulara haber denir’ (Tayfur, 2018: 11). Oya Tokgöz’e göre, ‘Haber, herhangi bir zamanda geçen olay, fikir ya da sorunun özetidir’. Wilbur Schramm’a göre, ‘Haber bir olay değildir, olduktan sonra algılanabilecek bir olgudur, olayla özdeş değildir, fakat olayın esas çerçevesi içinde tekrar kurulabilmesi hedefidir’. Van Dijk’a göre haber, toplumda var olan egemen söylemlerin bir ürünüdür. Stuart Hall’e göre ise haber, egemen söylemlerin yeniden üretildiği metinlerdir (Tokgöz, 2019: 213 ve 224). İletişim ve gazetecilik biliminde evrensel bir haber tanımı söz konusu değildir. Araştırmacıların her biri kendi alanlarına göre haberi dilsel, toplumsal, ekonomik, ideolojik temeli tanımlarını yapmıştır ve her yorumun da bağlamına göre haklı olduğu düşünülmektedir. Zamana ve mekana bağlı olarak, geniş toplumsal kesimleri doğrudan ilgilendiren olayların bir gazeteci tarafından profesyonel kurallara uyularak yazıldığı metnin, kitle iletişim araçlarıyla tüketime sunulduğu, enformasyonun şekillenmiş haline haber denmektedir.

Gaye Tuchman’e göre ise haber kurgulanmış gerçeklerdir (a.g.e.: 213). Haberin gerçekle ilişkisi tartışılan bir konudur. Yukarıda yapılan gerçeklik tanımına göre haber var olan olguların, olayların, durumların yorumlanmış hali olarak tanımlanabilir. Haberin hammaddesi olaydır, haber eskir, olay eskir ama olgular gerçekliğin kendisidir. Gerçeklik üretilmez, keşfedilir ama haber üretilir. Walter Lippmann’a göre haberin işlevi olayı iletmekken gerçeğin işlevi olguları gün ışığına çıkarmaktır (a.g.e.: 221). Haber üretim süreci başından sonuna normatif bir çizgide ilerler. Bir olayın dikkat çekiciliği haber değerini ifade eder ve gerçekleşen olaylar haber yapılmak için seçime tabi tutulur. Bu seçim gazeteciye, gazete sahiplik yapısının

ekonomi politik duruşuna göre veya kültürün dildeki sembolik yansımalarına göre değişiklik göstermektedir. Yapısal yanlılık olarak adlandırılan bu durum haberin gerçekte ilişkişini taraflılık olarak değerlendirmekte ve haberin tam olarak gerçeği temsil etmediğini ifade etmektedir. Haberi çerçeveleme, öne çıkarma ve gündem belirleme kuramlarına göre de haber gerçeklik ilişkisi tartışmaya açık hale gelmektedir.

“Meydanın bize sunduğu hiçbir şey gerçek değildir. Herhangi bir gerçeğin birileri tarafından başka gerçekler arasından seçilmiş, ayrıntılardan arındırılmış, teknik kısıtlara göre sunulabilir hale sokulmuş biçimidir” (Kıvanç, 1995’ten aktaran; Yurdigül, 2011: 16). Bu bağlamda değerlendirildiğinde televizyon haberciliğinin ortaya çıkışıyla basılı gazetelerin güven kaybettiği düşünölmektedir. Televizyon haberciliğindeki video akışı, haberi canlı yayınla verme, son dakika olarak geçme, haber sunumunda kullanılan fotoğraflar ve haber olayının kayıtları bu düşünöneyi destekler niteliktedir. Haber doğası gereği bayatlar. Basılı gazeteler ise bu bayatlamanın önüne geçmek için haberi gündemde tutmaya çalışır.

Resim 3: Günlük ortalama televizyon izleme süresi karşılaştırması (URL 3).



Bireylerin gerçeklik algısını oluşturmasında medyanın gücü göz ardı edilemez. Psikolojik olarak bireyin öğrenimi ilk önce ailede başlar sonrasında yakın çevre ve okulla devam eder. Teknolojinin gelişimiyle beraber televizyon, cep telefonu ve bilgisayarlar da aile bireyi olamaya başladı ve bilişsel öğrenmedeki payı arttı. Resim 3’teki grafik Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’nun yapmış olduğu, Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması verilerine göre yıllar bazında günlük ortalama televizyon izleme sürelerinin karşılaştırmasıdır. Geçmiş yıllardan yakın döneme izleme saatinin düştüğü görölmektedir. Bunun nedeni yeni medya araçlarının televizyondan daha çok kullanılmaya başlaması olarak görölmektedir. Cep telefonları internete bağlanabildiği sürece televizyonun ve gazetenin yerine geçebilmektedir. Günlük televizyon izleme saatlerinin ve basılı gazetelerin tirajlarının düşmesinin sebebi bu durum olarak görölmektedir.

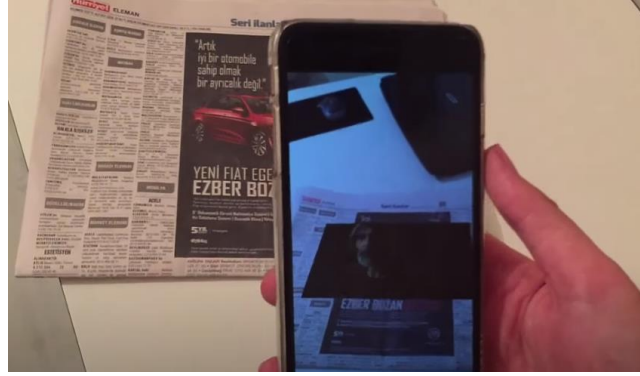
Yeni medyanın ortaya çıkışıyla gazetelerin dijital ortamda yayın yapması son dakika haber girebilme, haberin içeriğine video ve çok fazla görsel ekleme imkanı tanımıştır. Bu kullanım açısından basılı gazeteden daha çok tercih edilmektedir. Haberin gerçeklikle olan ilişkişini diri tutmayı daha mümkün kılmıştır. Bir gerçekliğin değiştirilmeden aktarımı, aktaran aracın saydamlığına bağlıdır. İletişim araçları teknik olarak bu saydamlıktan uzaktır. Bir olayın aktarım için seçilmesi ve dilsel olarak yazıya dökölmesi veya kurgulandıktan sonra

yayınlanması bu gerçekliği örtmektedir (Yurdigül, 2011: 20). Şimdi teknolojinin etkisiyle değişen haber sunumlarının örneklerine değinilecektir.

4 Gazetecilikte Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları

Dijitalleşmeyle beraber habercilikte yeni yaklaşımlar aranmaya başlandı. Gazetelerin web sayfalarından ve mobil uygulamalarından ürettiği haber içerikleri basılı gazetede bir haberden daha çok bilgi vermektedir. Bunu sebebi fazla görsel kullanabilme, video ekleme, okuyucunun yorum yapabilmesi, haberi teyit edebilme gibi özelliklerinin olmasıdır. Artırılmış gerçeklik uygulaması ise geleneksel gazetecilikte video temelli olarak kullanılır. Buna Türkiye'den örnek olarak **resim 4**'teki Hürriyet gazetesinin uygulaması örnek verilebilir. Lakin bu örnek bir haber sunum değil, reklam filmi oynatımıdır.

Resim 4: Hürriyet gazetesinin video temelli reklam uygulaması (URL 4).



Resim 5: Müge Anlı programında artırılmış gerçekliği tanıtırken (URL 5).



Resim 6: TGRT Haberdeki bir AR uygulaması (URL 6).

Türkiye’de artırılmış gerçeklik uygulamaları, gazetelerde ve televizyon haber sunumlarında aktif olarak kullanılmaya başlanmamıştır. Resimlerdeki örnek uygulamalar sadece bir denemede kalmıştır. AR uygulamaları geleneksel gazetecilik ile medya, bilgisayar ve bilgi birleşiminden doğmaktadır. Gazetelerde genelde QR kodları kullanılmaktadır. Telefon, tablet gibi cihazlara indiren kod okuyucu uygulamalar aracılığıyla reklam veya haberler oynatılabilmektedir. Junaio ve Aurasma akıllı mobil cihazlar için tasarlanmış bir AR tarayıcısıdır. Wall Street Journal ve New York Times, Aurasma'yı mobil medyayı basılı gazete ürünüyle entegre etmek ve mobil AR haber deneyimi için bir araç olarak kullanmıştır. Aurasma aracılığıyla, bir gazeteye veya dergiye işaret eden kamera donanımlı bir akıllı telefon veya tablet, iki boyutlu bir görüntüyü tanıyabilir, kaydedilmiş bir video veya 3 boyutlu nesneyi hatırlayabilir ve üzerlerine ses de ekleyebilmektedir (Pavlik & Bridges, 2016: 10-12).

Resim 7: Nova Tv’de (Hırvatistan) yeşil perde kullanımıyla yapılan AR (URL 7).**Resim 8:** Fox Sport’un canlı yayın görüntüsüne yerleştirdiği AR (URL 8).

Televizyon haberciliğindeki uygulamaları ise haber sunumuna farklı bir soluk getirmiştir. Yeşil perde stüdyolarında (resim 7) veya canlı yayın görüntüsüne bilgisayarlar aracılığıyla yerleştirilen üç boyutlu objelerle (resim 8) uygulandığı görülmektedir. Televizyondaki haber sunumlarında kullanılan AR uygulaması genel olarak coğrafi grafikler, haber içinde senkronize edilmiş fotoğraf ve videolar, üç boyutlu objeler eklenerek daha fazla ayrıntı sunumuna gitmektedir. Tamamen bilgisayar aracılığıyla kurgulanmış bir haberin canlandırması yapılmaktadır. AR sunumu esnasında, sunucu sanki o anı stüdyoda yaşıyor gibi oyunculuk yaparak haberi anlatmaktadır.

Medya şirketinin AR uygulamasını kullanabilmesi için teknolojik imkanlara sahip olması veya bir yazılım şirketiyle ortak çalışıyor olması gerekmektedir. Yurtdışın AR uygulaması kullanan kanallar ve gazeteler aşağıda verilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda ABD ve Batı'daki birçok medya kuruluşunun, Norveç kökenli 'Vizrt' isimli içerik üreticisi ve dağıtıcısı olan yazılım markasından içerik aldığı bulgusuna varılmıştır. Yine bir diğer marka Çin kökenli 'Uni-Leader' Asya ülkeleri için içerik üreten teknoloji ve yazılım şirkettir.

<p>AR Uygulayan Türkiye'deki Kanal Örnekleri</p> <ul style="list-style-type: none">• ATV• TGRT <p>AR Uygulayan Yabancı TV Kanalı Örnekleri</p> <ul style="list-style-type: none">• Al Jazeera• America's Morning Headquarters• ARD Almanya• BBC• CBC News Kanada• Fox Sport ABD, Avusturalya• Globosat Brazilya• IBC Filipinler• MBC Güney Kore• Nova Tv Hırvatistan• Televisa Meksika• The Weather Channel ABD• Univision Deportes Network ABD• TV 2 Danimarka	<p>AR Uygulayan Türkiye'deki Gazete Örnekleri</p> <ul style="list-style-type: none">• Hürriyet Gazetesi <p>AR Uygulayan Yabancı Gazete Örnekleri</p> <ul style="list-style-type: none">• New York Times• USA Today• Wall Street Journal• Boston Globe• Financial Times• The Times• The Sun• Daily Telegraph
---	--

Gerçekliği Artırılmış Haberin Değerlendirilmesi

Medya ürünleri, teknoloji, bilim ve bilginin harmanlanarak ortaya çıkarıldığı habercilikte kullanılan artırılmış gerçeklik uygulamaları yukarıdaki başlıklarda ayrıntılı olarak işlenmiştir. Çalışmanın amacı AR uygulamalarının haberciliğe kattığı artı ve eksileri ortaya koyup, haber kavramının gerçeklik ilişkisi bağlamında AR uygulamalarıyla beraber değerlendirilmesidir.

Habercilikte kullanılan QR kodlu ve video temelli uygulamaların sonucunda ortaya gerçekliği artırılmış haber kavramı çıkmaktadır. Haber gerçeklik ilişkisi bağlamında haberin gerçekliğini artırmak ne kadar mümkündür sorusunun cevaplanması gerekmektedir. Haber tanımı gereği gerçeğin tekrar yazımı olarak değerlendirildiğinde, haberin gerçek olanı tam

yansıtmadığı ortadır. Teknolojinin gelişmesiyle ve medya sektörünün buna ayak uydurmasıyla basılı gazeteden radyoya, televizyondan etkileşimli medyaya, medya tüketicisinin üretici olduğu bir döneme gelinmiştir. İşitselliği ve görselliği artan haberlerin inancılığı ve gerçek olduğu düşüncesi de artmaya başlamıştır.

Habercilikte AR uygulamasının pozitif yönü, medya ürünü tüketicisinin olayı daha iyi kavramasına fayda sağlamaktır. Haber sunumunun bir bakıma eğlenceli hale gelmesi, habere odaklanmayı da artırabilir. AR uygulamaları bu noktada haberi yaşatma boyutuna gelmiştir. Daha doğrusu haber tüketicisi henüz haberi yaşadığı bir teknolojik zamanda değildir. Haber üreticilerinin haberi bir tiyatro gibi canlandırması ve bir film gibi kurgulayarak servis etmesi söz konusudur. Haber sunumunda kullanılan grafik, animasyon, üç boyutlu objelerin içinde geçmiş gibi yaşayan muhabirin, negatif boyutta haberin profesyonel kurallarına aykırı davranıldığı düşünülmektedir. Haber yazım kuralları evrensel olarak belirli dilbilgisi kalıplarında edebi eserlerden ayrılması için normatif kurallara tabi tutulur. Bu kuralın sadece gazetecilik alanında değil televizyon haberciliği alanında geçerli olması gerekir. Haber üretim sürecinden gelen kurgusallığa, yayın esnasında kullanılan bilişim teknolojilerinin kurgusallığı da eklenmiştir. Haber sunumuna AR uygulanmasıyla haberin gerçekle olan ilişkisini artırmak söz konusu değildir. Bu durum ne gerçekliği artırır ne de gerçekliği azaltır. Sadece sunumsal olarak farklı bir teknolojinin kullanılması, haberin gerçekliğine olan inancı artırır. Artırılmış gerçeklikle haber sunumu tanımlı kavramsal olarak yanlıştır. Çünkü haberde artan ya da eksilen bir şey söz konusu değildir. Görselliği artırılmış haber olarak tanımlanması daha doğru görülmektedir.

Basılı gazetelerin, dijitalleşmeyle beraber ilerleyen senelerde ortadan kalkacağı veya dönüşüme uğrayacağı öngörülere mevcuttur. Türkiye'deki gazete işletmelerinin bu öngörü doğrultusunda AR uygulamalarına para harcamadığı düşünülmektedir. Ayrıca gazete sahiplik yapılarındaki holding patronlarının, toplumun bazı kesimlerinin geleneksel gazetelere olan bağından ötürü de bu değişime gitmek istemedikleri düşünülebilir. Bir diğer eksiklik olarak da Türkiye'deki teknoloji ve yazılım şirketlerinin habercilik alanında yeni içerikler üretip medya kuruluşlarına sunmadığı ya da medya kuruluşlarının içerik üreticilerinden AR'yi talep etmediği düşünülmektedir. Yurtdışındaki uygulama sayısı Türkiye kıyaslandığında çok büyük bir fark vardır. Türkiye habercilikte AR uygulamasını kullanmakta geç kalmıştır. Teknoloji, ekonomik boyutta yüksek meblağlar sonucunda elde edilmektedir. Medya kuruluşların değişen ekonomi ve siyaset sonucunda holdingleşmeye gittiği tarihsel süreçte bilinmektedir. Holdingler enerji, sanayi, iletişim alt yapısı, teknoloji gibi farklı sektörleri bünyesinde barındırırken, medya sektöründe AR uygulamalarına geçiş yapmamaları, bu alana yatırım yapmadıklarını gösterir. Yapılan incelemede Türkiye'deki birçok yazılım şirketinin internet sitelerinde AR ile ilgili çalışmalarını sunduğu görülmektedir ama bu uygulama genel olarak eğlence için üretilmekte ve kullanılmaktadır. Bu inovasyonun gerçekleşmesi için teknoloji, yazılım ve bilişim şirketlerinin desteklenmesi ve medya kuruluşlarının bu sürece dahil edilmesi önerilmektedir.

6 Sonuç

Çalışmanın konusu güncel ve geleceği olan bir konudur. Çalışma güncel verilerden ve uygulamaların incelenmesiyle elde edilmiştir. Literatürle birleştirilerek yeni yorumlara varılmıştır. Bu yorumlar hem kavramsal olarak hem de mevcut durum analizi sonucunda yapılmıştır.

Haber sunumlarındaki artırılmış gerçeklik uygulaması haber tüketicisi açısından kavrayışı artıran bir uygulamadır. Haberin görsel açıdan ve bilgi açısından zenginleştirmektedir. Lakin herhangi bir teknolojik gelişme ve inovasyon, başta haber olmak

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

üzere medya ürünlerinin gerçekle olan ilişkini artırmamaktadır. Teknolojiyle beraber gelişen habercilikte yeni yaklaşımlardan bir tanesi olan, haber sunumlarında kullanılan artırılmış gerçeklik uygulamasının, haber gerçeklik ilişkisinde bir değişime sebep olmadığı, sadece haberin gerçekliğine inandırıcılığı artırdığı düşünülmektedir. Bu inandırıcılığın medya manipülasyonunu ve medya caydırıcılığını artıracığı da öngörülmektedir.

Çalışmada yapılan mevcut durum analizi göstermektedir ki yurtdışına kıyasla Türkiye'deki medya kuruluşları aktif olarak bu uygulamayı kullanmaya başlamamıştır. Geleceğe yönelik araştırma geliştirme açısından medya kuruluşlarının teknolojiyi takip etmesi ve ayak uydurması gereklidir. Bunun için yazılım ve bilişim şirketlerinin medya sahipleri olan holdingler tarafından desteklenmesi gerektiği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Alver, F. (2007). *Gazeteciliğin Kuramsal Temelleri*, İstanbul: Beta Kitap
- Azuma, R. T. (1997). "A Survey of Augmented Reality", *Massachusetts Institute of Technology*, 6(4): ss. 355-385.
- King, B. (2016). *Augmented*, (Çev.) Balaban, K., İstanbul: MediaCat.
- Özdoğan, O. (2019). *Endüstri 4.0*, İstanbul: Pusula Yayıncılık.
- Pavlik, V. J. ve Bridges, F. (2016). "The Emergence of Augmented Reality (AR) as a Storytelling Medium in Journalism", *Journalism & Communication Monographs*, 15(1): ss. 4-59.
- Schwab, K. (2017). *Dördüncü Sanayi Devrimi*, (Çev.) Dicleli, Z., İstanbul: Optimist Yayın.
- Tayfur, G. (2018). *Haber Toplama, Yazma ve Yayınlama Teknikleri*, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Tokgöz, O. (2019). *Temel Gazetecilik*, Ankara: İmge Kitapevi.
- Yöndem, T. ve Karadağ, G. H. (2019). "Artırılmış Gerçeklikle Değişen Haber Sunumu", *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 3 (1): ss. 22-44.
- Yurdigül, Y. (2011). "Kurgusal Gerçeklik Bağlamında Haber ve Gerçeklik İlişkisi", *Atatürk İletişim Dergisi*, (1): ss. 13-24.
- Warburton, N. (2017). *Felsefenin Kısa Tarihi*, (Çev.) Ateşoğlu, G., İstanbul: Alfa Basım Yayın.
- URL 1: <http://www.teknolo.com/10-artirilmis-gerceklik-gozlugu/> (Erişim Tarihi 12.04.2020)
- URL 2: <https://www.endustri40.com/artirilmis-gerceklik-kullanan-7-marka/> (Erişim Tarihi 12.04.2020)
- URL3:<https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/AltSiteler/televizyonizlemeegilimleriarastirmasi2018.pdf> (Erişim Tarihi 15.04.2020)
- URL 4: <https://www.youtube.com/watch?v=kzk8dXoTj1s> (15.04.2020)
- URL 5: https://www.youtube.com/watch?v=bbP_gtCcWjs (15.04.2020)
- URL 6: https://www.youtube.com/watch?v=_Idy0izevN8 (15.04.2020)
- URL 7: <https://www.youtube.com/watch?v=7hJS2IT3gnc&t=14s> (15.04.2020)
- URL 8: <https://www.youtube.com/watch?v=uN221GhLmZI> (15.04.2020)

AN INTERPRETATION OF THE TRANSHUMANISM THOUGHT THROUGH MUSIC

Esin Nilay ZENGİN¹

Abstract

In this study, firstly, Humanism as the basis of Transhumanism thought, is shortly mentioned, considering its glorification of the human mind and grounding the 18th century Enlightenment movement. Next, the transformation of the thought of Humanism into Transhumanism at the end of the 20th century, regarding the developments in technology and its widespread use, is examined.

These influential developments reflected on music are emphasized in the following part of the study. Thereby, the impact of technology on music and performance arts involving music is investigated, and an interpretation of the movement on music is carried out through the examples such as computer-aided music productions used in new auditory design practices, performances with sensors directing brain waves and self-playing instruments.

Keywords: Transhumanism, Computer Assisted Music, Auditory Design, Performing Arts.

TRANSHÜMANİZM DÜŞÜN AKIMININ MÜZİK ÜZERİNDEN OKUNMASI

Özet

Bu çalışmada ilk olarak, Transhümanizm düşününe temel olan; 18. Yüzyıl Aydınlanma hareketiyle birlikte çekirdeğe yerleşerek akıl düsturunun yüceltildiği Hümanizmden bahsedilmiştir. 20. Yüzyıl sonunda ise Hümanizm düşününün, teknolojinin gelişmesi ve yaygın olarak kullanılmasıyla birlikte Transhümanizme dönüşmesi süreci irdelenmiştir.

Çalışmanın devamında, akıma etki eden teknolojik gelişmeler ele alınmış, müzikteki yansımaları üzerinde durulmuştur. Teknolojinin müzik ve müziği içeren performans sanatlarına olan etkisi araştırılmış, yeni duysal tasarım pratiklerinde kullanılan bilgisayar destekli müzik üretimleri, beyin dalgalarını yönlendiren sensörlerle yapılan performanslar ve kendi kendini çalabilen enstrümanlar gibi örneklerle akımın müzik üzerindeki okunması yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Transhümanizm, Bilgisayar Destekli Müzik, Duysal Tasarım, Performans Sanatları.

¹ Yüksek Lisans öğrencisi, Ankara Müzik ve Güzel Sanatlar Üniversitesi, enilay.zengin@mgu.edu.tr

Sorunun özü şu: İnsan aklı, insan aklının yaptıklarına vakıf olabilir mi?

Paul Valéry

1 Giriş

Tarihe “akıl çağı” olarak geçen ve hemen hemen tüm Avrupa’da etkisini gösteren hareketlerden biri olan Aydınlanma, içinde birçok alt fikir barındırmaktadır. Bunlardan biri olan Hümanizm, en genel hatlarıyla insan aklını merkeze alarak din kurumlarının otoritesini sarsan ve toplumsal yapılanmanın değişmesine olanak veren akım olarak tanımlanabilir.

18. Yüzyıldaki bu hareketle birlikte değişen dinamikler, bilim, sağlık, sanayi gibi pek çok alanda görülen gelişmeleri de beraberinde getirmiştir. Günümüzde teknolojinin yaygınlaşması ve aktif olarak kullanılmasıyla birlikte, Hümanizm yeni bir boyuta ulaşmış ve Transhümanizm olarak tanımlanmıştır. Köklerini insan aklına merkezleyen bu yenilikler, diğer tüm alanları olduğu gibi, sanatı da etkilemiş gerek üretim gerekse tüketim aşamasında yeni materyaller geliştirilmesine katkı sunmuştur.

Bu çalışma, Hümanizmin 21. Yüzyılda dönüştüğü Transhümanizm düşününün sağlık ve sanata olan izdüşümünü kabaca çerçeveledikten sonra, düşünün müzik alanındaki tezahürünü genişleterek açıklamayı hedeflemektedir.

2 Hümanizm ve Onun Dönüşen Biçimi Olarak Transhümanizm

Aydınlanma hareketiyle birlikte kilise baskısından giderek uzaklaşan insan zihni, dünyeviliğin somutluğuna dönmüş, artık ölümden sonraki değil, bizatihi mevcut yaşamı iyileştirebilecek bazı anlamlar aramaya yönelmişti. Ortaya çıkışı kaynaklarca farklı farklı değerlendirilmiş olsa da Hümanizm, Aydınlanma hareketiyle birlikte bilimden destek alarak ivmelenen, insanı ve onun aklını yücelten bir duruşu simgelemektedir (Cevizci, 2019: 207). Bu yönüyle, insanın yaşam pratiklerini iyileştirme arayışına yönelik zihinsel çabalarının bütünü olarak değerlendirilebilir.

Akılcılığın merkeze alınması ile maddeciliğin vurgulanması, dönemin paradigmaları göz önünde bulundurulduğunda son derece köklü, sansasyonel bir girişimdir. Dini kurumlar ve buna bağlı olan Tanrı figüründen uzaklaşarak merkezin insan aklı olarak düzenlenmesi, yeni bir yapılanmanın temellerini atmıştır. Hümanizm, tam da bu yapının çekirdeğini oluşturmaktadır.

Bilimsel çalışmaların yükselişi dönemin düşünce yapısının sonuçlarındandır, denebilir. Newton’un genel çekim kuralı, Lagrange ve Laplace’in gök mekaniği üzerine olan incelemeleri, fizikte ısı ve elektrik üzerine yapılan çalışmalar, Lovasier’in kimyayı bir bilim dalı haline getirmesi, Buffon’un doğa bilimciliği arayışları, Voltaire’in yeni çağın ilk tarih kitabını yazması, Montesquie’nün karşılaştırmalı kurumların genişletilmiş bir incelemesinin yapılmasını önererek sosyal bilim olasılığını geliştirmesi, Locke’un modern siyaset biliminin temellerini atması (Bakır, 2011) gibi olaylar Aydınlanma’nın temelindeki akıl düsturuna yapılan vurgunun ve buna bağlı olarak gerçekleşen atılımların birer göstergesi olarak değerlendirilebilir.

20. Yüzyılda kategorilendirilen Transhümanizm düşünüyü, Fransızca, “başka bir bilinç düzeyine geçmek” anlamını taşıyan *transire* fiilinden gelen *trans* sözcüğüyle türetilmiştir. Hümanizmin temelindeki akla ve buna bağlı olarak yükselen bilimsellik düşüncesine, Transhümanizmde, teknoloji eklenmiştir. Transhümanizm ve yapay zekâ felsefesi üzerine çalışan bilim insanlarından Bostrom’a göre bu yeni felsefe, biyolojik sınırların bir yeniden

değerlendirmesidir; teknolojiyi kullanarak daha iyi bir insan, yaşam ve toplum yaratma girişimidir. “Çabalamak zorunda olduğumuz şeyin insanlık yerine teknoloji değil, insanlık için teknoloji olduğunu vurgulamamız gerekir” (Bostrom, 2001) der ve sözlerine şu uyarıyı ekler; “bunu yaparken yaptığımızın güvenli olduğundan da emin olmalıyız” (Bostrom, Ted konuşması, 2015a).

Bostrom’un bu sınırlandırması, Transhümanizmle birlikte insan öznesinin seviye değiştirme ihtimalinin de sinyallerini vermektedir. *İnsanlık 2.0* kitabının yazarı Ray Kurzweil’e göre insan beyninin giderek daha da iyi çözümlenebilmesi, onun bilgi işlem kapasitesinin taklit edilebilirliğine de hizmet etmektedir; taklit edilebiliyor olması da yinelenebilir olması demektir (Kurzweil, 2019). Bu noktada Bostrom’un söylemiyle karşılanan küçük bir paradoks devreye girmektedir; beyin çözümlenmesiyle üretilen yapay zekâlar, beynin işleme prensibinin bir taklidi olarak geliştirildikleri için, insan beyni gibi çalışabilme potansiyeline de sahiptir. Dolayısıyla, insanlık için üretilen teknolojinin yerini ilerleyen safhalarda insanlık yerine üretilen teknolojinin alma ihtimali de olabilecektir.

3 Transhümanist Girişimlerin Okunabileceği Bazı Alanlar

Günümüzde teknolojinin kullanım alanlarını sınırlandırmak kolay değildir. Günden güne gelişen materyal ve fikirlerin de bu teknolojiyle desteklenmesi kaçınılmaz olmaktadır. Hümanist felsefeyle birlikte gelen mevcut yaşamı iyileştirme fikrine eklenen teknolojik gelişmeler, öncelikle sağlık alanında birçok yeniliğe, dönüşüme kapı açmıştır. Özellikle yeni ilaçların ve tedavi türlerinin geliştirilmesinde büyük rol oynayan teknoloji, insan beyninin giderek daha iyi çözümlenebilmesine de hizmet etmektedir. Bu durum, psikolojik ve kültürel bir yeni yapılanmayı da beraberinde getirmektedir.

İnsanın beynini ve onun sınırlarını yeniden keşfetmesi, soyutluk ve somutluk kavramlarını da tekrar tartışmaya açmıştır. Önce müziğin soyutluğuna ve dokunulmazlığına dair ezber bozulmuş, ardından otomasyon, jenerik algoritmalar ve nihayetinde iyiden iyiye gelişen kodlama yöntemleriyle yapılan müzik üretimi tartışılmaya başlamıştır. Bu kavramlar ve yordamlar üzerinden üretilen müziklerden yola çıkılarak yeni müzik toplulukları kurulmuş, teknolojik cihazların müzik üzerindeki görünürlüğü, tasarım üzerindeki belirleyiciliği artmıştır.

3.1 Sağlık Alanında Transhümanizm

Öncelikle tüm teknolojik girişimleri Transhümanizmle açıklamanın doğru olmadığını belirtmek gerekir. Bununla birlikte özellikle sağlık alanında, insanın yaşamını uzatmaya, yaşam koşullarını ve kalitesini iyileştirmeye ve hattâ uç bir örnek olarak onu ölümsüzleştirmeye yönelik atılan adımların dolaylı bile olsa bu düşünle bağlantılı olduğunu söylemek yanlış olmaz.

Örneğin nanotıp alanında yapılan yeni çalışmalar bu temasın direkt örnekleri olarak değerlendirilebilir; dışardan ve sürekli kullanımı azaltabilecek programlanmış ilaçların, yalnızca bir kere kullanılarak etkili ve kalıcı bir tedavi sunabilecekleri öngörülmektedir. Bu ilaçların çalışma prensibi, ihtiyaç halinde dozu ayarlayabilecek olmaları ve sürekli kullanım gerektirmemeleri olarak tanımlanabilir. Örneğin bir egzama ya da sürekli kullanılan şeker ilacı insanın yaşam kalitesini düşürebilecekken bir kere kullanılarak acil durumları saptayıp tedavi uygulayabilen bir ilaç insan hayatını kolaylaştırabilecektir (Dokuzoğlu, Tedx konuşması, 2017).

Nanoteknoloji uzmanı Robert Freitas Jr. 1998 yılında tıp alanında kullanılmak üzere henüz uygulamaya konmamış üç tip nanorobot tasarlamıştır: Bunlardan ilki, normal kırmızı

hücrelerden daha fazla oksijen taşıyabilecek yapay kırmızı hücreler olan *Respirocyte*; ikincisi, zararlı mikroplarla daha hızlı savaşabilecek yapay beyaz kan hücreleri olan *Microbivore*; üçüncüsü ise bozuk kromozomları düzeltebilecek *Chromalloyte*. İlk robot, olası bir gaz zehirlenmesi durumunda yapılacak acil müdahaleyle vücuttaki oksijen miktarını artırabilecek ve daha hızlı oksijen alınmasını karşılayabilecektir. Bu hayati kullanıma ek olarak sporcuların daha uzun süre ve daha hızlı bir şekilde yorulmadan koşabilmelerini ya da dalgıçların mümkün olandan daha uzun süre su altında kalmalarını da sağlayabilecektir. İkinci robot, penisilin ya da antibiyotik gibi uzun süreli kullanımla sonuç alınabilecek birçok ilacın çalışma hızını artıracak, iyileşme sürelerini kısaltabilecektir. Üçüncü ve sonuncu robot ise yaşlanmayı geciktirme üzerine çalışarak mevcut ömrü uzatmakta işe yarayabileceği gibi, marazlı doğumlara sebep olabilecek bozuk genleri tedavi ederek yaşam kalitesinin artmasına katkı sunabilecektir (Özenç, 2019).

Sağlık alanındaki bu gelişmelerin özünde, insan bedeninin tüm sınırlarınca geliştirilmesi amacı vardır. Yani, Transhümanizmin temelindeki insan hayatını daha iyi hale getirme felsefesi, burada da çekirdeğe yerleştirilmiş durumdadır. Geliştirilebilecek her yeni teknoloji insan ömrünün ve insan bedeninin sınırlarını zorlayabilecek ve hatta yeni uzuvlar kazanılmasına yahut organlar olmadan da yaşanabilmesine hizmet edebilecek noktaya evrilebilecektir. Bostrom'un önermesiyle bu noktada tekrar karşılaşıyoruz; "Çabalamak zorunda olduğumuz şeyin insanlık yerine teknoloji değil, insanlık için teknoloji olduğunu vurgulamamız gerekir" (Bostrom, 2001b).

3.2 Sanatta Transhümanizm

Teknolojik cihazların kullanımı, sağlık alanındakilerin yanı sıra sanat üretimlerinde de görülmektedir. 18. Yüzyıldan itibaren süregelen teknolojik gelişmeler, eserlerin farklı platformlarda bulunabilirliğini sağlamakla kalmamış, özellikle resim ve dijital performans alanında, sanal gerçeklik diye bir kavramın geliştirilmesine katkı sunmuştur.

Günümüzde bu alanlardaki sergiler ve performanslar artarken, müzik alanı da hem üretim hem de dağıtım noktasında teknolojiden yararlanmaktadır. Bilgisayar destekli üretilen müzikler ve bilgisayar orkestraları, sensörlü cihazlar vasıtasıyla gerçekleştirilen performanslar ve kodlama yardımıyla kendi kendini çalabilen enstrümanlar vb. bunlara örnek olarak gösterilebilmektedir.

3.2.1 Görsel Sanat Alanında Transhümanizm

Bilgisayar ya da teknolojik cihazlarla üretilen ve bunların dışında somut bir malzemenin kullanılmadığı yeni yapıtlar, görsel sanat alanındaki transhümanist girişimleri kapsayabilir niteliktedir. Alışlagelmiş tuvalerin yerini sanal gözlüklerin aldığı performanslar, bunlara ev sahipliği yapan müzeler vb. 21. Yüzyılda sanat ifadesine farklı kanallar açmıştır.

Google'ın geliştirdiği bir sanal gerçeklik gözlüğü olan *Tilt Brush* ve yine aynı amaçla HTC tarafından üretilen *Vive*, resim gereçleri olmadan da üç boyutlu eser oluşturulmasına olanak sağlamaktadır. Bu gözlükleri kullanan Anna Zhilyaeva, tamamen bu uygulama ile yaptığı boyamalardan oluşan bir içerikle Ekim 2019'dan beri *Anna Dream Brush* adlı kişisel YouTube sitesini yönetmekte ve farklı organizasyonlarda performans sanatçısı olarak yer almaktadır.



Görsel 1. Anna Zhilyaeva, “Mon cher mari ou menage de printemps,” 2018

Alışılabilen bir sergi formunun sanal gerçeklik gözlükleriyle birleşmesi ise yine yakın geçmişe dayanmaktadır. Kraliyet Sanat Akademisi'nin 2017 yılında, Adham Faramawy, Elliot Dodd ve Jessy Jetpacks'ten oluşan üç sanatçının tasarımlarını göstermek üzere açtığı sergide, izleyicilere, üretimlerin yapım aşamasının da izletilebildiği, üç boyutlu yeni bir sergi deneyimi yaşatılmıştır.

Sanal gerçeklik gözlüklerinin kullanıldığı bu yeni akım sergi düşüncesi, Türkiye'de Yapı Kredi Kültür Sanat'ın desteğiyle, 2018 yılında gerçekleştirilmiştir. Mat Collishaw'ın, William Henry Fox Talbot'ın 1839 yılında Birmingham'da açtığı ilk fotoğraf sergisinin dijital bir simülasyonunu sunan *Eşikler (Thresholds)* adlı sergisi, sanatçının dünya turnesinin ilk şehir dışı ayağı olan İstanbul'da gösterilmiştir. (Yapı Kredi Kültür Sanat, 2018).

Londralı kolektif Marshmallow Leaser Feast'in Eskişehir OMM (Odunpazarı Modern Müze)'de sergilenen iki dijital çalışmasında da yine sanal gerçeklik gözlüklerinden yararlanılmaktadır. Bunlardan ilki ormanın, orada yaşayan bir canlının gözünden görüldüğü *Bir Hayvanın Gözlerinden (In the Eyes of the Animal)*, ikincisi ise seyircinin ormanı bir ağacın gözünden gördüğü *Ağaca Övgü'dür (Treehugger)*. Ekibin üretimlerinde dayandığı temel felsefe canlılar arasındaki iletişimi teknoloji aracılığıyla sağlamaya yöneliktir. Kolektif üyelerinden Ersin Han Ersin, 2019 yılında OMM için yaptığı bir röportajında, yapılan işin temelinde kullanılan teknolojinin, erişilmesi gereken amaç olmadığını aksine canlılar arasındaki empatiyi güçlendirme yollarından birinin ifadesinde araç olarak kullanıldığını belirtmiştir (Ersoy, 2019).



Görsel 2. Marshmallow Leaser Feast, *Treehugger*

3.2.2 Müzik Alanında Transhümanizm

Transhümanizm, diğer alanlarda olduğu gibi müzikte de teknolojiye paralel olarak ivmelenmektedir. Bunun yanında müziğin üretimi ve icrası sahasında, insan faktörü hâlâ geçerliliğini korumaktadır. Müzikte kullanılan teknolojik cihazlar da aynı görsel sanatlar alanında olduğu gibi bir araç olma özelliği taşır. Bu bağlamda, çalışmanın bu bölümündeki örneklerin çoğu program yazılımcıları ya da icracı maharetleri üzerinden, insan merkezli olarak verilmiştir. Düşün akımının alandaki yansımaları, bilgisayar destekli algoritmik müzikler, kendi kendini çalan enstrümanlar, performans sanatlarında müziğin kullanımı gibi örnekler üzerinden okunmaya çalışılmıştır.

1950’lerde bilgisayar destekli algoritmik kompozisyonların öne çıkan ismi David Cope’tur. Yaratıcısı olduğu ilk program *Emmy* (Experiments in Musical Intelligence), çeşitli müzik formlarının algoritmalar üzerinden bestelenerek bilgisayar çıktıları halinde seslendirilmesini içerir. Bestecinin alışlageldik stilde bir besteleme tekniği kullanmaması ve bestesini bir insanın çalmıyor oluşu, plaklaştırılması için başvurduğu yerlerden ret cevabı almasına yol açmıştır. Bunun üzerine Cope, Disklavier’e başvurmuş, bilgisayarla tasarladığı şeylerin bir insan vasıtasıyla değil, kendi kendini çalabilen bir enstrümanla üretilmesini sağlamıştır. Bu yöntemle *Bach by Design* albümü piyasaya sürmüştü ve insan icrası olmadan çalınabilen bir albümün yayınlanabilmesine vesile olmuştur. *Chorale (after Bach)*, *Mazurka (after Chopin)*, *Sonata (after Mozart)* gibi örnekler bu program üzerinden ürettiği eserlerinden birkaçıdır. Sonraları yaptığı *Virtual Mozart* albümünde ise *Symphony (after Mozart)* ve *Concerto (after Mozart)* üretimleriyle, eser bestelemenin bilgisayar programları üzerindeki sınırlarını adeta zorlamıştır, denebilir. (Garcia, 2015).

1990’lı yılların sonlarına doğru Emmy’nin çıktılarını kullanarak tasarladığı yeni programı ise *Emily Howell*’dır. Emmy’nin geliştirilmiş versiyonu olan bu programda bilgisayar, hangi stilde eser bestelemesi gerektiğini öğrenebilen bir yapay zekâ formuna dönüşmüştür. Transhümanist düşünürlerden olan Kurzweil’in, Cope ile ilgili düşünceleri, hem düşün akımının anlaşılmasında hem de bunun müzikle olan ilişkisi noktasına bazı ipuçları verir: “Keşke Beethoven veya Chopin de yöntemlerini David Cope gibi açık bir şekilde ifade

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

edebilselerdi. Cope, programında keyif veren bir müzik cümlesi yazdığına sanatçı kimdir: Taklit ettiği besteci mi, Cope'un yazılımı mı yoksa Cope'un kendisi mi? Cope bu soruya giderek daha zorlayıcı olabilecek keskin felsefi bir anlayış sunmaktadır. Bunun yanında da insanın en evrensel sanat formunun karmaşık yapısıyla ilgili parlak ve benzersiz fikirler vermektedir” (Cope, “Biography”, t.y.). Günümüzde farklı disiplinlerin bir araya gelerek homojen bir yapı oluşturduğu düşünüldüğünde Kurzweil'in bu sorusu da aslında Cope'un üretimlerindeki temel hedefi bir anlamda karşılar; insanı robotlaştırmaktan ziyade, robotları insanlaştırmak. Kişisel web sitesindeki “Experiments in Musical Intelligence” başlıklı yazısında Cope, bu fikirlerini şu şekilde anlatmıştır; “Sonuçta, bilgisayar sadece aklımızı genişlettiğimiz bir araçtır. Algoritmalarımızın oluşturduğu müzik, en büyük kişisel ilham kaynağımızın yarattığı müzik kadar bizimdir.” (Cope, “Experiments in Musical Intelligence”, t.y.) *Land of Stone*, *Breathless* ve *From Darkness, Light* bu düsturla oluşturduğu Emily Howell örnekleri arasında gösterilebilir.

Cope dışında algoritmik üretimler yapan bestecilerden Xenakis'in *Achorripsis* ve Koenig'in *Three Asko Pieces* eserleri de bilgisayar destekli yeni müzik tasarımlarının öne çıkanları arasında sayılabilmektedir.

2008 yılında Stanford Üniversitesi Müzik ve Akustik Bilgisayar Araştırmaları Merkezi'nde kurulan Stanford Dizüstü Bilgisayar Orkestrası ise hem performans hem de müzik yazılımını birleştiren bir dijital platform fikrini gündeme getirmiştir. Ge Wang yönetimindeki orkestra, yirminin üzerinde dizüstü bilgisayar ve programlama dilini ve yazılımı kontrol eden insanlar tarafından oluşturulmuştur. (Stanford Laptop Orchestra, “Bio”, t.y.) Ge Wang'ın temel fikri yine Cope'ta olduğu gibi müziği, farklı kanallardan üretebilmek ve duyurabilmektir. Böylelikle performans, yönetimi noktasında insan figürünü kapsarken dijital ortamda oluşturulmuş ses de materyalin kendisi konumundadır. İnsan icracının görevi de kontrol ettiği sesi, bilgisayarlar vasıtasıyla dinleyiciye sunmaktır.



Görsel 3. Stanford Laptop Orchestra, Twilight Performansı, 2013

Transhümanizmin müzikteki yansıması sadece algoritmik düzlemde değil, müzikli dijital performans sanatlarında da görülmektedir. Örneğin Lisa Park, *Eunoia II* çalışmasında

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

bilgisayar eşlemeli bir sensör kullanır. Başa takılan bu sensör, sanatçının duyu yoğunluklarını algılayarak bilgisayara iletir. Daha önce kaydedilen bir sesle beyin dalgalarının yoğunlukları eşlenir ve ortaya çıkan bu titreşimler sonucunda hoparlörlerin üzerindeki çanaklar titreşerek suda fiziksel bir dalgalanma meydana getirir. Sanatçının bu performansında hedeflediği temel şey, insanın içinde bulunduğu görünmez hislerin, görünür olmasını sağlamaktır ve bunu da teknolojiden yardım alarak sergiler (Park, “Eunoia II”, 2014). Bu performansta da teknoloji, aynı Marshmallow Leaser Feast örneğinde olduğu gibi, ifadenin aktarılabilmesi amacıyla araçsallaştırılmıştır.



Görsel 4. Lisa Park, Eunoia II, 2014

Beyin dalgalarını kontrol edebilen sensörler, sadece Lisa Park’ın performanslarında görülmez. Yakın geçmişte Tokyo’daki Neurowear firmasının *Mico* adındaki uygulaması, başa takılan bir cihaz aracılığıyla beyin dalgalarını telefona ileterek kişinin duyu durumuna göre bir müzik listesi tasarlamak üzerine üretilmiştir (Neurowear, “Mico”, t.y.).

Bu dijital materyalin benzerinin kullanıldığı başka bir uygulama da Richard Lee ve Yann Morvan’ın geliştirdiği *Aerodrum*’dır. Tutulan bagetler ve ayaklara geçirilen sensörler vasıtasıyla hareketi bilgisayara kurulan davul programına ileten giyilebilir teknoloji, eldeki bagetlerle gerçekte var olmayan bir davulun çalınmasını mümkün kılmıştır. Bu tasarımın gerçek davula olan benzerliği, bagetlerin hafif ya da sert vurulmasıyla birlikte değişen ses yüksekliği ya da tuşe farklılıkları noktasında kendini gösterir. Uygulamanın versiyon güncellemesiyle birlikte üç boyutlu bir ortam sağlayan sanal gerçeklik gözlüğü eklentisi de kullanıcıların hizmetine sunulmuştur (Aerodrums, “Aerodrums for playing”, t.y.).



Görsel 5. Aerodrums

Bu uygulamanın bir benzeri olan *Modulia Studio* da müzik tasarım süreciyle sanal gerçeklik gözlüğünün birleştirildiği bir içeriğe sahiptir. Ellere takılan hareket sensörlü bir aygıtla kontrol edilen program, hem müziğin yaratım sürecini hem de bunun performansa dökülmüş halini kapsar (*Modulia Studio*, “About”, t.y.). Bu üretim de Aerodrum uygulamasında olduğu gibi aslında bir konser performansından ziyade çalışma ya da üretim aşamalarını keyifli hale getirmeyi amaçlayan bir kullanışlılık vadetmektedir.

Transhümanizmin okunabileceği başka performansların üretim sahasında ise insan ve robotun beraber bulunduğu örnekler vardır. Bunlardan ilki, gitarları GTRBOT666, davulları da DRMBOT0110 adındaki robotların çaldığı *Captured! By Robots* grubudur. Metal müzik yapan grubun vokali, Jay Vance adında bir insan olmasına rağmen (Gallagher, 2017) albüm içeriklerinde JBOT olarak görülür ve albümler için kaydedilen tüm müziklerin robotlar tarafından oluşturulduğu belirtilir (*Captured By Robots*, “Index”, t.y.). Konser performanslarında farklı farklı maskeler ve kostümler kullanan gruba sahne şovlarında değişik oyuncaklar ve robotlar da eşlik etmektedir.



Görsel 6. Captured! By Robots, 2010

Örneklerden diğeri, Almanya’da sanatçı Frank Barnes’ın kurduğu, gerçek, elektrikli ve akustik enstrümanlarla, Motörherad, Nirvana ve Pantera gibi grupların şarkılarını çalabilen robot grubu *Compressorhead*’dir. (Kamu, 2019). İlk üyeleri Stickboy (davul), J. Schmidt (hi-hat ve vokal), Fingers (gitar) ve Bones (bas) olan gruba 2015’te vokal olarak Mega-Wattson; 2017’de de gitar çalıp vokal yapabilen Hellgâ Tarr eklenmiştir (Bandcamp, “Compressorhead”, t.y.). İnsan-robot ilişkilerini irdeleyen ve robotlarının ağzından röportaj veren (Leonard, 2013) bir proje olarak üretilen grup, konserlerine ve albüm çalışmalarına 2013’ten beri devam etmektedir.



Görsel 7. Compressorhead, 2017

2013 yılında Yuri Suzuki Tasarım Stüdyosu’nda prototip olarak tasarlanan bir diğerk müzik grubu da *Z-Machines*’tir. İnsan müzisyenlerinin yapamadığını yapabilme hedefiyle oluşturulan elektronik müzik grubu (Suzuki, “Z Machines”, t.y.), 78 parmaklı gitarist Mach, 22 bagetli davulcu Ashura ve klavyeci Cosmo adlı etkileşimli robot üyelerden oluşmaktadır.



Görsel 8. Z-Machines, 2013

4 Sonuç ve Öneriler

Yukarda örneklenen çalışmalarda üretimi başlatanın insan, elindeki aracın da teknoloji olması, Transhümanizm düşünündeki ana fikirle paralellik göstermektedir. Şu andaki çalışmaların temel prensibi, insanın kendi sınırlarını keşfetmesi ve müzik üretimine yeni yollardan katkı sağlaması olarak değerlendirilebilir. Fakat şunu da unutmamak gerekir: Günümüzde makine ve insan arasındaki denge ilerleyen safhalarda—bu girişimlerin de üstüne konan basamaklarla—değişebilme ihtimali taşımaktadır. İnsan beyninin sınırlarının teknolojik üretimlerle geliştirilmesinin yanında üretebileceği makine zekâları giderek daha fazla tercih edilebilir olacaktır. Akıllı telefonlar, akıllı süpürgeler, akıllı evler, vs. bir anlamda bunun fark edilmez örnekleridirler. Bu durumda, Hümanizmle öne çıkarılan insan akıllı, yerini makine zekâsına bırakabilecek, karar mekanizmasını makinelere teslim edebilecektir. Örneğin Compressorhead grup elemanlarının, enstrüman çalmayı öğrenebilen yapay zekâ robotlarıyla yer değiştirmesi, robotları programlayacak bir insan gerekliliğinin de ortadan kalkmasına neden olabilecektir. Öyle ki aslında Z-Machines grubunun şu anda bir prototip olması da bu girişimlerin ilk basamağıdır. Nick Bostrom'un dediği gibi, transhümanistler için üretim kaynaklarının doğal ya da doğal olmaması tamamen önemsizdir. Ve teknolojik ilerlemenin sonucu olarak üretilen makine beyinler insanın yaşam kalitesini artırabileceği gibi, yaratım sürecinde atlanabilecek bir yönergeyle büyük tehlikelere de yol açılabilir (Bostrom, 2001b).

Öyleyse transhümanist girişimlerin ileri safhalarında makineleşen beyinlerin, üretim bandında yer edinmesinde tartışılması gereken en büyük konu, bunların etik olarak ne noktaya gelebileceği ve buldukları noktada insanın, insan olarak ne anlam ifade edeceğidir. İnsan eliyle yönetilen makinelerin tehlike anında kapatılması mümkünken, öğrenebilen ya da kendini yenileyebilen makine beyinlerin insanı ortadan kaldırmaları ihtimalini küçümsemek gerekir. Kaldı ki, daha 19. Yüzyıldan beri fantastik edebiyat ve özellikle de sinemanın robotları merkeze alan neredeyse tüm yapıtlarında tematize edilen de bu durumdur. Günümüzde iş alanlarında makine kullanımının giderek artması hem maddi hem de iş verimi açısından daha tercih edilebilir noktadayken işsiz bırakılan insanların makinelerin yükselişi karşısında azınlıkta kalması da madalyonun öteki yüzünü gözler önüne sermektedir.

Müzikte teknolojinin imkanları, içinde yaşanan yüzyılın parametreleriyle değerlendirildiğinde son derece gelişmiş sayılabilir. Müzik programları yardımıyla, müzik bilgisi olmaksızın beste yapılabilmesi, yapılan bestenin çalınabilmesi için bir orkestraya ihtiyaç duyulmaması, daha fazla kişiye erişebilme gibi bazı avantajlı durumlar, makinelerin insanın kontrolünde olması noktasında yararlı bir kullanım vadetmektedir. Fakat beste yapmayı öğrenebilen bir yapay zekâ tasarlandığında, bu, insanları dezavantajlı bir duruma da düşürebilir: Bilgisayarın öğrenmesi, yani makineleşen zekâ, “canlı” ya da “ölümlü” müzisyenleri rahatlıkla ekarte edebilecek konuma yükselebilir.

Makineleşmenin insan gücüyle yer değiştirmesi bugün en çok sanayileşme çatısı altında görülmektedir. Üretilme amacı insan iş gücüne yardım sağlamak olarak geliştirilen makinelerin daha üst versiyonlarının tasarlanması sonucunda, onların insan yerine kullanılmaya başlanması işverenleri maddi olarak rahatlatacağı gibi, makinenin insanın önüne konması sonucunu da doğurabilecektir. Dolayısıyla mühendislerin işsizliği ile müzisyenlerin işsizliğinin aynı sebebin sonucu olabileceği, bu senaryoyla öngörülebilmektedir.

Makinelerin mühendislik alanlarındaki kullanımı, bir nevi ses mühendisliği olarak adlandırabileceğimiz bestecilik alanında da görülmektedir. David Cope gibi programcıların beste formlarını öğrenebilen tasarımları, çıkış noktasında her ne kadar bilgisayarın besteci tarafından araç olarak kullanılması fikrini benimsediyse de, besteci konumundaki insanın geri plana atılabilme ihtimalini de düşündürmektedir. Çünkü yapay zekâ öğrenmesi, kendini tek bir

alanda sınırlamaz. Öğrenmeyi öğrenebilmesi, onun, farklı alanların şifrelerini çözebilmesi için yeterlidir (Bostrom, Ted konuşması, 2015b).

İnsanı ölümsüz kılabilmeye veya yaşam kalitesini artırmaya yönelik olan çalışmaların tamamı kötü senaryolarla sonuçlanabilecek olmamakla birlikte bunun da ihtimaller dahilinde olduğu gözardı edilemeyecek bir husustur. Yukarıda örneklenen çalışmalar, şimdilik, teknolojinin insan üretimlerini kolaylaştırıcı bir farklı seçenek olarak kullanılması temelindeyken bu çalışmalar üzerine eklenilebilecek olan yeni girişimler insan faktörünü giderek soyutlayabilecek riskler de taşımaktadır.

Nick Bostrom'un belirttiği üzere, transhümanist girişimlerin ileriki safhalarındaki yapay zekâ üretimleri, verilerin kodlanması aşamasında büyük dikkat gerektirmektedir. Çünkü kodlanan bilgilerdeki yanlışlık ya da eksiklik, aynı Kral Midas'ın dokunduğu her şeyin altına dönüşmesi mitinde olduğu gibi, geri döndürülmesi zor, hattâ belki de olanaksız sonuçlara yol açabilecektir. Buna yönelik olarak onun önermesi, üretilen yapay zekâların, öğrenebilme becerisini kötüye kullanabilecek bir açıklık bulduğunda bile, yaratıcısına sadık olmasını sağlamaktır. Ve yapılacak çalışmaların en önemli kriteri de bu olmalıdır (Bostrom, Ted konuşması, 2015c).

Kaynakça

Cevizci, A. (2017). *Felsefe Sözlüğü* (6.Baskı). İstanbul: Say.

Kurzweil, R. (2019). *İnsanlık 2.0 Tekilliğe Doğru Biyolojisini Aşan İnsan* (4.Baskı). (M. Şengel, Çev). İstanbul: Alfa.

Özenç, A. (2019). Eski Bilim Yeni Bilime Karşı: Simyacılık ve Transhümanizm, T. B. Edman (Ed.) *Transhümanizm ve Karşılaştırmalı İzdüşümü* içinde (s. 65-99). İstanbul: Kastaş.

Binler Bakır, S. "Romantik Dönemin Anahtar Kelimeleri" (Ders notları, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, 2011)

İnternet Kaynakçası

Aerodrums.<https://aerodrums.com/home/>, (03.03.2020).

Bandcamp, Compressorhead. <https://compressorhead.bandcamp.com>, (06.01.2020).

Bostrom, N., "What happens when our computers get smarter than we are?". <https://www.youtube.com/watch?v=MnT1xgZgkpk&t=6s>, (02.01.2020).

Bostrom, N., (Orijinal yazı 1998, internet sitesine revize edilmiş bir biçimde 2001'de eklenmiş) "What is Transhumanism?". <https://www.nickbostrom.com/old/transhumanism.html>, (03.01.2020).

Captured! By Robots. <https://www.capturedbyrobots.com>, (02.04.2020).

Cope, D., Biography. http://artsites.ucsc.edu/faculty/cope/biography_page_3.htm, (01.01.2020).

Cope, D., Experiments in Musical Intelligence. <http://artsites.ucsc.edu/faculty/cope/experiments.htm>, (01.01.2020).

Dokuzoğlu, A.D., TEDx Bahcesehir University, "Yaşam Nasıl Hacklenir?". https://www.youtube.com/watch?v=S_nDgAZU11Y, (03.01.2020)

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

Ersoy, E. (2019, 3 Kasım), “*MLF ile Doğanın Güçlerine Dair*”, Odunpazarı Modern Müze Resmi Sayfası. <https://omm.art/tr/editorial/mlf-in-conversation-with-mother-nature> (10.03.2020).

Gallagher, D. (2017, 18 Kasım), “*Jay Vance May Play Metal with Homemade Robots, But He Says It's Not Meant to Be Funny*”, Dallas Observer. <https://www.dallasobserver.com/music/jay-vance-frontman-of-captured-by-robots-on-how-he-turned-his-novelty-robot-band-into-a-serious-one-10081744>, (02.04.2020).

Garcia, C. (2015, Nisan 29), “*Algorithmic Music – David Cope and EMI*”, Computer History Museum. <https://computerhistory.org/blog/algorithmic-music-david-cope-and-emi/> (20.03.2020).

Kamu, N., (2019. 27 Mayıs), “*Nirvana'ya ulaşan*” robot müzik grubu: *Compressorhead*. <https://www.log.com.tr/nirvanaya-ulasan-robot-muzik-grubu-compressorhead-video/>, (06.01.2020).

Kraliyet Akademisi Sanal Gerçeklik Resim Sergisi. <https://www.royalacademy.org.uk/exhibition/project-virtually-real> (03.03.2020).

Leonard, M. (2013, 4 Eylül), “*Meet Compressorhead The World's Most Metal Band*”. <http://es.gibson.com/News-Lifestyle/Features/en-us/Meet-Compressorhead-The-Worlds-Most-Metal-Band.aspx>, (02.04.2020)

Modulia Studio. <https://www.modulia-studio.com>, (03.03.2020).

Neurowear, Mico. http://neurowear.com/projects_detail/mico.html#About, (03.01.2020).

Park, L., Eunoia (Version 2). <https://www.thelisapark.com>, (01.01.2020)

Stanford Laptop Orchestra, Bio. <http://slork.stanford.edu/bio/>, (05.04.2020).

Suzuki, Y., Z Machines. <http://yurisuzuki.com/design-studio/z-machines>, (05.04.2020).

Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık, (2018), “Zamanda Yolculuğa Çıkmaya Hazır mısınız?”. <http://sanat.ykykultur.com.tr/basin-odasi/basin-bultenleri/zamanda-yolculuga-cikmaya-hazir-misiniz>, (10.03.2020).

<https://www.nisanyansozluk.com/?k=trans>

Görsel Kaynakça

Aerodrums. <https://www.ocregister.com/2016/01/23/video-air-drumming-is-the-new-way-to-play-the-drums-with-aerodrum/>, (07.04.2020).

Anna Zhilyaeva. <https://www.3dvf.com/actualite-22715-anna-zhilyaeva-artiste-en-realite-virtuelle-et-augmentee-html/>, (07.04.2020).

Captured! By Robots, <https://flotationdevice.wordpress.com/2011/03/16/i-was-captured-by-robots/>, (07.04.2020).

Compressorhead, <https://www.youtube.com/watch?v=tdfwOf1OjpU>, (07.04.2020).

Lisa Park. <https://cycling74.com/articles/an-interview-with-lisa-park>, (07.04.2020).

Stanford Laptop Orchestra. <https://www.youtube.com/watch?v=chA-4GRCb-I&t=58s>, (07.04.2020).

Z-Machines. <http://yurisuzuki.com/design-studio/z-machines>, (07.04.2020).

EFFECTS OF DIGITAL MEDIA ON THE THOUGHT FORMS OF YOUTH IN THE HIGH SCHOOL AGE

Gökhan CANTÜRK², İbrahim YÜKSEL³

Abstract

Today, the developments in communication technologies increase the possibility of encountering the different cultures, ideas, and identities around the world each day. Many factors such as the socio-economic standards, genders, education levels etc. of people are effective on their political preferences. It can be said that in today's modern societies the intensive usage of communication technologies such as internet, mobile phones and computers is effective on the ways of thinking of young people. In this study, it was analysed that the effects of digital media on the ways of thinking of young people by considering especially the reality of usage habits of youth in new technologies and spending much time with them. In the study it was used qualitative research method. It has a quality of phenomenological study in point of the effects of digital media on the ways of thinking of young people at secondary school age. The volunteer students attended to the study from three Anatolian high schools in two central districts called Kepez and Muratpaşa in Antalya. The semi-structured form was used as a qualitative data gathering tool. According to the result of the study it is seen that a great majority of young people think social media affects their world views.

Keywords: Political Thought, Youth, Digital Media, New Media

DİĞİTAL MEDYANIN ORTAÖĞRETİM ÇAĞINDAKİ GENÇLERİN DÜŞÜNME BİÇİMLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Özet

Günümüzde iletişim teknolojilerindeki gelişmeler dünyadaki farklı kültürlerin, farklı fikirlerin ve kimliklerin karşılaşma olasılığını her geçen gün daha da artırmaktadır. İnsanların sosyo-ekonomik düzeyleri, cinsiyetleri, eğitim düzeyleri vb. birçok faktör politik tercihleri üzerinde etkilidirler. Günümüz modern toplumlarında internet, cep telefonu ve bilgisayar gibi bilişim teknolojileri araçlarının yoğun bir şekilde kullanımının insanların düşünme biçimleri üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Özellikle gençlerin yeni teknolojileri kullanma ve onlarla çok zaman geçirmeleri gerçeğinden hareketle; çalışmamızda dijital medyanın gençlerin

² Dr. Antalya/Kepez Karatay Anadolu Lisesi BilişimTecnolojileri Öğretmeni, gcanturk2000@hotmail.com

³ Dr. Antalya/Kepez Atatürk Anadolu Lisesi Rehber Öğretmeni, iyuksel56@hotmail.com

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

düşünme biçimleri üzerindeki etkileri incelenecektir. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu çalışma, öğrencilerin dijital medyanın ortaöğretim çağındaki gençlerin düşünme biçimleri (yapıları) üzerindeki etkilerini belirlenmesi bakımından bir olgu bilim çalışması niteliği taşımaktadır. Çalışmaya Antalya ili Kepez ve Muratpaşa ilçelerindeki üç Anadolu lisesinde öğrenim gören ve gönüllülükleri esas alınan öğrenciler katılmıştır. Nitel veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırmanın sonucuna göre gençlerin çok büyük bir kısmının sosyal medyanın dünya görüşlerini etkilediğini düşündükleri görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Politik Düşünce, Gençlik, Digital Medya, Yeni Medya

Giriş

İletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişim dünya üzerindeki her kültürü birbiriyle daha fazla yakınlaştırmaktadır. Bunun sonucunda yeryüzünde bulunan her kültürün diğer kültürle etkileşimi artmaktadır. Öyle ki, geçmiş dönemlerde dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir olayın yeryüzünün diğer bölgelerinde duyulması genellikle haftalar hatta aylar almakta, bu gecikmeden dolayı ise olayın etkisi zaman içerisinde azalmaktadır. Ancak günümüzde ise tamamen bunun tersi bir durumla karşı karşıya bulunulmakta, dünyanın herhangi bir yerinde yapılan bir açıklama birkaç saat sonra dünyanın her tarafında etkili olabilmektedir (Maalouf, 2009:59) Bu iletişim eskiden medya araçları üzerinden gerçekleşirken günümüzde bilişim teknolojileri araçları üzerinden ve ağırlıklı olarak sosyal medya üzerinden gerçekleşmektedir. Medya kelimesi Latince “medium” kelimesinden gelmekte olup "aradaki şey, araç" sözcüğünün çoğuludur (Oxford Dictionary and Thesaurus, 2009, p.576). Geleneksel olarak gazeteler, radio televizyon ve dergileri için kullanılan bu kavram yakın zamanda internet içinde kullanılmaya başlanmıştır (Business Dictionary, 2020). Sosyal kelimesi ise Latince “socius” kelimesinden gelmekte olup “arkadaş” veya “dost” anlamlarını taşımaktadır. Yine başka bir tanımda insan topluluklarını, beraber yaşayan insanları, birlikte bir şey yapan grupları tanımlamak içinde kullanılmaktadır (Collins English Dictionary, 2016, s.762; Oxford Dictionary and Thesaurus, 2009, s.882).

Sosyal medya, geleneksel medyadan farklı olarak yüksek düzeyde paylaşımın yapıldığı, çevrimiçi medyanın yeni bir türü olarak ortaya çıkmıştır (Mayfield, 2008: 5). Sosyal medya belki en önemli fark kullanıcıların geleneksel medya içeriğine müdahil olamazken sosyal medyanın içeriğini kendilerinin oluşturmasına imkân vermesidir. Sosyal paylaşım sayfası üzerinden insanlar kendi sayfasını hazırlayabilmekte ve istediği fotoğraf veya video yükleyebilmektedir (Waters, 2010: 2'den Akt.Balcı ve Koçak, 2017). Tüm gündelik yaşamını sosyal medya üzerinden düzenleyen insanlar için internet araç değil amaç haline almaya başlamıştır. Günlük değil, anlık haberler internette takip edilir, insanlar birbirlerini aramak yerine kişisel sayfalarına ileti bırakır, dünyanın bir ucundaki arkadaşları ile webcam sayesinde görüntülü konuşabilir, alışverişini evinden hiç çıkmadan sanal ortamdan yapabilir, oyun oynayabilir hatta eğitim görebilir duruma gelmişlerdir (Hamamcı, 2015, s.18). Bugün sosyal medya uygulamalarının kullanımı birçok insan için günlük hayatta gerekli bir hal almaya başlamıştır (Masthi, Pruthvi ve Mallekavu 2017, s.207) İnternet kullanma sıklığı artmasıyla birlikte buna paralel olarak sosyal medya kullanım sıklığı da artmaktadır. Hatta yakın gelecekte internet kullanımının önemli bir kısmının sosyal medya üzerinden gerçekleşeceği düşünülmektedir (Tektaş, 2014: 852).

İletişim olanaklarının, yaşam biçiminin ve teknolojinin değişimi ve gelişimi ile birlikte bilgi edinme süreci ve içeriği değişime uğramış, farklı bir boyut almıştır. Özellikle medyanın biçim değiştirmesi yeni medya ile doğan sosyal medya ortamı bilginin çeşitlenmesinde,

yaygınlaşmasında, biçiminde, bilgiye ulaşılmasında ve içselleştirilmesinde belirleyici bir faktör rolünü üstlenmiştir. Artık bireyler ama özellikle de gençler siyasi, sosyal, kültürel, ekonomik, sanatsal vb. bilgileri ve gündemi internet ve sosyal medyadan rahatlıkla takip edebilmektedirler. Bireyin bilgiyle karşılaşması o bilgiyi içselleştirmesi, o bilgiyle yeni bilgiler üretmesi ve yaşam döngüsünde de bu bilgiyi uygulaması ya da kullanması dünya görüşünü, hayata bakış açısını vs. şekillendirmekte son derece etkili olmaktadır (Kamiloğlu ve Yurttaş, 2014:132). Sosyal medya, insanları yönlendirebilen ve harekete geçirebilen bir etkiyi içinde barındırmaktadır. Sosyal medya, birçok alanda olduğu gibi son yıllarda siyasi alanda da etkisini giderek arttırmaktadır. Bireylerin siyasal katılmalarında, aktif olmalarına, fikirlerini daha kolay bir şekilde ifade etmelerine imkân sağlamıştır. Özellikle mobil teknolojinin de gelişmesiyle birlikte bir olay ya da haberi aynı anda birçok kişiye ulaştırabilme, onları harekete geçirebilme vb. imkanlar sunmakta, siyasal bilgilenme ve davranışları şekillendirme açısından etkileme gücü her geçen gün artmaktadır (Asıgbulmuş 2017:93-94). Gençlerin iletişim kurmak ve fikirlerini birbirleriyle paylaşmalarına imkân tanıyacak birçok farklı sosyal medya uygulaması etkin bir şekilde kullanmaları ise onları etkilemeye yönelik çalışmalara zemin hazırlamıştır (Aktas, 2004:211).

Medyanın insanlar ve insanların davranışları üzerinde doğrudan ve kontrol edici özelliği olduğu söylenebilir (Katz ve Lazarsfeld, 1995). Gündem Belirleme Teorisi, medyanın insanların ne düşüneceğini belirleme özelliğini açıklamaya çalışmaktadır. Medya bu özelliğiyle insanlar düşünceleri üzerinde dikte edici anlamda etkili olmaktadır. Medya bu özelliğiyle gençlerin hayatları ve gelişimleri üzerinde olumlu veya olumsuz etkileri olmaktadır. Bu yüzden sosyal medyada gençleri etkilemede aynı potansiyele sahiptir (Lemish, 2013). Sosyal ağlar bireylerin fotoğraf, video ve bilgi paylaşabileceği bir profil sayfasına sahip olmasına olanak tanımaktadır. Bunun yanında bireyler sosyal ağlarda ortak ilgi alanları ile ilgili sanal topluluklar oluşturabilmekte ya da ortak geçmiş, dünya görüşü, siyasi görüş gibi özelliklere sahip bireyler ile ortak bir amaç için örgütlenebilmektedirler (Filiz, Erol, Dönmez ve Kurt, 2014, s.17). Günümüzde dijital çağın bir gereksinimi olarak hükümetlerin, yerel yönetimlerin, kamu kurumlarının, bankaların ve özel şirketlerin sosyal medya hesapları bulunmakta ve sosyal medyada varlıklarını göstermeleri önemli hale gelmektedir. Sosyal medya toplum davranışlarını etkilemek noktasında önemli bir yere sahiptir (Kirschenbaum, 2004, s.99).

Bir kavram olarak “sosyal medya” bilgisayar, internet, akıllı cep telefonu ve diğer teknolojik gelişmeler ile sosyal hayatın tam ortasında yer almaya başlamış ve dolayısıyla da bilimsel araştırmaların konusu haline almıştır. Sosyal medya, bireylerin kendilerini ifade etme biçimlerinin bir aracı olarak düşünüldüğünde etkileri açısından temas etmediği sosyokültürel bir konu başlığı kalmamaktadır. Ekonomik yapıdan, kültürel davranışlara kadar her alanda sosyal medyanın etkileri ele alınabilecek bir konu görünümündedir (Konuk 2019). Babacan’a (2014, s.156) göre toplumsal hareketlerin geleneksel olan ile ilişkisi internet ve sosyal medya araçlarıyla başkalaşmaktadır. “Toplumsal hareketlerin sosyal medya araçlarıyla yaşadığı ilişki sadece amaç dışı manipüle edilmeleri değil, çok sayıda kullanıcısı bulunan sosyal medya araçlarından atomize olmuş ve parçalanmış tepkiler veya karşı duruşların yönsüzlüğü karşısında köklü bir dönüşüme uğramalarıdır.” Yeni iletişim biçimleri veya yeni medya olarak da tanımlanan (Facebook, instagram, twitter) gibi sosyal medya araçları; toplumu ve toplumsal davranışı etkilemekte ve dönüştürmektedir (Konuk 2019, s.793).

Gençler zamanlarının büyük bir bölümünü sosyal medyayı kullanarak geçirmekte ve hayatlarının genelini ve kişilik özelliklerini etkileyebilecek birçok şey okumaktadırlar. Bu yüzden sosyal medyanın gençlerin dünya görüşleri üzerinde çok etkili bir unsur olduğu söylenebilir. Bu ortamın kullanımı eski nesillerden farklı olarak kişiler arası etkileşimi dijital ortama taşımıştır. Devlet kurumları, farklı yapılarıdaki kurumlar, sivil toplum kuruluşları ve hareketleri, özel sektör gurupları ve onların programları, yasal veya yasal olmayan yapılar

sosyal medya üzerinde yer almaktadır. Sayılan bu gurupların hepsi veya daha fazlası gençlere kolaylıkla sosyal medya üzerinde ulaşabilmekte ve dünya görüşlerini etkileyebilmektedir (Gacumo, 2018). 90'lı yıllardan sonra doğan gençler teknolojiyi ve sosyal medyayı hayatlarının bir parçası haline getirmiş durumdadır (Sheldon ve Byrant, 2016). Sosyal medya kullanımı bir şeye ait olma hissi ve olduğunda farklı bir karakter sergileme isteğinden kaynaklanmaktadır. (Nadkarni ve Hofmann 2012) Akıllı telefonun internet ile birlikte kullanımı insan hayatında etkili olmasıyla birlikte, bu alanda birçok araştırma yapılmaya başlanmıştır. Örneğin Gross, Juvonen ve Gable, (2002) ve Hampton ve Wellman, (2001) gibi araştırmacıların yaptıkları çalışmalar gençlerin çoğu zaman internette çevrimiçi olduklarını göstermektedir. Özellikle gençlerde akıllı telefon ve sosyal medya kullanımının yaygınlaşması bu uygulamaların gençlerin üzerindeki olası etkilerini araştırılmasını önemli hale getirmiştir.

Araştırmanın Amacı

Günümüz modern toplumlarında internet, cep telefonu ve bilgisayar gibi bilişim teknolojileri araçlarının yoğun bir şekilde kullanımının insanların düşünme biçimleri üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Özellikle gençlerin yeni teknolojileri kullanma ve onlarla çok zaman geçirmeleri gerçeğinden hareketle; çalışmamızda dijital medyanın gençlerin düşünme biçimleri üzerindeki etkileri incelenmiştir. Gençler ve siyasal katılım konusunda literatür incelendiğinde bu çalışmaların çok büyük bir kısmının üniversite gençliği üzerinde gerçekleştirildiği görülmektedir. Ortaöğretim gençliği üzerine ise yapılan çok fazla çalışma bulunmamaktadır. Yapılan çalışmanın alandaki önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmada ortaöğretim öğrencilerinin güncel konulara ilgilerinin şekillenmesinde, dünya görüşlerinin ortaya çıkmasında dijital medyanın etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca ulaşmak için aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Ortaöğretim öğrencileri güncel konularla ilgili bilgi almak için hangi dijital araçları kullanmaktadırlar?
2. Ortaöğretim öğrencileri beğenerek aktif olarak hangi kişi veya kurumları takip etmektedirler?
3. Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki paylaşımların güvenilirliği hakkındaki görüşleri nedir?
4. Ortaöğretim öğrencilerinin dijital medyanın ekranlarının düşüncelerini etkilemesi konusundaki düşünceleri nedir?

Yöntem

Bu bölümde araştırmanın yöntemi, çalışma grubu, verilerin cinsi ve kaynağı, veri toplama araçları ve araştırmada kullanılan istatistikler verilecektir.

Araştırmanın Modeli

Araştırmada nitel yöntem kullanılmıştır. Ortaöğretim öğrencilerinin dünya görüşlerinin şekillenmesinde sosyal medyanın etkisini belirlenmesi bakımından bir olgu bilim çalışması niteliği taşımaktadır. Nitel veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Nitel çalışmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik durum

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

örnekleme kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Çalışma amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik durum örnekleme kullanılmıştır. Antalya ilindeki üç farklı Anadolu lisesinde öğretmenlerle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu üç Anadolu Lisesi araştırma örnekleme için seçilirken, temel eğitimden ortaöğretime geçişteki öğrenci diploma başarı sıralaması ölçüt olarak alınmıştır. Bu ölçüte göre, ortaöğretime geçişte öğrenci başarıları sonuçlarına göre Antalya il merkezindeki en üst, orta ve alt kategoride yer alan Anadolu Liseleri arasından seçim yapılmıştır. Çalışma bu okullarda öğrenim gören lise öğrencilerinden üç farklı okuldan otuz öğrenciyle yapılmıştır.

Çalışma Grubu

Aşağıda çalışma yapılan öğrenci gurubuna ait demografik bilgiler tablo halinde verilmiştir.

Kod Adı	Sınıf	Yaş	Cinsiyet
Ö16	9	15	Erkek
Ö17	9	15	Erkek
Ö18	9	14	Erkek
Ö19	9	15	Kız
Ö20	9	14	Kız
Ö11	10	16	Kız
Ö13	10	15	Kız
Ö14	10	17	Kız
Ö22	10	16	Erkek
Ö23	10	15	Kız
Ö25	10	16	Erkek
Ö3	10	15	Erkek
Ö10	11	17	Kız
Ö21	11	16	Erkek
Ö24	11	17	Erkek
Ö26	11	17	Kız
Ö27	11	16	Kız
Ö30	11	16	Erkek
Ö7	11	17	Kız
Ö8	11	17	Kız
Ö9	11	17	Erkek
Ö1	12	18	Erkek
Ö12	12	17	Erkek
Ö15	12	18	Erkek
Ö2	12	17	Erkek
Ö28	12	17	Kız
Ö29	12	18	Kız
Ö4	12	18	Kız
Ö5	12	18	Kız
Ö6	12	17	Erkek

Veri Toplama Araçları

Çalışmanın nitel kısmında araştırmacı tarafından geliştirilen görüşme formu kullanılmıştır. Nitel görüşme formunun iç geçerliliğini sağlamak için görüşme formu iki uzmana verilmiş ve incelenmesi sağlanarak forma son şekli verilmiştir. Dört öğretmen ile pilot görüşme yapıldıktan sonra, soruların açık ve anlaşılır olup olmadığının, verilen cevapların

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

sorulan soruların cevaplarını yansıtıp yansıtmadığının belirlenmesi amacıyla, görüşme ses kayıtları, bilgisayar ortamında oluşturulan görüşme döküm formu üzerinde yazılı biçime dönüştürülmüştür. Bir başka uzmandan, dökümleri inceleyerek sorulan soruların açık ve anlaşılır olup olmadığını, ele alınan konuyu kapsayıp kapsamadığını ve gerekli olan bilgileri sağlama olasılığını da düşünerek, kontrol etmesi istenmiştir. Bu çalışmanın sonunda, soru maddelerinin geçerliliği saptanmıştır. Nitel araştırmalarda iç geçerlilik, araştırmacının ölçmek istediği veriyi, kullandığı araç ya da yöntemle gerçekten ölçüp ölçemeyeceğine ilişkindir (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

Verilerin Analizi

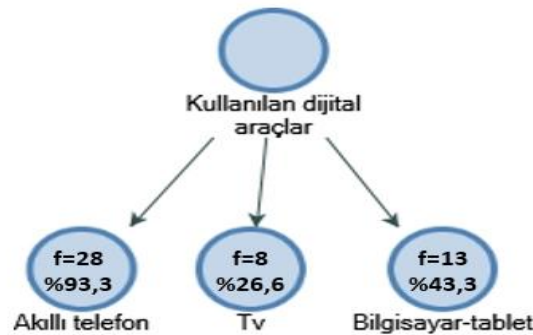
Elde edilen nitel verilerin analizinde, NVIVO 12 nitel araştırma programından yararlanılarak betimsel analiz ve içerik analizi teknikleri birlikte kullanılmıştır. Betimsel analiz aşamasında öncelikle araştırmanın kavramsal çerçevesinden ve araştırma sorularından yola çıkılarak veri analizi için bir çerçeve oluşturulmuştur. Ayrıca görüşmecilerin anlatımlarına doğrudan yer verilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). İçerik analizi ile verilerin altında yatan kavramları ve aralarındaki ilişkileri ortaya çıkarabilmek için görüşme kayıtları dinlenerek satır satır elektronik ortama aktarılmıştır. Elde edilen bu metinler kodlanmış ve kodlar arasındaki ilişkilerden yola çıkarak sınıflandırma yapılmış ve temalar oluşturulmuştur (Creswell, 2017; Günbayı, 2019; Yıldırım ve Şimşek, 2011). Öğrenci görüşleriyle ilgili kodlamalar verilirken, öğrenciyi simgeleyen “Ö” harfi ve sırasını belirten sayı kod verilmiştir. Daha sonra araştırma sonuçlarından yola çıkarak analitik genelleme yapılmıştır (Güler, Halıcıoğlu ve Taşgın, 2013, s.344). Araştırmayla ilgili bilişim teknolojileri alanındaki iki Uzman Kappa katsayısını belirlemek için ayrı ayrı kodlama yapmışlardır. Daha sonra kodlamalar arası uyum gözden geçirilmiş ve .82 ile çok iyi düzeyde bulunmuştur.

Bulgular

Bu bölümde araştırmada elde edilen verilerin analizi sonucu elde edilen bulgular kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır.

1 Güncel konularla ilgili bilgi almak için kullanılan dijital araçlar

Ortaöğretim çağındaki öğrencilerin güncel konularla ilgili bilgi almak için kullandıkları dijital araçlara ilişkin görüşleriyle ilgili elde edilen bulgular aşağıdaki şekilde verilmiştir.



Şekil 1.1 Öğrencilerin Güncel Konularla İlgili Bilgi Almak İçin Kullandıkları Dijital Araçlar

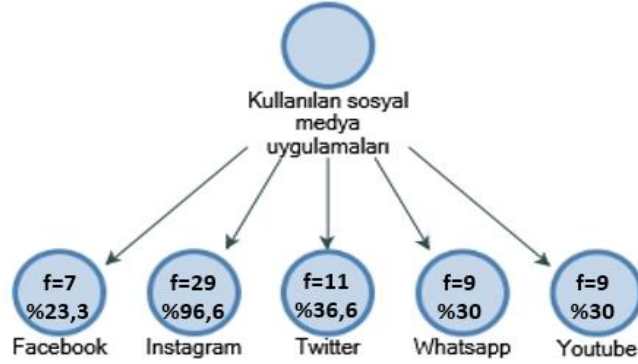
Şekil 1.1 incelendiğinde ortaöğretim çağındaki gençlerin %93,3’ü akıllı telefonu dijital araçlar arasında ilk sırada kullanmaktadır. İkinci sırada %43,3 ile Bilgisayar-tablet ve üçüncü

sırada %26,6 ile Tv yer almaktadır. Katılımcı öğrencilerin bu konudaki görüşüne aşağıda yer verilmiştir:

“Telefon ve bilgisayar ama en çok telefon kullanıyorum” (Ö7).

“Tablet bazen bilgisayarı da kullanıyorum” (Ö12).

Öğrencilerin kullandıkları sosyal medya uygulamalarına şekil aşağıda verilmiştir.



Şekil 1.2 Öğrencilerin kullandıkları sosyal medya uygulamaları

Şekil 1.2 incelendiğinde ortaöğretim çağındaki gençlerin %96,6’sı Instagram’ı sosyal medya uygulamaları arasında ilk sırada kullanmaktadır. İkinci sırada %36,6 değerle Twitter, daha sonra %30’luk değerle Whatsapp ve Youtube, son sırada ise Facebook’u kullanmaktadır. Öğrencilerin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

“Ben instagram ı daha çok kullanıyorum” (Ö4).

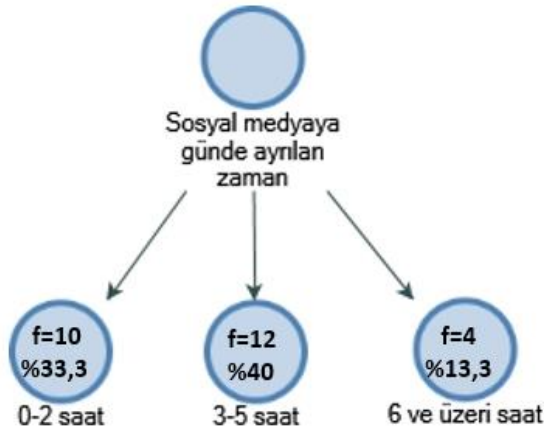
“Twitter’ı kullanıyorum” (Ö7).

“İletişim için whatsapp kullanıyorum” (Ö5).

“Genelde youtube üzerinde tartışma programlarını takip ediyorum” (Ö2).

“Akrabalarımı takip etmek için facebook’u kullanıyorum” (Ö25).

Öğrencilerin sosyal medyaya günde ayırdıkları zamana ait şekil aşağıda verilmiştir.



Şekil 1.3 Öğrencilerin sosyal medyaya günde ayırdıkları zaman

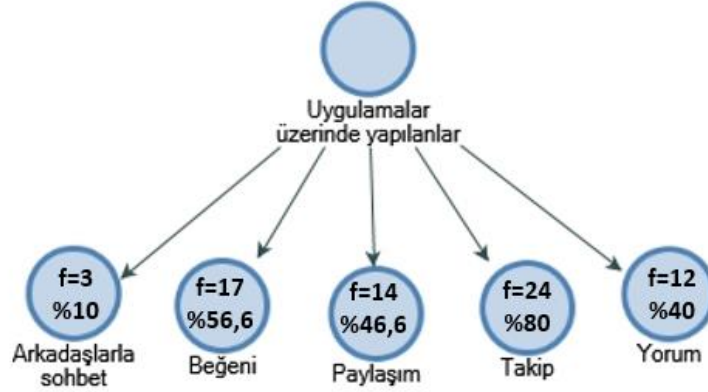
Şekil 1.3. incelendiğinde ortaöğretim çağındaki gençlerin %40’ı sosyal medyaya günde 3-5 saat zaman ayırmaktadır. Daha sonra %33,3’lük değerle 0-2 saat ikinci sırada yer almaktadır. Gençlerin %13,3’ü günde 6 saat ve üzeri sosyal medyada zaman geçirdiklerini ifade etmişlerdir. Konuyla ilgili katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

“Son sınıf olduğum için dersaneye gidiyorum. Bu yüzden genelde yatmadan birkaç saat önce sosyal medyada vakit geçiriyorum. Günde ortalama iki saati buluyordur” (Ö1).

“Kişisel ihtiyaçları dışında sürekli sosyal medya olduğumu söyleyebilirim. Yani ortalama günde dört saat vakit geçiriyorum” (Ö7).

“7/24 benim için kötü bir şey ama uyku ve okul hariç sürekli sosyal medyadayım hiç ders çalışmıyorum. Ortalama 10 saatin üstünde telefonla uğraşıyorum” (Ö11).

Öğrencilerin sosyal medya uygulamaları üzerinden yaptıklarıyla ilgili bulgular aşağıdaki şekilde verilmiştir.



Şekil 1.4 Öğrencilerin sosyal medya uygulamaları üzerinden yaptıkları

Şekil 1.4. incelendiğinde ortaöğretim çağındaki gençlerin %80’lik oranla ilk sırada sosyal medyada takip yaptıklarını ifade etmişlerdir. İkinci sırada %56,6’lık oranla sosyal medyada beğeni yapmaktadırlar. Daha sonra %46,6 oranla paylaşım yapmaktadırlar. Dördüncü sırada %40’lık oranla sosyal medyada yorum yapmaktadırlar. Son sırada %10’luk oranla arkadaşlarıyla sosyal medya üzerinden sohbet ettiklerini söylemişlerdir. Katılımcı öğrencilerin bu konudaki görüşüne aşağıda yer verilmiştir:

“Sosyal medya üzerinden daha çok gündemi ve arkadaşlarımı takip ederim” (Ö30).

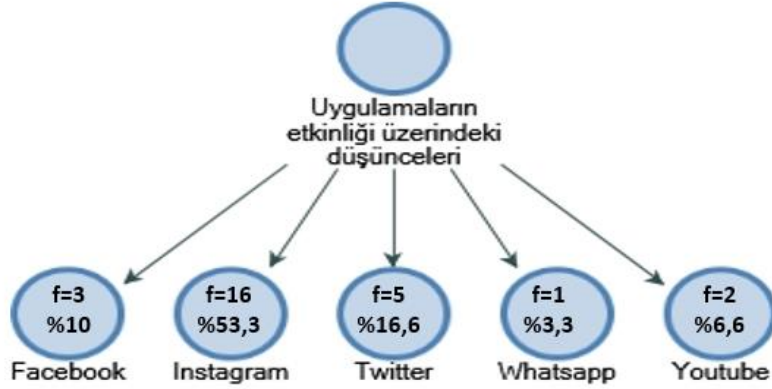
“Çoğunlukla beğeni yaparım” (Ö13).

“Paylaşım yapıyorum. Fotoğraflarımı ve videolarımı paylaşıyorum. Hoşuma giden başka şeyleri de paylaşıyorum” (Ö19).

“En son arkadaşım hikâye atmıştı Van’da çığ altında kalan insanlar olay için ona yorum yapmıştım” (Ö16).

“Arkadaşlarımla sohbet ediyorum” (Ö17).

Öğrencilerin kullandıkları sosyal medya uygulamalarının etkinliği üzerindeki düşünceleri ilgili elde edilen bulgular aşağıdaki şekilde verilmiştir.



Şekil 1.5 Öğrencilerin kullandıkları sosyal medya uygulamalarının etkinliği

Şekil 1.5 incelendiğinde ortaöğretim çağındaki gençlerin %53,3'ü Instagram'ı sosyal medya uygulamaları arasında en etkili uygulama olarak gördüklerini belirtmişlerdir. İkinci sırada %16,6 değerle Twitter, daha sonra %10 luk Facebook'u en etkin uygulama olarak görülmektedir. Dördüncü sırada %6,62 lık değerle Youtube, son sırada ise %3,3'lük değerle Whatsapp yer almaktadır. Öğrencilerin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

“Ben sadece Instagram kullanıyorum. Bu konuda gençler birbirini etkiliyor. Benim yaş gurubum bu etkileşimden olsa gerek daha çok Instagram'ı kullanıyor” (Ö4).

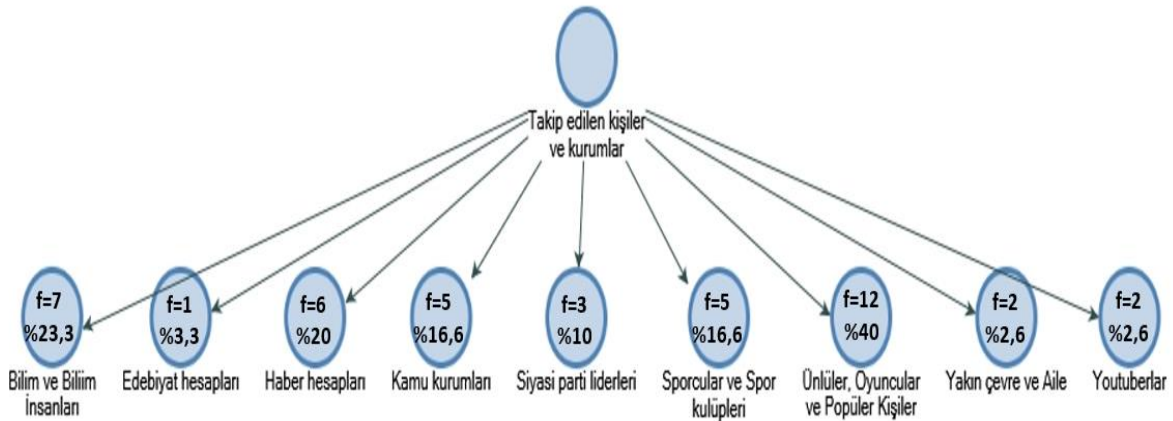
“Twitter haber takibinde etkili olarak kullanıyor diye düşünüyorum” (Ö5).

“Facebook' u sanırım daha ileriki yaşlar kullanıyor. Benim yaş gurubumda doğru dürüst facebook kullanan yok. Facebook daha çok akrabaları takip ediyorum” (Ö17).

“Youtube dışında benim isteklerimi karşılayabilecek bir uygulama olduğunu düşünmüyorum. Diğer sosyal medya uygulamalarını da o yüzden çok fazla kullanmıyorum” (Ö2).

2 Beğenilerek aktif olarak takip edilen kişi veya kurumlar

Öğrencilerin sosyal medyada beğenerek aktif olarak takip ettikleri kişi veya kurumlarla ilgili elde edilen bulgularaşağıda şekil olarak sunulmuştur.



Şekil 2.1 Öğrencilerin sosyal medyada beğenerek aktif olarak takip ettikleri kişi veya kurumlar

Şekil 2.1 incelendiğinde ortaöğretim çağındaki gençlerin %40'ı sosyal medya uygulamaları üzerinden ünlüleri, oyuncularive popüler kişileri ilk sırada takip etmektedir.

İkinci sırada %23,3 oranla bilim ve bilim insanları takip edilmektedir. Daha sonra %20'lik oranla haber hesaplarının takip edildiği görülmektedir. 4. sırada Kamu kurumları ile Spor ve spor kulüpleri %16,6'lık değerle takip edilmektedir. 5. sırada %10'luk değerle siyasi partileri gelmektedir. 6. Sırada Youtuberlar ile Yakın çevre ve Aile %2,6'lık oranla takip edilmektedir. Son sırada %3,3'lük değerle edebiyat hesapları ortaöğretim çağındaki gençler tarafından takip edilmektedir. Katılımcı öğrencilerin bazılarının bu konudaki görüşlerine aşağıda doğrudan atıf yapılarak yer verilmiştir:

“Film ve dizi oyuncularını, müzisyenleri takip ediyorum” (Ö15).

“Youtube da takip ettiğim belli başlı kişiler var. Tıp alanında Oytun ERBAŞ var. Ayrıca İlber ORTAYLI ve Celal ŞENGÖR'ü takip ediyorum” (Ö2).

“Gündemden haberdar olmak için haber kanallarının hesaplarını takip ediyorum. Genel olarak ise bilgi almak için takip ediyorum” (Ö10).

“Türk silahlı kuvvetlerini Twitter üzerinden güncel haberler almak için takip ediyorum Mesela İdlib operasyonu ile ilgili bilgileri buradan alıyorum” (Ö14).

“Genelde NBA'yi ve NBA yıldızlarını takip ediyorum” (Ö21).

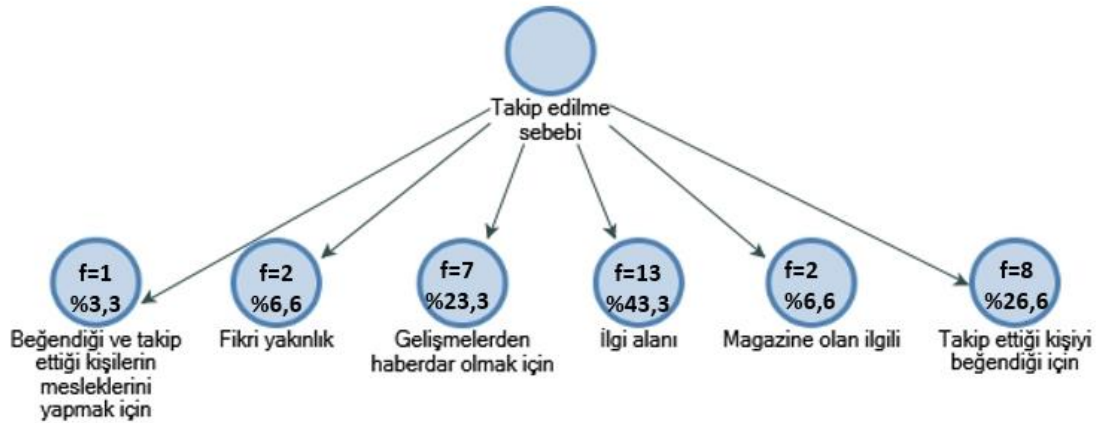
“Ben siyaseti yakından çok yakında takip ediyorum. Farklı partilerin başkanlarını takip ediyorum” (Ö17).

“Barış Özcan kesin bilgileri paylaşıyor. Mesela yerli arabamız (TOOG) ile ilgili olarak tasarımının İtalyanlara ait olduğu iddiasını ondan öğrendim. Ayrıca TESLA'da da Türk tasarımcılarının çalıştığını da anlatmıştı” (Ö18).

“Yakın çevremi ve ailemi takip ediyorum” (Ö12).

“Bana faydalı olduğu için kitap sayfalarını sıklıkla takip ediyorum” (Ö27).

Öğrencilerin sosyal medya hesaplarını takip etme sebebiyle ilgili elde edilen bulgular aşağıda şekil olarak verilmiştir.



Şekil 2.2 Öğrencilerin sosyal medya hesaplarını takip etme sebepleri

Şekil 2.2 incelendiğinde sosyal medya uygulamalarındaki hesapların takip edilme sebeplerinde ilk sırada %43,3'lük oranla ilgi alanı ilk sırada çıkmaktadır. İkinci sırada %26,6'lık değerle takip ettiği kişiyi beğenme durumu yer almaktadır. Daha sonra üçüncü sırada %23,3'lük oranla gelişmelerden haberdar olmak için sosyal medya hesaplarını takip ettikleri ortaöğretim çağındaki gençler tarafından dile getirilmiştir. Dördüncü sırada %6,6'lık değerle fikri yakınlık ve magazine olan ilgi aynı oranda dile getirilmiştir. Son sırada %3,3'lük değerle beğendiği ve takip ettiği kişilerin mesleklerini yapmak için sosyal medya uygulamalarını

kullandıklarını ortaöğretim çağındaki gençler ifade etmişlerdir. Konuyla ilgili katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

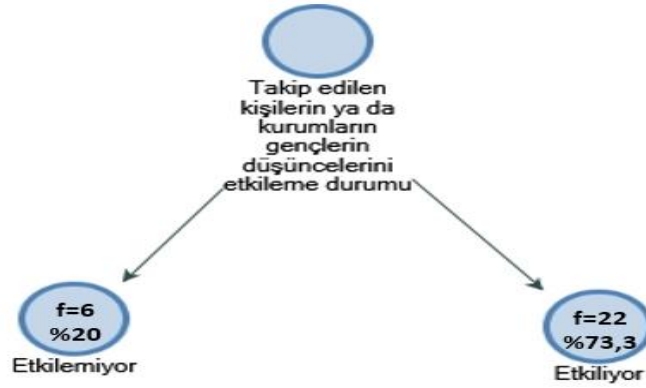
“Teknolojiye ilgim olduğu için teknoloji hesaplarını takip ediyorum. Bir de film izlemeyi sevdiğim için oyuncularını takip ediyorum” (Ö15).

“Yaşadığım şehirle ilgili bilgi sahibi olmak için sosyal medyayı takip ediyorum” (Ö29).

“Kendi siyasi düşünceme yakın insanları takip ediyorum” (Ö1).

“F. Ü.’in kişiliği biraz değişik, dedikoducu falan onun için dikkatimi çekiyor ve onun için takip ediyorum. F.Ü. sosyal medya üzerinden D. A. ile falan kavga ediyor bunlar hoşuma gidiyor.” (Ö11).

“Oyuncu olmak istiyorum ve bu meslekle ilgili bir şeyler öğrenmek istiyorum. Soru cevap etkinlikleri oluyor. Onlara sorular soruyorum cevaplıyorlar. O şekilde bilgi alıyorum” (Ö10). Takip edilen kişilerin ya da kurumların gençlerin düşüncelerini etkileme durumuyla ilgili öğrencilerle yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular aşağıda şekil olarak sunulmuştur.



Şekil 2.3 Takip edilen kişilerin ya da kurumların gençlerin düşüncelerini etkileme durumu

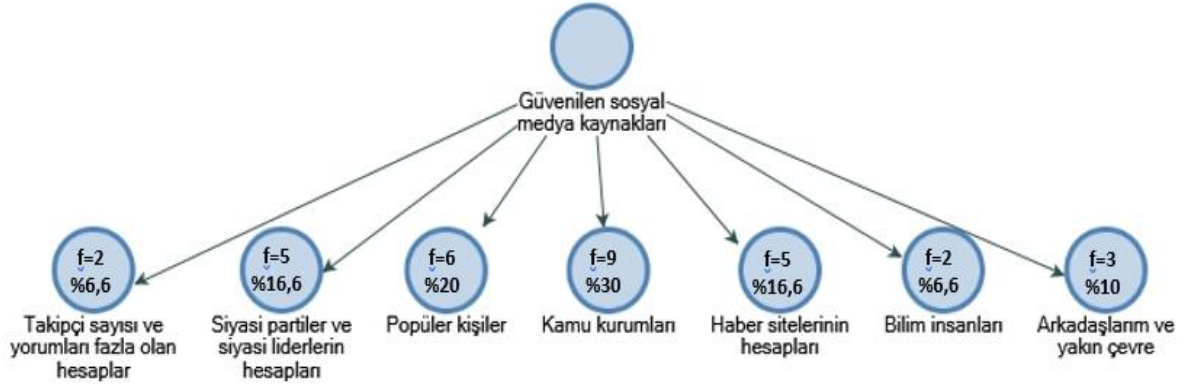
Şekil 2.3. incelendiğinde ortaöğretim dönemindeki öğrencilerin %73,3’ü sosyal medya uygulamalarında takip edilen kişilerin ya da kurumların kendi düşüncelerini etkilediğini ifade ederken, %20’lik bir grupta etkilemediğini ifade etmiştir. Öğrencilerin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

“Takip ettiğim kişilerin paylaşımları beni etkiliyor. Giyim tarzları hoşuma gidiyor. Örneğin bazı ünlülerin salaş ve marjinal bir tarzı var. Bu benim hoşuma gidiyor. Onlara benzemek istiyorum” (Ö19).

“Çok etkilemiyor sonuçta aynı hayatı yaşamıyoruz. Onlar bende yaşça daha büyükler. Onların yaptığı şeyi ben yapmıyorum. Gece gezmeleri oluyor, defileye gidiyorlar. Ben burada öyle şeyler yapmıyorum. Yaşımda küçük zaten” (Ö5).

3 Sosyal medyadaki paylaşımların güvenilirliği hakkındaki görüşler

Öğrencilerin güvendikleri sosyal medya kaynaklarıyla ilgili elde edilen bulgular aşağıdaki şekilde verilmiştir.



Şekil 3.1. Öğrencilerin güvendikleri sosyal medya kaynakları

Şekil 3.1. incelendiğinde güvenilen sosyal medya kaynakları arasında %30'luk oranla kamu kurumlarının hesapları birinci sırada çıkmıştır. Öğrenciler ikinci sırada %20'lik değerle haber sitelerinin hesaplarına güvendiklerini belirtmişlerdir. Üçüncü sırada %16,6'lık oranla bilim insanları ve popüler kişiler aynı oranda yer almaktadır. Dördüncü sırada %10'luk değerle Takipçi sayısı ve yorumları fazla olan hesaplar bulunmaktadır. Güvenilen sosyal medya kaynaklarıyla ilgili son sırada ise %6,6'lık değerle gençlerin arkadaşları ve yakın çevresi ile siyasi partiler ve siyasi liderlerin hesapları aynı oranda gelmektedir. Katılımcı öğrencilerin bazılarının bu konudaki görüşlerine aşağıda doğrudan atıf yapılarak yer verilmiştir:

“Genelde devlet kurumlarına güveniyorum. Sağlıkla ilgili sağlık bakanlığının hesaplarına bakarım. Eğitimle ilgili MEB'in hesaplarına bakarım. Çünkü diğer mecralarda yalan yanlış haberlerle karşılaşabiliyorsunuz” (Ö4).

“Haber sitelerinin hesaplarına, mavi tıklı onaylanmış hesaplara güvenirim” (Ö21).

“Bilim adamlarınca onaylanmış ortaya konmuş bir bilgiye güvenirim” (Ö24).

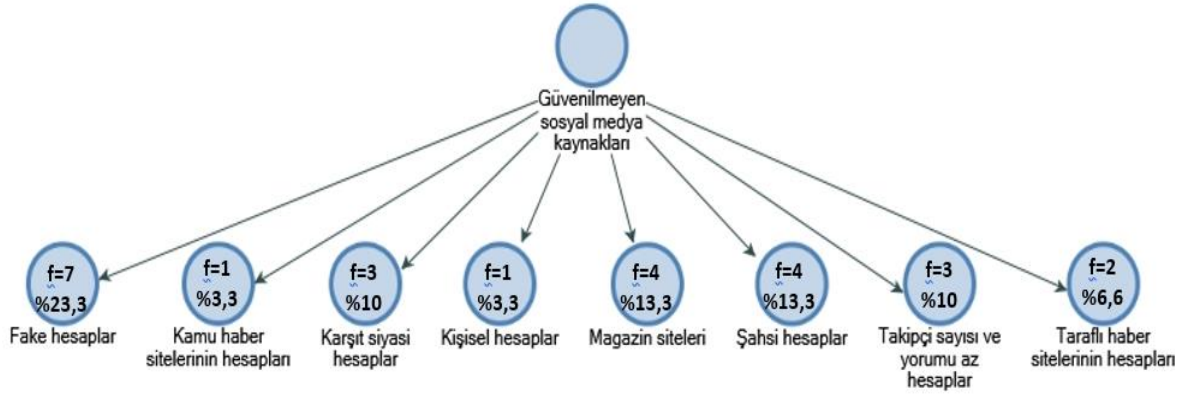
“Magazin kaynaklarını güvenilir buluyorum. Uçankuş sitesinin hesabına inanıyorum” (Ö11).

“Güvenirliğini takipçi sayısına bakarak anlamaya çalışıyorum. Bir ayakkabı veya kıyafet alacaksam. Onun ilk önce takipçi sayısına bakıyorum. Sonra yorumlarına bakıyorum. Yorumlar olumluysa oraya güvenebileceğimi düşünüyorum” (Ö8).

“Kendi düşünceme yakın insanları takip ettiğim için onların paylaşımlarını güvenli buluyorum ya da bana öyle geliyor” (Ö1).

“Arkadaşlarımın paylaşımlarına güvenirim” (Ö3).

Öğrencilerin güvenmedikleri sosyal medya kaynaklarıyla ilgili elde edilen bulgular aşağıdaki şekilde verilmiştir.



Şekil 3.2 Öğrencilerin güvenmedikleri sosyal medya kaynakları

Şekil 3.2. incelendiğinde güvenilmeyen sosyal medya kaynakları arasında %23,3'lük oranla fake hesaplar birinci sırada çıkmıştır. Öğrenciler ikinci sırada %13,3'lük değerle magazin sitelerinin hesaplarına ve şahsi hesaplara aynı oranda güvenmediklerini belirtmişlerdir. Üçüncü sırada %10'luk oranla karşıt siyasi hesaplar ile takipçi sayısı ve yorumu az olan hesaplar aynı oranda yer almaktadır. Dördüncü sırada %6,67'lik değerle tarafli haber sitelerinin hesapları bulunmaktadır. Güvenilmeyen sosyal medya kaynaklarıyla ilgili son sırada ise %3,3'lük değerle kamu haber sitelerinin hesapları ve kişisel hesaplar aynı oranda gelmektedir. Konuyla ilgili katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmiştir. Konuyla ilgili katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

“Bazı hesaplar fake oluyor. Takipçilerinden anlıyorum. Fotoğraflarından anlıyorum. Onlara güvenmiyorum” (Ö11).

“Şahsi hesaplara güvenmiyorum” (Ö12).

“Saçma sapan magazin hesapları var. Televizyonda olduğu gibi sürekli ortaya laf atan hesaplar var. Olmadık şeyleri paylaşıyorlar. Kaydırıp geçiyorum bunları” (Ö5).

“Mesela ben X partisine güvenmiyorum. Instagramdaki paylaşımlara güvenmiyorum” (Ö17).

“X kanallarına güvenmem. Bir partiye yakın yayın yapan hiçbir kanala güvenmem” (Ö12).

“Devletin kanallarına çok fazla güvenmiyorum” (Ö5).

“Kişisel sitelere pek güvenmem” (Ö29).

Öğrencilerin sosyal medyadaki paylaşımların güvenilirliği hakkındaki görüşleriyle ilgili elde edilen bulgular aşağıdaki şekilde verilmiştir.



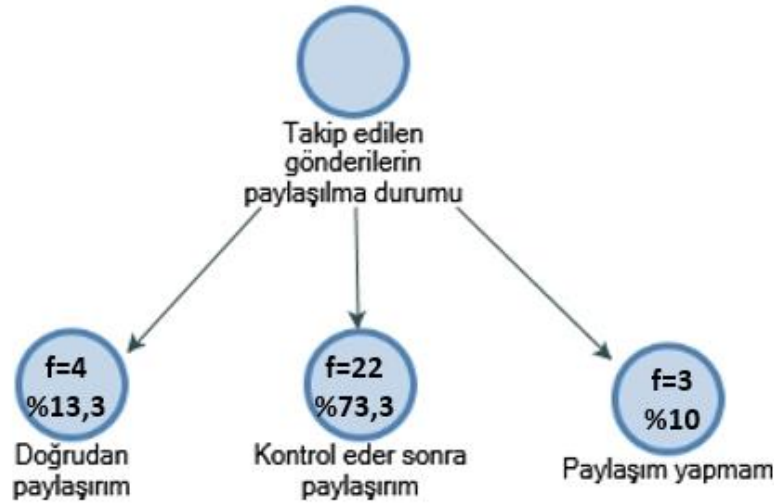
Şekil 3.3 Öğrencilerin sosyal medyadaki paylaşımların güvenilirliği hakkındaki görüşleri

Şekil 3.3. incelendiğinde ortaöğretim dönemindeki öğrencilerin %60'ı sosyal medya ki paylaşımların güvenilmez olduğunu düşünürken, %6,6'lık bir grupta güvenilir olduğunu ifade etmiştir. Öğrencilerin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

“Güvenilir değil. Küçük bir resme herşeyi sığdıramazsın. Sosyal medya üzerinden insanlar aldatılabilir. Paylaşılan resim kadarını görebiliyorsun. Arka planda neler var bilemezsin. Mesela partideymiş gibi bir resim paylaşıyor ama aslında evde oturuyor o anda. Ne yaptığını bilemeyiz” (Ö7).

“Hesabı gizli değilse güvenilir” (Ö23).

Öğrencilerin sosyal medya uygulamaları üzerinden takip ettikleri gönderileri paylaşma durumuyla ilgili elde edilen bulgular aşağıdaki şekilde verilmiştir.



Şekil 3.4. Öğrencilerin sosyal medya uygulamaları üzerinden takip ettikleri gönderileri paylaşma durum

Şekil 3.4. incelendiğinde ortaöğretim çağındaki gençlerin %73,3'ü takip edilen gönderileri kontrol ettik sonra paylaştıkları ifade etmişlerdir. %13,3'lük bir öğrenci grubu kontrol yapmadan doğrudan paylaşım yaptıklarını söylemişlerdir. Gençlerin %10'u paylaşım yapmadıklarını ifade etmişlerdir. Konuyla ilgili katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

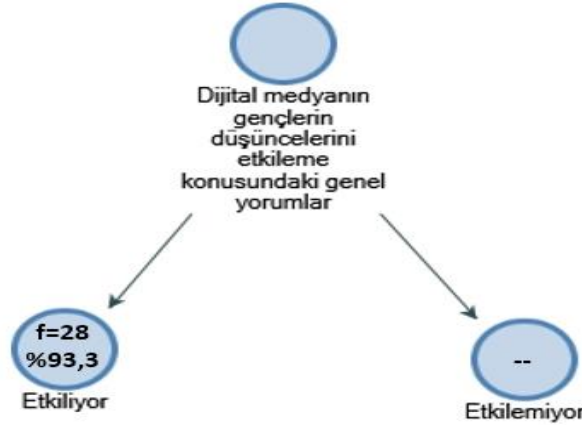
“Bir haberin doğruluğunu teyit etmek için en az dört beş farklı siteye bakıyorum. Elazığ depreminde yarıyıl tatilinin ertelendiği haberini aldığımında birkaç siteden bakarak doğru olduğunu teyit etmişim” (Ö13).

“Çok önemsemiyorum. Paylaşır geçerim” (Ö7).

“Kolay kolay paylaşım yapmam” (Ö16).

4 Dijital medyanın gençlerin düşüncelerini etkileme konusundaki genel yorumlar

Öğrencilerin dijital medyanın gençlerin düşüncelerini etkileme konusundaki genel yorumlarıyla ilgili elde edilen bulgular aşağıdaki şekilde verilmiştir.



Şekil 4 Öğrencilerin dijital medyanın gençlerin düşüncelerini etkileme konusundaki genel yorumları

Şekil 4 incelendiğinde ortaöğretim dönemindeki öğrencilerin %93,3'ü dijital medyanın kendi yaş gurubundaki gençlerin düşüncelerini etkilediğini ifade ederken, konuyla ilgili fikir beyan eden hiçbir öğrenci etkilemediği yönünde yorum yapmamıştır. Öğrencilerin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

“Akranlarım sosyal medyadaki hayatı gerçek hayat sanıyor. Oradaki her şey inanyorlar. Sosyal medyadaki her şey süslü ve renkli ama gerçekte hiçbirinin hayatı öyle değil. Akranlarım takip ettiği kişilerin paylaşımlarından etkileniyor. Örneğin başarılı bir şarkıcı var. Onun giyimini, kuşamını, hayata bakış açısını, şarkı söylemesini davranışlarını her şeylerini taklit ediyorlar” (Ö14).

“Etkilediğini düşünüyorum. Örneğin son zamanlarda ortaya çıkan iki youtuber A. B. ve M. C. adamlar Türk diline daha önce hiç kullanılmayan kelimeler, konuşma biçimleri sokuyorlar. Bunlarda akranlarımın konuşmalarını, düşüncelerini etkiliyor” (Ö18).

“Akranlarım digital ortama çok zaman ayırıyorlar ve burada yazılanlardan paylaşılanlardan etkileniyorlar. Ben etkilenmemeye çalışıyorum ama arkadaş ortamında onların fikirleri beni de ister istemez etkiliyor. Arkadaşlarımın bazıları sosyal medya paylaşımlarını çok abartıyorlar öyle ki utanmasalar tuvaletteki mahrem anlarını bile atacaklar. Arkadaşlarım gündemde olan siyasi tartışmaların çarpıtılarak haberleştirilmesinden etkileniyorlar. Elazığ depreminde Suriye uyruklu bir gencin depremzedelere yardım etmesi çok fazla sosyal medyada gündem olurken Azeri kardeşlerimizin yaptıkları gündeme fazla getirilmedi” (Ö24).

“Bence çok fazla etkiliyor. Sosyal medyada böyle sürekli karamsar bir tayfa var. Onları okuyup görünce depresyona giriyorlar ve bunun gibi paylaşımlar yapıyorlar. Günlük hayatlarını da etkiliyor. Siyasete pek girmek istemiyorum ama benim yaş gurubum bu konuda çok tartışma yapıyor kendi arasında. Mesela siyasi içerikli komik bir post paylaşıyor onun altında kavga oluşuyor. Tartışılan konu hakkında bilgi sahibi olmasa da o post çok beğeni aldığı için ona inanyor. A partisini o konuda suçlayabiliyor bu şekilde. Ben hiç bulaşmıyorum o yüzden bu konulara. Çok saçma buluyorum” (Ö8).

Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmada ortaöğretim öğrencilerinin güncel konularla ilgili bilgi almak için kullandıkları dijital araçlar, sosyal medyada beğenerek aktif olarak takip ettikleri kişi veya kurumlar, sosyal medyadaki paylaşımların güvenilirliği hakkındaki görüşleri ve dijital medyanın

gençlerin düşüncelerini etkileme konusunda ortaöğretim öğrencilerinin genel görüşleri betimsel analiz ve içerik analizi yöntemleriyle ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Araştırma bulgularına göre ortaöğretim çağındaki gençlerin %93,3'ü akıllı telefonu dijital araçlar arasında ilk sırada kullanmaktadır. İkinci sırada %43,3 ile Bilgisayar-tablet ve üçüncü sırada %26,6 ile Tv yer almaktadır. Bu sonuç Onursoy'un (2018, s.1008)'de üniversite gençliği üzerine yaptığı çalışma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Çalışmada bilgiye ulaşmada akıllı telefon kullanımları ön sırada gelmektedir. Gerek duyduklarında, bilgiye aktif olarak ulaşabilen ve bunu sürdürebilen ve bilgiyi değerlendirebilen bir genç kitle söz konusudur. Başka bir deyişle teknolojik araçlara gençlerin adaptasyonu yüksektir. Aynı şekilde Sağır ve Eraslan (2019)'ın araştırmasındaki katılımcıların %81,1'inin sosyal medya uygulamalarını akıllı telefonlar üzerinden ilk sırada, ikinci sırada bilgisayar ve tablet üzerinden kullanmaktadır. Gençlerin akıllı telefonları tercih etmelerinin sebebi kullanım kolaylığıyla açıklanabilir. Kolay ve taşınabilir bir özelliğe sahip olan akıllı telefon, uygulamalarıyla bilgisayarda yapılabilir birçok işlemi yerine getirebilmektedir.

Ortaöğretim çağındaki gençlerin %96,6'sı Instagram'ı sosyal medya uygulamaları arasında ilk sırada kullanmaktadır. İkinci sırada %36,6 değerle Twitter, daha sonra %30'luk değerle Whatsapp ve Youtube, son sırada ise Facebook'u kullanmaktadır. WeAreSocial 2020 Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri incelendiğinde Instagram reklam kitlesinin %65'i 18-34 yaş grubu arasındadır. 35-44 yaş üstü kullanıcı oranı ise %16'dır. Bu durum Facebook'un özellikle gençler arasında eski cazibesini kaybettiği ve Instagram'ın ön plana çıktığı şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca Sheldon ve Bryant 2016 yaptığı çalışmada instagram kullanıcılarının kendini popüler ve havalı (cool) hissettikleri sonucuna ulaşmışlardır. Popülerliğin derecesi de kişinin sahip olduğu takipçi sayısı ile ölçülmektedir. Buna ek olarak yapılan gönderilerle kişinin kendisini karşıdaki insanlara tanıtırken gerçekte olduğu gibi değil, arzu edilen imajı bırakacak şekilde sunmaya imkân verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Ortaöğretim çağındaki gençlerin %40'ı sosyal medyaya günde 3-5 saat zaman ayırmaktadır. Daha sonra %33,3'lük değerle 0-2 saat ikinci sırada yer almaktadır. Gençlerin %13,3'ü günde 6 saat ve üzeri sosyal medyada zaman geçirdiklerini ifade etmişlerdir. Alakuş'un 2019 yılında yaptığı çalışmada katılımcıların %47,5'u günde ortalama 3-4 saatini sosyal medyada geçirdiğini belirtirken %25'i bu sürenin minimum 5 saat olduğunu ifade etmiştir. Günde ortalama iki saatini sosyal medyada geçiren katılımcıların sayısı %20'si iken, yalnızca 45 dakika- 1 saat arası sosyal medyada vakit geçiren katılımcı sayısı %7,5'tur. Ayrıca Sağbaşı, Ballı ve Şen, (2016) her üç gençten birinin günde en az 3 saatini sosyal medyada geçirdiğini ve internete giren gençlerin çok büyük bir kesiminin, sosyal medya kullanıcıları olduklarını ifade etmektedir. Sosyal medya uygulamalarına ayrılan vaktin artması ile gençler kolay bir şekilde dünyanın herhangi bir noktasındaki istedikleri bilgiye ulaşabilmekte, yeni arkadaşlıklar kurup bunları kısa sürede tüketmekte ve bunun sonucunda da sabırsız, çabuk sıkılan, tatmin duygusu olmayan birer yetişkin olmaktadır. Bu durum bir sonraki adımda gençlerin sosyal çevreleriyle bağlarını koparttığına bir göstergesine dönüşmektedir. Gençlerin değer kaymasında sosyal ilişkilerden kopuş önemli bir bağlamdır. İnsani ilişkilerin zayıflaması bir sonraki süreçte sosyal etkileşimlerin kopmasına ve insanlar arasındaki iletişimin fiziksel karşılaşmalarda dahi gerçekleşmemesine neden olmaktadır. Sevgi, saygı, paylaşım vb. gibi birçok değer de bu etkileşimlerde yaşanan kopmalarla anlamlarını kaybetmeye başladığı görülmektedir (Sağır ve Eraslan, 2019).

Ortaöğretim çağındaki gençlerin %80'lik oranı ilk sırada sosyal medyada takip yaptıklarını ifade etmişlerdir. İkinci sırada %56,6'lık oranla sosyal medyada beğeni yapmaktadırlar. Daha sonra %46,6 oranla paylaşım yapmaktadırlar. Dördüncü sırada %40'lık oranla sosyal medyada yorum yapmaktadırlar. Son sırada %10'luk oranla arkadaşlarıyla sosyal

medya üzerinden sohbet ettiklerini söylemişlerdir. Sağır ve Eraslan, 2019 sosyal medya uygulamalarında “takip, beğeni, paylaşım ve yorum” gibi özelliklerden yüksek oranda sayılara ulaşmanın gençlerin için önemli bir durum olduğunu ifade etmiştir. Gençler, sosyal medya hesaplarından içeriklerini paylaştıkça arkadaş çevrelerine ve topluma kendi varlıklarını kanıtlamaktadırlar (Alakuş 2019). Bu durum, beğeni, yorum, paylaşım veya takip sayısı yüksek olan fotoğraflar yada videoların gençlerin gündelik davranışlarını etkilediği şeklinde yorumlanabilir.

Ortaöğretim çağındaki gençlerin %53,3’ü Instagram’ı sosyal medya uygulamaları arasında en etkili uygulama olarak gördüklerini belirtmişlerdir. İkinci sırada %16,6 değerle Twitter, daha sonra %10 luk Facebook’u en etkin uygulama olarak görülmektedir. Dördüncü sırada %6,62 lık değerle Youtube, son sırada ise %3,3’lük değerle Whatsapp yer almaktadır. Bu sonuç Türkoğlu (2018)’nun çalışmasındaki gençlerin sosyal medya uygulaması olarak Instagram etkin bir program olduğunu düşündüklerini bulgusuyla paralellik göstermektedir.

Ortaöğretim çağındaki gençlerin %40’ı sosyal medya uygulamaları üzerinden ünlüleri, oyuncularını ve popüler kişileri ilk sırada takip etmektedir. İkinci sırada %23,3 oranla bilim ve bilim insanları takip edilmektedir. Daha sonra %20’lik oranla haber hesaplarının takip edildiği görülmektedir. 4. sırada Kamu kurumları ile Spor ve spor kulüpleri %16,6’lık değerle takip edilmektedir. 5. sırada %10’luk değerle siyasi partileri gelmektedir. 6. Sırada Youtuberlar ile Yakın çevre ve Aile %2,6’lık oranla takip edilmektedir. Son sırada %3,3’lük değerle edebiyat hesapları ortaöğretim çağındaki gençler tarafından takip edilmektedir. Bu sonuç, Hazar (2011)’ın Gazi Üniversitesinde yaptığı araştırmadaki, katılımcıların yüzde 47,2’sinin sosyal medyayı en çok bilgi edinmek için kullandığı ve yüzde 23 ile haberleşme izlediği bulgusuyla örtüşmektedir. Şener, Emre ve Akyıldız (2015:93-94)’ın yaptıkları çalışmada; katılımcıların sosyal ağlara bağlanmalarının temel amaçlarından birinin gündemi takip etme olarak tespit etmiştir. Kamiloğlu ve Yurttaş (2014:147) tarafından araştırma sonucunda elde edilen sonuçlara göre; öğrencilerin yüzde 70’i ihtiyaç duydukları bilgiyi kendi çabaları ile elde etmektedir. Yani eğitim sisteminden bu bilgiye ulaşamamaktadırlar. Gençler ihtiyaç duydukları bilgiye veya herhangi bir konuda edindikleri bilgilere yüzde 90 oranlarında İnternette ve %70 oranında Facebook’tan ulaşmaktadır. Bu sonuçlarda gençlerin internet ve sosyal medya kullanımıyla güncel haberleri takip, ünlü kişileri, bilim insanları takip vd. takip ettiği sonucuyla örtüşmektedir.

Sosyal medya uygulamalarındaki hesapların takip edilme sebeplerinde ilk sırada %43,3’lük oranla ilgi alanı ilk sırada çıkmaktadır. İkinci sırada %26,6’lık değerle takip ettiği kişiyi beğenme durumu yer almaktadır. Daha sonra üçüncü sırada %23,3’lük oranla gelişmelerden haberdar olmak için sosyal medya hesaplarını takip ettikleri ortaöğretim çağındaki gençler tarafından dile getirilmiştir. Dördüncü sırada %6,6’lık değerle fikri yakınlık ve magazine olan ilgi aynı oranda dile getirilmiştir. Son sırada %3,3’lük değerle beğendiği ve takip ettiği kişilerin mesleklerini yapmak için sosyal medya uygulamalarını kullandıklarını ortaöğretim çağındaki gençler ifade etmişlerdir. Bu sonuç 2013 yılında Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından yapılan Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu’ndaki sosyal medya gençler için gündemi takip etme/gündem yaratma (%51) anlamına geldiği bulgusuyla örtüşmektedir. Benzer şekilde Tarhan (2014)’ın yerel seçimleri öncesi üniversite gençliğinin sosyal medya kullanım motivasyonlarıyla ilgili yaptığı araştırmada; sırasıyla bilgi ve rehberlik arayışı, sosyal kaçış ve eğlence kavramları ortaya çıkmıştır. Yine lise öğrencileri üzerine yapılan başka bir çalışma da; Facebook’u fonksiyonel olarak kullananlar daha çok, komik ve eğlenceli videolar paylaşırken toplumsal olaylara duyarlılık göstermektedirler. Buna karşın gençlerde, duygulara hitap eden konular, dini ve siyasi konular ise daha az talep görmektedir (Kamiloğlu ve Yurttaş 2014:145). Bu sonuçların çalışmamızın sonuçlarıyla büyük oranda örtüştüğü görülmektedir.

Ortaöğretim dönemindeki öğrencilerin %73,3'ü sosyal medya uygulamalarında takip edilen kişilerin ya da kurumların kendi düşüncelerini etkilediğini ifade ederken, %20'lik bir grupta etkilemediğini ifade etmiştir. Kamiloğlu ve Yurttaş (2014:145-148)'ın gerçekleştirdikleri çalışmada Facebook kullanmanın lise öğrencilerinin bilgi edinmesine kattığı değer arasında anlamlı bir ilişki olduğu, lise öğrencilerinin kişisel gelişimine kattığı değer arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Gençlerin hemen hemen yarısı Facebook'ta görüp etkilenerek bir sinemaya ve bir konsere gitmiştir. Ayrıca gençlerin yüzde 30-40 oranında Facebook'ta görüp bir müzik kursuna, spor faaliyetine, bilgisayar, tiyatro ve yabancı dil kursuna katıldığı gözlenmiştir. Daha pek çok sosyal, kültürel ve sanatsal aktiviteden gençler Facebook sayesinde haberdar olmaktadır. Bu sonuçlar da çalışmamızda ortaya çıkan büyük oranda sosyal medya görüşlerini etkiliyor sonucuyla uyumlu olarak görünmektedir. Çağlar ve Asıgbulmuş (2017:108)'un yaptıkları çalışmada sosyal medyayı takip ile sosyal medyanın etkisi faktörü arasında pozitif yönlü yüksek ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. En yüksek ilişkinin bu iki faktör arasında olduğu görülmüştür. Buradan sosyal medyayı takip eden katılımcıların sosyal medyadan genel olarak etkilendiği şeklinde bir yorum yapılabilir. Sosyal medyanın yönlendiriciliği ile sosyal medyayı takip ve sosyal medyanın etkisi faktörleri arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu, sosyal medyanın sosyal medya takipçilerini yönlendirdiği şeklinde yorumlanabilir.

Güvenilen sosyal medya kaynakları arasında %30'luk oranla kamu kurumlarının hesapları birinci sırada çıkmıştır. Öğrenciler ikinci sırada %20'lik değerle haber sitelerinin hesaplarına güvendiklerini belirtmişlerdir. Üçüncü sırada %16,6'lık oranla bilim insanları ve popüler kişiler aynı oranda yer almaktadır. Dördüncü sırada %10'luk değerle takipçi sayısı ve yorumları fazla olan hesaplar bulunmaktadır. Güvenilen sosyal medya kaynaklarıyla ilgili son sırada ise %6,6'lık değerle gençlerin arkadaşları ve yakın çevresi ile siyasi partiler ve siyasi liderlerin hesapları aynı oranda gelmektedir. İnce ve Koçak 2017'in çalışmasında katılımcıların orta düzeye yakın ($x=4.70$) sosyal medyaya güven duydukları sonucuna ulaşmışlardır.

Güvenilmeyen sosyal medya kaynakları arasında %23,3'lük oranla fake (sahte) hesaplar birinci sırada çıkmıştır. Öğrenciler ikinci sırada %13,3'lük değerle magazin sitelerinin hesaplarına ve şahsi hesaplara aynı oranda güvenmediklerini belirtmişlerdir. Üçüncü sırada %10'luk oranla karşıt siyasi hesaplar ile takipçi sayısı ve yorumu az olan hesaplar aynı oranda yer almaktadır. Dördüncü sırada %6,67'lik değerle taraflı haber sitelerinin hesapları bulunmaktadır. Güvenilmeyen sosyal medya kaynaklarıyla ilgili son sırada ise %3,3'lük değerle kamu haber sitelerinin hesapları ve kişisel hesaplar aynı oranda gelmektedir. Gedik ve Çosar (2020)'in yaptıkları araştırmada ortaokul öğrencileri sosyal medyayı zararlı, uygun olmayan içeriğe sahip bir alan, kötü bir ortam ve içi boş bilgilerin insanlara ulaştırıldığı uygulamalar olarak tanımlamıştır.

Ortaöğretim dönemindeki öğrencilerin %60'ı sosyal medya ki paylaşımların güvenilir olmadığını düşünürken, %6,6'lık bir grupta güvenilir olduğunu ifade etmiştir. Gyagri'nin 2016 yılında Gana'da yaptığı çalışmada siyasal bilgilenme bağlamında sosyal medyanın en çok kullanılan iletişim aracı olduğu ancak sosyal medyanın sıklıkla kullanılmasına rağmen siyasal bilgilenme konusunda güvenilir olmadığı ve kullanıcıların bu platformlarda paylaşılan siyasal bilgilere güvenmedikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Yine Jhonson ve Kaye'in (Akt. Bal ve Delal 2019:129) 2019 yılında yaptıkları çalışmada siyasal bilgilenme sürecinde incelenen dokuz geleneksel ve çevrimiçi kaynak arasında sosyal paylaşım siteleri en az güvenilir olarak bulunmuştur. Bu sonuç da sosyal medya uygulamalarının çalışmamızın sonuçlarıyla büyük oranda uyumlu gözükmektedir.

Ortaöğretim çağındaki gençlerin %73,3'ü takip edilen gönderileri kontrol etikten sonra paylaştıkları ifade etmişlerdir. %13,3'lük bir öğrenci grubu kontrol yapmadan doğrudan

paylaşım yaptıklarını söylemişlerdir. Gençlerin %10'u paylaşım yapmadıklarını ifade etmişlerdir. Demircan (2015:1529)'ın yaptığı çalışmada; derinlemesine mülakat yapılan gençlerin aktif birer sosyal medya kullanıcısı oldukları ancak aktif olmalarına rağmen çeşitli nedenlerle çekimser davranarak gerçek düşüncelerini paylaşmama yönünde bir davranış geliştirdikleri tespit edilmiştir. Ertem ve Korhan (2019:230)'ın yaptıkları çalışmada; yüksek sayıda genç yetişkinin sosyal medyada gördükleri dış politika haberlerini doğruluk açısından kontrol ettiğini, ama neredeyse %60'ının bu kontrolü yine internet siteleri ve sosyal medya platformları üzerinden yaptığını ortaya koymaktadır. Onursoy (2018:1008)'un üniversite gençliği üzerine yaptığı çalışmada gençlerin dijital araçları kullanma oranlarının yüksek olduğunu ancak teknolojik bilgiye yine de ulaşamayan, detaylı arama yapamayan, bilgi kaynağını kontrol etmeyen ve bilgiyi doğrulamayan bir azınlık mevcut olduğunu tespit etmiştir. Aynı şekilde katılımcıların yaklaşık dörtte biri de sahte haberi ya da bilgiyi bazen ya da hemen hemen hiç anlamadığını belirtmektedirler.

Ortaöğretim dönemindeki öğrencilerin %93,3'ü dijital medyanın kendi yaş gurubundaki gençlerin düşüncelerini etkilediğini ifade ederken, konuyla ilgili fikir beyan eden hiçbir öğrenci etkilemediği yönünde yorum yapmamıştır. Kamiloğlu ve Yurttaş (2014:146)'ın lise öğrencileri üzerine yaptıkları çalışma sonuçlarına göre; özellikle gençlerin sıklıkla kullandığı İnternet ve sosyal medya ortamları gençlerin yaşam tarzını ve iletişimin biçimini belirlemede olduğu ortaya çıkmıştır. Gacumo (2018) yaptığı çalışmada, sosyal medyaya erişimin kolay olması ve birçok bilgiye bu ortamdan ulaşılabilir olması dolayısı ile ortaöğretim çağındaki gençlerin birçoğu sosyal medya uygulamalarının ekranlarının karar verme süreçlerinde ve düşünce yapıları üzerinde etkili olduğunu görüşünde olduğu sonucunda ulaşmıştır. Çağlar ve Asıgbulmuş'un yaptıkları çalışmada elde edilen bir diğer bulgu; Y kuşağının X kuşağına göre sosyal medyaya daha fazla meyilli olduğudur. X ve Y kuşaklarının sosyal medya kullanım sıklığına bakıldığında; Y kuşağı X kuşağına göre sosyal medyayı daha fazla kullanmaktadır. Bu platformlarda bireylerin arkadaşları ya da siyasal aktörler tarafından paylaşılan siyasi içeriklerden de; Y kuşağının X kuşağına göre daha fazla etkilendiği tespit edilmiştir. Siyasal içerikleri paylaşma konusunda da Y kuşağı X kuşağına göre daha aktiftir. Dolayısıyla sosyal medyayı daha aktif kullanan Y kuşağının X kuşağına oranla siyasal davranış ve tercihlerinde bu mecradan daha fazla etkilenmesi kaçınılmaz olacaktır (Çağlar ve Asıgbulmuş 2017:107-108). Ertem ve Korhan (2019:215)'ın üniversite öğrencileri ile yaptıkları çalışma; Türkiye'deki genç yetişkinlerin yaklaşık %62'sinin dış politikaya dair düşüncelerini oluştururken sosyal medya paylaşımlarından etkilendiğini göstermektedir. Ankete cevap verenlerin en geniş kesimi (%47), sosyal medya paylaşımlarının ülkenin dış politika yapımı üzerinde kısmen de olsa etkili olduğuna, %17'si ise hiç etkili olmadığına inanmaktadır.

Araştırma sonucunda ortaöğretim çağındaki öğrencilerin sosyal medya uygulamalarına ayırdıkları zaman ve bu uygulamalar üzerinde gerçekleştirdikleri eylemler göz önüne alındığında teknoloji bağımlılığı noktasında problemler olduğu söylenebilir. Elde edilen bu bulgular, Yeşilay tarafından hazırlanan 'TBM (Türkiye Bağımlılıkla Mücadele Eğitim Programı)' ve Antalya İl Milli Eğitim Müdürlüğünce hazırlanan "İhmal ve İstismara Karşı Yaşam Becerileri" projesi içerisinde yer alan 'Teknoloji Bağımlılığı ve Sosyal Medya kullanımı' konularıyla benzerlik göstermektedir. Bu uygulamaların içeriğinin genişletilerek ve zenginleştirilerek özellikle ebeveynlere yönelik kısımlarının daha etkin bir şekilde uygulanmasının yararlı olacağı söylenebilir. Bu çalışma Antalya Merkez ilçeleri ile sınırlı nitel bir çalışma olduğu için farklı il ve ilçelerde daha fazla öğrenciye yönelik olarak bu tür çalışmaların yapılmasıyla resmin bütünü görmek daha mümkün olabilecektir. Yeni medya uygulamalarının gençler üzerinde artan etkisi göz önüne alınarak, gençleri anlamak, onların İnternet ve sosyal medya ile ilişkilerini incelemek, onlarla daha etkin ve sağlıklı iletişim kurabilmek için sosyal medya ve internetin gençler üzerinde etkinliğinin derecesini, yönünü ve

ağırlığını belirlenmesinin oldukça önemli olduğu söylenebilir. Bu konuda daha kapsamlı çalışmalara ihtiyaç olduğu sonucuna ulaşılabilir.

Kaynakça

Alakuş, S., (2019). *Sosyal Medyanın Gençlerin Marka Tercihlerine Etkisi: Özel Okul Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Asıgbulmuş, H. (2017), *X ve Y Kuşaklarının Siyasal Davranışında Sosyal Medyanın Etkisi: Gaziosmanpaşa İlçesinde Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.

Aktas, H. (2004). *Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet*, Konya: Tablet Kitabevi.

Babacan, M. E. (2014). “Sosyal Medya Sonrası Yeni Toplumsal Hareketler”. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1): ss. 135-160.

Balcı, Ş. ve Koçak M.C. (2017) “Sosyal medya kullanımı ile yaşam doyumu arasındaki ilişki: üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma”, *1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı* (ss.34-45) <http://acikerisim.ticaret.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11467/1598/M00800.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, (02/01/2020).

Bal, E. ve Delal, Ö., (2019). “Siyasal Bilgilenmede Twitter Kullanımı Üzerine Panoramik Bir Değerlendirme”, *Social Sciences (NWSASOS)*, 14(3):ss.118-132.

Business Directory Online. <http://www.businessdictionary.com/definition/media.html>

Creswell, J.W. ve Clark, P.L. V. (2007). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*, USA: Sage Publications.

Collins English Dictionary (2016). Harper Collins Publishers: New York

Çağlar N. Asıgbulmuş, H. (2017), “X ve Y Kuşaklarının Siyasal Davranışında Sosyal Medyanın Etkisi: Gaziosmanpaşa İlçesinde Bir Araştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(29): ss.85-112.

Demircan B.(2017). “Sosyal Medyanın Politik Bir Aradılığı Sağlama Potansiyeli” *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(5): ss.1522-1532, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijsser/issue/30374/321669r> (E.T. 04/01/2020)

Ertem H.S. ve Korhan S. (2019) “Sosyal Medya ve Dış Politika İlişkisine Yakından Bakmak: Türkiye’de Üniversiteli Genç Yetişkinler Örneği”, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 15(2): ss.215-233.

Filiz, O., Erol, O., Dönmez, F.İ. ve Kurt, A.A. (2014). “BÖTE Bölümü Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçları ile İnternet Bağımlılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 3(2): ss. 28-17.

Gacumo, R. J. (2018) *Rising Social Media Trends and Its Effects On the Opinions and Beliefs On Current Social and Political Issues of Specialized High School Students*. https://www.researchgate.net/publication/335749790_Rising_Social_Media_Trends_and_Its_Effects_On_the_Opinions_and_Beliefs_On_Current_Social_and_Political_Issues_of_Specialized_High_School_Students?channel=doi&linkId=5d790c90a6fdcc9961c0b3f3&showFulltext=true

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

Gedik, H., ve Cosar, H. A. (2020). "Perception of Social Media in Secondary Students", *International Education Studies*, 13(3): ss. 6-17.

Gross, E. F., Juvonen, J. ve Gable, S. L. (2002). "Internet Use and Well-Being in Adolescence", *Journal of Social Issues*, 58(1):ss. 75-90.

Güler, A., Halıcıoğlu, M.B. ve Taşğın, S. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Şeşkin Yayıncılık.

Günbayı, İ. (2019). *Nitel Araştırmada Veri Analizi: Tema Analizi, Betimsel Analiz, İçerik Analizi ve Analitik Genelleme*. Web: <http://www.nirvanasosyal.com/h-392-nitel-arastirmada-veri-analizi-tema-analizi-betimsel-analiz-icerik-analizi-ve-analitik-genelleme.html>, (03/02/2020)

Gyagri, C.Y., (2016). *Social Media As a Platform for Political Information: A Survey of University of Ghana Students*, University of Ghana University of Ghana, <http://ugspace.ug.edu.gh/bitstream/handle/123456789/22824/Social%20Media%20as%20a%20Platform%20for%20Political%20Information%20A%20Survey%20of%20University%20of%20Ghana%20Students%20-%202016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, (01/02/2020)

Hamamcı, E. (2015). *Televizyon ve Sosyal Medya İlişkisi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Hampton, K. ve Wellman, B. (2001). "Long Distance Community in the Network Society Contact and Support Beyond Netville", *American Behavioral Scientist*, 45(3):ss. 476-495.

Hazar, M. (2011). "Sosyal Medya Bağımlılığı- Bir Alan Çalışması", *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (32).

İnce, M. ve Koçak, M. C. (2017). "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği", *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2):ss. 736-749.

Kamiloğlu F. ve Yurttaş Ö.U. (2014) "Sosyal Medyanın Bilgi Edinme ve Kişisel Gelişim Sürecine Katkısı ve Lise Öğrencileri Üzerine Bir Alan Çalışması", *GSÜ İletişim Dergisi* (21): ss.129-150.

Katz, E., ve Lazarsfeld, P. (1955). *Personal Influence*, New York: The Free Press Khan, S. (2013), 'Impact of Social Networking Websites on Students' *Abasyn Journal of Social Sciences*, Vol. 5, No. 2.

Kirschenbaum, A. (2004). "Generic Sources of Disaster Communities: A Social Network Approach, International", *Journal of Sociology and Social Policy*, 24(10/11): ss. 94-129.

Konuk, N. (2019). "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyada Şiddet Kavramına Bakışları", *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 9 (3):ss. 414-431, <https://dergipark.org.tr/en/pub/tojdac/issue/46322/582139>

Lemish, D. (2013), 'Children, adolescents, and media: creating a shared scholarly arena', *Introduction, The Routledge International Handbook of Children, Adolescents and Media*, Routledge, London and New York

Maalouf, A. (2009). *Çivisi Çıkmış Dünya*, Çev: Orçun Türkay, İstanbul: YKY

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

Masthi, N. N. R., Pruthvi, S., ve Mallekavu, P. (2017). “A comparative study on social media addiction between public and private High School students of urban Bengaluru, India”. *Journal of Psychiatry*, 18(2): ss. 206-215.

Mayfield, A. (2008). *What is Social Media? Crossing eBook*. http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf, (01.05.2011).

Nadkarni A ve Hofmann S G (2012) *Why Do People Use Facebook? Personality and Individual Differences*, 52: ss. 243-249, <http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007>

Onursoy S. (2018). “Üniversite Gençliğinin Dijital Okuryazarlık Düzeyleri: Anadolu Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 6(2):ss.989-1013. *Oxford Dictionary and Thesaurus* (2009). OUP: Oxford

Sağbaş, E. A., Ballı, S., ve Şen, F. (2016). “Sosyal Medya ve Gençler Üzerindeki Etkileri”, *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*, ss.153-163.

Sağır, A., ve Eraslan, H. (2019). “Akıllı Telefonların Gençlerin Gündelik Hayatlarına Etkisi: Türkiye’de Üniversite Gençliği Örneği”, *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(17): ss. 48-78.

Sheldon P ve Bryant K (2016). “Instagram: Motives for Its Use and Relationship to Narcissism and Contextual Age”, *Computers in Human Behavior*, 58:ss. 89-97.

Şener G., Emre P.Ö. ve Akyıldız F. (2015). “Türkiye’de Sosyal Medyanın Siyasi Katılıma Etkileri”, *Folklor/Edebiyat Dergisi*, 21(83), ss. 75 – 98.

T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı (2013). *Gençlik ve Sosyal Medya Araştırması*. [Çevrim-içi: <http://www.gsb.gov.tr/HaberDetaylari/1/3816/genclik-ve-spor-bakanligi-turkiyenin-en-kapsamli-sosyal-medya-arastirmasini-yapti.aspx>, (25.07.2015).

Tarhan, A., (2014). “The Role of Social Media to Political Information”, *03 June 2014, 10th International Academic Conference*, Vienna.

Tektaş, N. (2014). “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma”, *Journal of History School (JOHS)*, 7 (17): ss. 851-870.

Türkoğlu, H. S., (2018). “Sosyal Medya Üzerinden Mahremiyet Farkındalığı ve Değişimin Ölçümlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 54:ss. 163-189.

Ünal, S. (2017). “Ağ toplumunun Genç Yurttaşları: Dijital Sosyal Ortamların Siyasal Temelde Kullanımına Yönelik Karşıt Yaklaşımlar”, *International Journal of Human Sciences*, 14(3):ss. 2510-2540.

WeAreSocial 2020, 2020 *Dünya İnternet Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri* <https://dijilopedi.com/2020-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri/>

Yıldırım A., ve Simsek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (8. Baskı), Ankara: Seçkin Yayınevi.

CAPITALISM 5.0: "DIGITAL CAPITALISM" AND ITS POLITICAL ECONOMY IN THE CONTEXT OF THE EVOLUTION OF CAPITALISM

Abdilcelil KOÇ¹

Capitalism, which has a history of over six hundred years, has undergone fundamental transformations and is evolving towards "Digital Capitalism," which is numbered as Capitalism 5.0. The "Political Economy" approach, which has an essential place in economic thought, focuses on understanding and explaining the capital accumulation mechanism in every stage of capitalism. This study aims to consider the mechanisms of capital accumulation from the past to the near future. In particular, the focus of the research is "Digital capitalism," which is expected to mark the near future, and its main components. The two-way importance of this study can be mentioned. The first one is to trace the past, present, and possible near future continuity of the accumulation of capital. The second is; the most critical component of digital capitalism is to raise awareness through the literature by asking questions about what could be the capital accumulation tools in the digital economy, new opportunities that may arise in this field, and possible problem areas. The scope of the study, from the past to the present, forms the main elements of capital accumulation in the four main stages of capitalism. It is also a capital accumulation model that will be created with digital finance applications, which are at the center of the digital economy soon. The prominent concepts in the new model dealt with within the context of digital finance are: "digital and cryptocurrencies," "decentralized finance," "digital institutions, and markets." The study consists of five main sections after the introduction. Each chapter examines the different forms of capitalism in its historical evolution. In these sections, the theoretical description method is used to make use of heterodox social scientists. Especially in the last chapter, some new concepts related to the main components of digital capitalism are discussed and supported by some numerical data. In the conclusion of the study, the characteristic features of digital capitalism in terms of political economy are emphasized.

Keywords: Forms of Capitalism, Political Economy of Digital Capitalism, Capitalism 5.0, Crypto Currencies.

KAPİTALİZM 5.0: KAPİTALİZMİN EVRİMİ BAĞLAMINDA DİJİTAL KAPİTALİZM VE POLİTİK İKTİSADI

Aşağı yukarı altı yüz yıllık bir geçmişe sahip olan kapitalizm, çok önemli dönüşümler geçirerek, Kapitalizm 5.0 olarak numaralandırdığımız "Dijital Kapitalizm"e doğru evrilmektedir. İktisadi düşüncede önemli bir yer tutan "Politik iktisat" yaklaşımı, kapitalizmin her evresindeki sermaye birikim mekanizmasını anlamaya ve açıklamaya odaklanır. Bu

¹Dr. Öğretim Üyesi, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta MYO, acelikoc@gmail.com

çalışmada dört evre şöyle simgelenmiştir: Kapitalizm 1.0, Ticari Kapitalizm; Kapitalizm 2.0, Sanayi Kapitalizmi; Kapitalizm 3.0; Emperyalizm, Kapitalizm 4.0, Finansallaşmış Kapitalizm; Kapitalizm 5.0 ise Dijital Kapitalizmdir.

Bu çalışmanın amacı, geçmişten-yakın geleceğe sermaye birikiminin işleyiş mekanizmalarını ele almaktır. Özellikle çalışmanın odak noktasını, yakın geleceğe damga vurması beklenen “Dijital kapitalizm” ve onun ana bileşenleri oluşturmaktadır. Bu çalışmanın iki yönlü öneminden söz edilebilir. Bunlardan birincisi, sermaye birikiminin geçmişi, bugünü ve olası yakın gelecekteki sürekliliğinin izini sürmesidir. İkincisi ise; dijital kapitalizmin en önemli bileşeni olan dijital ekonomideki sermaye birikim araçlarının neler olabileceği, bu alanda doğabilecek yeni fırsatlar ve olası sorun alanları hakkında sorular sorarak literatür yoluyla farkındalık sağlamaya çalışmaktır. Çalışmanın kapsamını; Geçmişten günümüze kapitalizmin dört ana evresindeki sermaye birikiminin ana unsurları ile yakın gelecekteki dijital kapitalizmin olası sermaye birikim alanları oluşturmaktadır. Bunlar: Sanayi 4.0 olarak adlandırılan dijital üretim, dijital finans, dijital eğitim, dijital sağlık, dijital hukuk ve dijital güvenlik sistemleridir. Dijital finans bağlamında ele alınan yeni modelde öne çıkan kavramlar ise şunlardır: Dijital ve kripto paralar, Merkeziyetsiz finans, Dijital kurumlar ve piyasalardır.

Çalışma girişten sonra beş bölümden oluşmaktadır. Her bir bölümde, kapitalizmin tarihsel evrimindeki farklı formu incelenmektedir. Bu bölümlerde, heterodoks sosyal bilimcilerin çalışmalarından yararlanılarak teorik betimleme yöntemi kullanılmaktadır. Özellikle son bölümde, dijital kapitalizmin ana bileşenleriyle ilgili bazı yeni kavramlar ele alınmakta ve bazı sayısal verilerle desteklenmektedir. Çalışmanın sonuç bölümünde ise, politik iktisat açısından dijital kapitalizmin sermaye birikimine özgü karakteristik özellikleri vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kapitalizmin aşamaları, Dijital Kapitalizmin Ekonomi Politikası, Kapitalizm 5.0, Kripto Paralar.

SIMULATED TRAINING IN DEVELOPING INTERCULTURALLY COMPETENT LEADERS

Mesut AKDERE¹

Abstract

Increased globalization requires employees to develop not just technical competencies in their specific disciplines but also intercultural leadership competence, which includes a range of cognitive, affective, and behavioral skills leading to effective and appropriate communication with culturally different others. To date, Virtual Reality (VR) and Augmented Reality (AR) have demonstrated potential in their effectiveness for achieving technical learning outcomes by providing an immersive, safe learning environment that is both engaging and personalized. Yet, while learning environments such as VR and AR have created significant interest with much promise to revolutionize learning environments, the adoption of these technologies in non-technical areas is limited. Most approaches to teaching non-technical skills such as intercultural knowledge and competence do not leverage these recent educational advancements but still depend heavily on older technologies based on one-way passive learning environments, including videos and web-based platforms. Therefore, interdisciplinary comparative research in leadership development is needed to examine the effectiveness of existing and emerging learning environments (e.g., AR, VR) on cognitive (knowledge), affective (attitudes) and behavioral (skills) aspects of intercultural competence. In addition, we have identified important methodological gaps in the realm of research in leadership development field that require the field to move beyond self-report approaches by utilizing biometric data. The presentation is proposing a research project to assess leadership development in an innovative research design that triangulates data from traditional quantitative pre-post testing with qualitative analysis of learner reflections as well as with data from non-invasive biometric devices.

Keywords: Intercultural competence, leadership development, simulated training, virtual reality.

JEL Codes: M53, P46, Z10

¹ Associate Professor, Purdue University, makdere@purdue.edu

THE APPLICATION TO THE MENTAL TRAINING OF THE CINEMA THERAPY AS AN EXAMPLE OF DIGITALIZATION IN SPORTS

Ersin AFACAN¹

Abstract

Digital sports can be defined as produced, made and evaluated in electronic environment. In this context, digital sports means replacing and transforming all kinds of modern knowledge about sports with scientific and philosophical viewpoints, theories and concepts related to technology. Digital sports, which include more than one sports understanding and technical narrative about sports, question the interaction of sports person with himself and his environment and technology.

Therefore, digital sports are supported by long-term studies that select multiple perspectives in a broad context as in every newly developed perspective on sports. One of these studies is mental training exercises where basic principles of cinema therapy are applied. Sports people who watch movies used in mental training can identify themselves with the heroes in those films, and this has an important effect on the development of the sports identities of those sports people.

Technological innovations have accelerated social change in societies. For example, the computer, which is at the center of digital technology, has also caused changes in mental training activities in the sports field. Computer and projection devices have also started to affect mental mental support styles of mental trainers. Already digital sports can be called computer aided sports, and now every professional club has a computer and a projection device. Because the projection device is perhaps the most effective presentation device. One of the trainings that is done by using technological opportunities in sports is the mental training performed by watching movies or films from the movies or films in line with the principles of cinema therapy, especially for athletes, with the help of computers and projectors.

Keywords: Sports, Digital, Technology, Mental Training

SPORDA DİJİTALLEŞME ÖRNEĞİ OLARAK SİNEMA TERAPİSİNİN MENTAL ANTRENMANA UYGULANMASI

Giriş

Dijital spor; elektronik ortamda üretilen, yapılan ve değerlendirilen spor olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda dijital spor, sporla ilgili her türlü modern bilgiyi, bilimsel ve felsefi bakışı, teknolojiyle ilgili kuramlar ve kavramlarla değiştirmek ve dönüştürmek demektir. Birden fazla spor anlayışını ve sporla ilgili teknik anlatımı içinde barındıran dijital spor, spor insanının kendisi başta olmak üzere çevresiyle ve teknolojiyle olan etkileşimini

¹ Dr., Manisa-Şehzadeler İsmet İnönü Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, mentordersin@hotmail.com

sorgulamaktadır. Dolayısıyla dijital spor, sporla ilgili yeni gelişen her bakış açısında olduğu gibi geniş bir bağlamda ve çoklu bakışı seçen uzun süreli çalışmalarla desteklenmektedir. Bu çalışmalardan biri sinema terapisinin temel ilkelerinin uygulandığı mental antrenman çalışmalarıdır. Bu çalışma bu açıdan önemli iken amaç, sporda dijitalleşme örneği olarak mental antrenman çalışmalarında sinema terapisi konusunu ele almaktır. Veri toplama yöntemi olarak dijital teknoloji, sosyoloji, spor psikolojisi ve psikiyatri gibi farklı alanlardaki kaynaklardan derlenmiş veriler harmanlanmıştır.

Sinema Terapisi

Sanat temelli terapiler kişinin kendisini keşfetmesini, kendisini ifade etmesini ve iyi olma halini desteklemek için sanatın kullanılmasıdır. Böylece sanat aracılığıyla kişinin düşüncelerini ve duygularını toparlamasına ve duygulanımlarını düzenlemesine yardım edilir (Hemmings,2019:136). Terapi sistemleri, hayat hakkında değişik görüşler içerir ve bu görüşler de insan varlığının değişik olanaklarına atıflarda bulunur (Sayar,2012:21). Bu olanaklardan biri de sinema sektörüdür. Sinema, fotoğraftan sonra teknolojik gelişimin bir ürünü olmuştur. Aynı şekilde video da sinemadan sonra teknolojik gelişimin bir ürünü olarak kabul edilmektedir.

Mental Antrenman

Mental (psikolojik beceri) antrenman, özgüven duygusu gibi psikolojik durumlarını düzenlemelerine yardımcı olan ve kaygıyı azaltan rahatlama becerileri gibi psikolojik becerileri öğrenmeleri için sporcuların ve egzersiz yapanların eğitilmesidir. Mental antrenman, spor ve egzersiz psikolojisinin içerisinde yer alan bir uygulama alanıdır. Performans sergileyenler psikolojik durumlarını öğrenilmiş psikolojik becerileri aracılığıyla düzenleyebilirlerse performanslarını arttırabilirler. Çünkü psikolojik durumlar spor ve egzersiz performansını etkileyebilir (Eccles ve Riley,2014:563).

Sinema Terapisinin Mental Antrenmana Uygulanması

Birçok sektörde teknoloji, işleri kolaylaştırmakta ve modernleştirmektedir. Sürekli bir dönüşüm içerisinde olan bilim ve teknoloji sayesinde pek çok sektörde işler çok daha modern ve kolay hale gelmiştir. Küresel bir olgu haline alan ve bu özelliği ile büyük bir ekonomiye sahip olan sporun da teknoloji ile bütünleşmesi normal bir durumdur. (Akgöl,2019:210). Dolayısıyla teknolojik gelişmelerle birlikte kendini sürekli yenileyen mental antrenman, teknik olarak yeni oluşumlara da açık olmaktadır. Çünkü mental antrenörün kullanabildiği teknolojik olanaklar artmaktadır. Bu durum, mental antrenman için malzeme zenginliği demektir. Bu zenginliklerden biri, sinema terapisi denilen uygulamadır. Dijital spor, bilgisayar yardımı ile elektronik ortamda sinema filmlerini kullanarak mental destek ortamı oluşturma konusunda bir anlayışın gelişmesini sağlamıştır.

Sinema terapisi, mental antrenmanda kullanılan bir tekniktir. Sinema filmlerinin veya filmlerden bazı bölümlerin terapi sürecinde bir teknik olarak kullanmasına sinema terapi yani film terapisi denilmektedir. Bu uygulamada mental antrenör, spor insanının ve takımın durumuna uygun olan filmi veya bir filmden ilgili bölümü seçer ve bu filmin seyredilmesini ister. Spor insanı, filmi seyrettikten sonra film hakkında aldığı notlar ve dikkatini çeken sahneler üzerinden gidilerek spor insanında sorun yaratan davranış, duygu ve düşünceler konuşulur. Burada amaç, film yardımı ile spor insanının problemine farklı bakış açıları getirebilmektedir. Örneğin Türk futbol tarihinin efsanevi oyuncularından Metin Oktay'ın

hayatının anlatıldığı 1965 yapımı Taçsız Kral filmi ile bir futbolcuya veya futbol takımına mental antrenman programı içerisinde bir teknik olarak sinema terapisi uygulanabilir. Başka bir örnek, Thelma ve Louise adlı filmin uçurum sahnesidir. Bu sahne aracılığı ile motivasyon konusu sporculara anlatılır. Bir diğer örnek ise Benjamin Button'ın Tuhaf Hikâyesi adlı filmde yer alan kader sahnesidir. Bu sahne ise takım olmak konusu işlenirken sporculara seyrettilir.

Sonuç

Sporda teknolojik olanaklar hızla değişmekte ve gelişmektedir. Bunun sayesinde elektronik ortamda ve elektronik araçlarla eğitim yapılabilmektedir. Bu araçlar arasında olarak masa üstü bilgisayar, yazıcı, tarayıcı, projeksiyon cihazı, akıllı telefon, laptop da denilen taşınabilir bilgisayar, simülasyon için gözlük ve polar saat gibi giyilebilir ölçüm cihazını sayabiliriz. Bu araçlar sayesinde yapılan eğitim etkinliğinin değerlendirilmesi de daha kolay olmaktadır. Ayrıca yapılan değerlendirmelerin dijital ortamda kayıtları tutulmaktadır. Bunların hepsi spor için analitik bir değerdir. Çünkü dijital spor, teknolojinin sınırlarını zorlayıp spora yeni bakış açıları kazandırmaktadır.

Sporda teknolojik olanaklar kullanılarak yapılan eğitimlerden biri, bilgisayar ve projeksiyon cihazı yardımıyla sporcular başta olmak üzere spor insanlarına sinema terapisinin ilkeleri doğrultusunda film veya filmlerden sahneler seyrettirmek suretiyle yapılan mental antrenmanlardır. Mental antrenmanlarda da kullanılan filmleri seyreden spor insanları o filmlerdeki kahramanlarla kendilerini özdeşleştirebilir ve bu durum o spor insanlarının sportif kimliklerinin gelişimi için önemli bir etkide bulunur.

Anahtar Kelimeler: Spor, Dijital, Teknoloji, Mental Antrenman

Kaynakça

- Hemmings, J. (2019). *Psikoloji Nasıl Çalışır?*, (Çev.) Abdullah Yılmaz. Alfa Yayınları.
- Sayar, K. (2012). *Terapi: Kültürel bir eleştiri*. Timaş Yayınları.
- Eccles, D. W., ve Riley, K. (2014). “Psychological skills training”, *Encyclopedia of Sport and Exercise Psychology*, 2: ss. 563-565.
- Akgöl, O. “Spor Endüstrisi ve Dijitalleşme: Türkiye'deki Espor Yapılanması Üzerine Bir İnceleme”, *TRT Akademi*, 4(8): ss: 206-224.

THE FICTION OF HEROINE IN DIGITAL PLATFORMS: THE ANALYSIS OF SERIES ‘ATIYE (THE GIFT)’ THROUGH A FEMINIST PERSPECTIVE

Didem DENİZ ANAMUR¹, Sevcan KARCI²

1 Introduction

The fiction of heroine in the series *Atiye*, the second Turkish origin series of Netflix, becoming an important daily routine practice increasingly in recent years was analyzed through a feminist perspective in this study. As the digital era keeps changing our lives rapidly, Netflix, which is a popular entertainment tool recently and its impact have become a topic of academic studies all over the world. On the contrary to conventional TV series, those series of which the whole season is broadcast at the same time and are binge-watched by the audience are remarkable in terms of rich variety structure and mentioned platform gives tremendous messages in terms of gender as well. Gender codes are a fact which is built in the collective memory discursively. Therefore, they are dependent on memory transmitters. Netflix has turned into a new memory transmitter which fictionalizes the collective memory. The woman who has sometimes been accused of being a sorcerer and has sometimes been dignified as a healer in the primeval Turkish narratives confronts us as a healer of a primeval culture in the series *Atiye*.

This study aims to analyze the first season of the series *Atiye*, which was broadcast on 27th December 2019 and was the most watched series of Netflix Turkey, through a feminist perspective. How different femininities are fictionalized in the series *Atiye* and how patriarchal ideology reflects on the discourse are the principal questions of this study. The method was determined as feminist film review.

2 Netflix Impact

According to Wikipedia, Netflix has 158 million paid subscribers whereas it has more than 1.500.000 paid subscribers in Turkey by 2019 (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Netflix>). Netflix, whose broadcasts can also be watched through different websites, provides the opportunity of watching all episodes at the same time on the contrary to other platforms of the sector. Many analysts define audiences' watching three or more episodes consecutively as binge-watching. This situation has created a new discourse on the transformation of TV in media studies. According to this discourse, increasing power dynamics and narrative interaction between media producers and consumers make active consumption more powerful than passive consumption (McCormick, 2016: 101).

¹Phd.Lecturer, Uşak University, Communication Faculty, Department of Journalism, didem.deniz@usak.edu.tr

²Phd.Research Assistant, Uşak University, FEAS, Department of Public Administration, sevcan.karci@usak.edu.tr

Although Netflix shows are in different variety, there are also films and series which break gender codes³. While different sexual identities are presented in daily lives in many series, more academic studies have been made on this topic as well. Buccifero (2019) made a study which emphasizes that Netflix has changed men and women's relation with TV watching whereas Painter and Ferrucci (2016) presented an article analyzing how female journalists are represented by focusing on the series *House of Cards*. Similarly, there have been studies about body, gender and sexuality codes based on the series such as *You*⁴, *Orange is the New Black*⁵, *Altered Carbon*⁶. It is thought that those studies on Netflix will go on in the future. Those studies about Netflix, in one sense, is an indicator which shows that this platform also makes productions which are away from conventional codes, patriarchal and heterosexual systems. How those productions of Netflix will affect the change in society is a situation which will be observed more clearly in the future.

3 Feminist Film Review

According to Hollinger'e (2012: 7), feminist film theory started in the 1970s parallel to the development of film theory as an academic discipline. Feminist theory is based on the structure focusing on what the relationship between theory and practice should include by questioning whether feminist theory should dedicate itself to reveal the functioning of mainstream films or analyze and promote alternative feminist film studies.

While Ögüt (2009: 204) said feminist film review had a structure of criticizing patriarchy through semiotics and psychoanalytical method and showing how social gender differences are coded in the beginnings, he later on emphasized that this understanding gave its place to a course where some concepts such as masculinity, sexuality, ethnicity, homosexuality and queer are discussed.

Özdemir (2018:135) expressed that “ the body related, sound-related, place-related representations of female characters, discourses of film narratives, cinematographic conventions, the components forming the narratives like cinematic language of narratives are the elements which are included into feminist film reviews during making analyses.”

4 Research ve Findings

4.1 Aim, Content ve Method

This study aims to analyze the series *Atiye*, the second Turkish origin internet series of Netflix, Does the series present the woman as a subject? Does it reproduce the gender roles? How is the representation of the body fictionalized in the series? What are the points where gender codes are broken in the series? Based on those questions, the study consist of analyses

³ Moreover, Netflix and UN Women (United Nations Gender Equality and Women's Empowerment Unit) attempted to draw attention to gender equality by preparing a special collection called “Because She Watched” for 8th March International Women's Day “Because She Watched” . For further information <https://www.newsweek.com/netflix-international-womens-day-collection-1490518> (01.03.2020)

⁴ Bates, M. (2019). “From Desire to Obsession: Gender and Bodies in the Netflix Series ‘ YOU’” *Spring Showcase for Research and Creative Inquiry*. 10. https://digitalcommons.longwood.edu/rci_spring/10 (28.02.2020)

⁵ Zottola, A. (2018). “Orange Is the New Black. Popularizing gender and sexual identities” *Status Quaestionis*, 15: 111-134 <https://doi.org/10.13133/2239-1983/14573>

⁶ Kobus, A., & Muniowski, L. (2020). *Sex, death, and resurrection in altered carbon: Essays on the netflix series*, (Eds.). Kobus, A., & Muniowski, L., North Carolina: McFarland.

of all 8 episodes of the first season which was broadcast on 27th December 2019 through a feminist perspective in this study.

4.2 Findings

In the series, 5 female characters are in the foreground. Those are Atiye (acted by Beren Saat and has no permanent job), Cansu (acted by Melisa Şenolsun and a stylist who has her own workshop), Serap (acted by Başak Köklükaya. No specific information about her job but it is thought that she does not work), Zühre (acted by Meral Çetinkaya and she is a healer), Hannah (acted by Hazal Türesan and she is a research assistant in the department of archaeology).

Based on the primary questions of the analysis, there have come out of some themes. In the series, “Who are you, Atiye?” is repeated very often. Regarding that question, it is possible to define Atiye’s discovering herself as the building of subject. Although feminist film review suggests that mainstream films usually objectify woman, this situation proceeds a little bit differently in this series. As an audience, we are pulled into the question of who Atiye is. Atiye rediscovers herself and locates herself as the subject through her confrontations, her reconciliation sequences with her past and herself.

The second theme in the series is the transformation of patriarchal gender codes through a modern language. While sexual lives of women, their appearances outside and also in public spaces, their point of views towards marriage differ from conventional codes, it is remarkable that Atiye and Cansu make free decisions and act independently.

The third theme in the series is the adventure story which emerges with the fact that Atiye finds herself as the subject. It is striking that she can see the secrets of the person she touches, she solves the problems with those visions and she creates fractions in time. Likewise, Zühre’s being considered as a healer and folk heroine and gratitude of the people whom she has helped might be accepted as the indicator of women’s rising in social life.

It is also possible to suggest that the TV series reproduces conventional gender codes in some points. Erhan, a character who is a lecturer and an archaeologist, is seen in every episode and he controls the events with Atiye. Another point is that the value given to a regular job, wealth, a powerful husband and marriage by the characters Atiye and Serap, Cansu’s mother, is uttered throughout the whole season. In the same way, the dialogues of “prince charming” between Cansu and Atiye show that gendered stereotype is used also in those series. There are also some scenes in which peeping a female body is reflected in the series.

5 Result

The series Atiye, though not a feminist film in terms of feminist film review, is fictionalized on a plot where gender codes are transformed, women characters come into prominence through heroine stories, women come into existence in public space, sexuality is not considered as a taboo and a woman discovers her own deepness to find herself.

In spite of those points, the series also includes ordinary features of classical mainstream media. The male characters are strong, rational and in the stereotype of alpha male. The love stories between the main characters are presented in a classical way. In some scenes, female body is commodified, and those scenes are fictionalized in order to give visual pleasure to the audience.

As a result, the series, based on women's historical struggle in Anatolia and different legends, confronts us as a rare sample in terms of creating a heroine although it includes some constraints when analyzed through a feminist perspective.

Keywords: Netflix, Women, Gender, Feminism, Internet Series

JEL Codes: B54, J12, J16

DİJİTAL PLATFORMLARDA KADIN KAHRAMAN KURGUSU: ATIYE DİZİSİNİN FEMİNİST BAKIŞ AÇISIYLA ANALİZİ

1 Giriş

Bu çalışmada, Türkiye’de son yıllarda giderek artan şekilde önemli bir gündelik hayat pratiğine dönüşen Netflix’in ikinci Türk menşeli dizisi Atiye’nin kadın kahraman kurgusu feminist bakış açısıyla değerlendirilmiştir. Dijital çağ hayatımızı hızlıca değiştirmeye devam ederken son yılların popüler eğlence aracı olan Netflix ve onun yarattığı etki tüm dünyada akademik çalışmaların konusu haline gelmiştir. Geleneksel TV dizilerinin aksine belirli aralıklarda yayınlanmak yerine tüm sezonun aynı anda yayına sunulduğu ve izleyicinin “tıkınırcasına” tükettiği diziler, yapısal anlamda zengin çeşitliliğiyle dikkat çekerken bahsi geçen dijital platform toplumsal cinsiyet açısından da oldukça ses getiren mesajlar vermektedir. Toplumsal cinsiyet kodları söylemsel olarak toplumsal hafızada inşa edilen bir olgudur. Bu nedenle de hafıza aktarıcılara bağımlıdır. Netflix, toplumsal hafızayı kurgulayan yeni bir hafıza aktarıcısına dönüşmüştür. Kadim Türk halk anlatılarında yer alan ve bazen büyücülükle suçlanan, bazense şifacılıkla yüceltilen kadın, Atiye dizisinde kadim bir kültürün şifacı unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışma 27 Aralık 2019 tarihinde yayımlanan ve Netflix Türkiye’nin 2019’un en çok izlenen dizisi olan Atiye’nin ilk sezonunu feminist bir bakış açısıyla değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Farklı kadınlıkların Atiye dizisinde nasıl kurgulandığı, ataerkil ideolojinin söyleme nasıl yansıdığı, bu çalışmanın başat sorularıdır. Yöntem feminist film eleştirisi olarak belirlenmiştir.

2 Netflix Etkisi

Wikipedia’ya göre 2019 itibarıyla Netflix’in dünya çapında 158 milyon, Türkiye’de ise 1.500.000’den fazla ücretli abonesi bulunmaktadır. (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Netflix>). Aynı zamanda farklı web sitelerinden de yayınlarının izlenebildiği Netflix, sektörün diğer platformlarının aksine dizilerin bölümlerini aynı anda izleme olanağı sunmaktadır. Birçok analist izleyicilerin arka arkaya üç veya daha fazla bölüm izlemesini “tıkınır” gibi izlemek olarak tanımlamaktadır. Bu durum, medya çalışmalarındaki TV’nin dönüşümü üzerine yeni bir söylem yaratmıştır. Bu söyleme göre medya üreticileri ve tüketicileri arasındaki yükselen güç dinamikleri ve anlatı etkileşimi pasif tüketime karşı aktif tüketimi daha güçlü kılmaktadır (McCormick,2016: 101).

Netflix yapımları farklı çeşitliliklere sahip olmakla birlikte toplumsal cinsiyet kodlarını kıran film ve diziler de üretmektedir⁷. Birçok dizide farklı cinsel kimlikler gündelik hayat

⁷Bunun yanı sıra Netflix ve Un Women (Birleşmiş Milletler Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Kadının Güçlendirilmesi Birimi), 8 Mart Dünya Kadınları Günü için “Because She Watched” (Çünkü O İzledi) başlığını

içerisinde sunulurken bu konu hakkındaki akademik çalışmalar da artmıştır. Buccifero (2019) Netflix'in kadınlarla erkeklerin televizyon izleme ile olan ilişkilerini değiştirdiğini vurgulayan bir çalışma yaparken Painter ve Ferrucci (2016) House of Cards dizisi örneği üzerinden kadın gazetecilerin nasıl temsil edildiğini analiz eden bir makale sunmuştur. Yine benzer şekilde You⁸, Orange is the New Black⁹, Altered Carbon¹⁰ gibi diziler üzerinden de beden, toplumsal cinsiyet ve cinsiyet kodları üzerine çalışmalar yapılmıştır. Netflix üzerine yapılan bu çalışmaların ileriki dönemlerde de devam edeceği düşünülmektedir. Netflix üzerinde yapılan bu çalışmalar bir anlamda bu platformun ataerkil, heteroseksüel sistemin dışında gelenekselleşmiş kodlardan uzak yapımlara imza attığının da bir göstergesidir. Netflix'in bu yapımlarının toplumun değişmesinde nasıl bir etki göstereceği ise gelecekte daha net gözlemlenecek bir durumdur.

3 Feminist Film Eleştirisi

Hollinger'e (2012: 7) göre feminist film teorisi, film teorisinin akademik bir disiplin olarak gelişimine paralel olarak 1970lerde başlamıştır. Feminist teori kendisini ana akım filmlerin işleyişini açığa çıkarmaya mı, yoksa alternatif feminist filmlerin çalışmalarını analiz etmeye ve teşvik etmeye mi adanmış sorusu üzerinden teorik ve pratik arasındaki ilişkinin neleri içermesi gerektiğine odaklanan bir yapıya sahiptir.

Öğüt (2009: 204) feminist film eleştirisinin başlarda göstergebilim ve psikanalitik yöntemle ataerkilliği eleştiren ve toplumsal cinsiyet farklılıklarının nasıl kodlandığını gösteren bir yapıya sahip olduğunu söylerken daha sonraları bu anlayışın yerini erillik, cinsellik, etnik köken, eşcinsellik ve queer gibi kavramların tartışıldığı bir mecraya bıraktığına vurgu yapmıştır.

Feminist film teorisi “kadın karakterlerin; beden temsilleri, ses ile bağlantılı temsilleri, mekândaki temsilleri, film anlatısının söylemleri, sinematografik uyuşmalar, anlatının sinematik dili gibi anlatıyı oluşturan öğeler feminist film eleştirilerinin inceleme yaparken analizlerinde yer verdikleri öğelerdir” (Özdemir, 2018: 135).

4 Araştırma ve Bulgular

4.1 Amaç, Kapsam ve Yöntem

Bu çalışma, Netflix'in ikinci Türk orijinal internet dizisi Atiye'nin feminist film eleştirisi bakış açısıyla analiz edilmesini amaçlamaktadır. Dizi kadını özne olarak sunmakta mıdır? Dizi toplumsal cinsiyet kodlarını yeniden üretmekte midir? Dizide bedenin temsili nasıl kurgulanmıştır? Dizide toplumsal cinsiyet kodlarının kırıldığı noktalar nelerdir? sorularından hareket eden araştırma 27 Aralık 2019 tarihinde 8 bölümden oluşan ilk sezonunun bütün bölümlerinin analizinden oluşmaktadır.

taşıyan özel bir koleksiyon hazırlayarak toplumsal cinsiyet eşitliğine dikkat çekmeye çalışmıştır. Ayrıntılı bilgi için bkz. <https://www.newsweek.com/netflix-international-womens-day-collection-1490518> (01.03.2020)

⁸ Bates, M. (2019). “From Desire to Obsession: Gender and Bodies in the Netflix Series ‘YOU’” *Spring Showcase for Research and Creative Inquiry*. 10. https://digitalcommons.longwood.edu/rci_spring/10 (28.02.2020)

⁹ Zottola, A. (2018). “Orange Is the New Black. Popularizing gender and sexual identities” *Status Quaestionis*, 15: 111-134 <https://doi.org/10.13133/2239-1983/14573>

¹⁰ Kobus, A., & Muniowski, L. (2020). *Sex, death, and resurrection in altered carbon: Essays on the netflix series*, (Eds.). Kobus, A., & Muniowski, L., North Carolina: McFarland.

4.2 Bulgular

Dizide 5 kadın karakter ön plana çıkmaktadır. Bunlar; Atiye (Beren Saat'in canlandığı karakter ressamdır ve sabit bir işi yoktur), Cansu (Melisa Şenolsun'un canlandığı bu karakter kendi atölyesi olan bir stilisttir), Serap (Başak Köklükaya'nın canlandığı bu karakterin iş hayatı ile ilgili bilgi bulunmamakla birlikte çalışmadığı düşünülmektedir), Zühre (Meral Çetinkaya'nın canlandığı bu karakter şifacı olarak gösterilmektedir), Hannah (Hazal Türesan'ın canlandığı bu karakter Arkeoloji alanında görev yapan bir araştırma görevlisidir)

Araştırmanın temel sorularından hareketle bazı temalar ortaya çıkmaktadır. Dizide “sen kimsin Atiye?” sıklıkla dile getirilen bir sorudur. Bu soruya karşılık Atiye'nin kendini keşfetmesini öznenin inşası olarak nitelendirmek mümkündür. Feminist film eleştirisi anaakım filmlerde kadının genellikle nesneleştirildiğini söylese de Atiye dizisinde durum biraz farklı ilerlemektedir. İzleyici olarak bizler Atiye'nin kim olduğu sorusunun içine çekiliriz. Onun yüzleşmeleri, geçmişi ve kendi ile barışma sekanslarıyla Atiye kendini keşfetmekte ve kendini özne olarak konumlandırmaktadır.

Dizideki ikinci tema ataerkil cinsiyet kodlarının modern bir dille dönüşüme uğramasıdır. Dizideki kadınların cinsel yaşamları, kadınların dizi içerisinde daha çok dışarıda ve kamusal alanlardaki mekanlardaki görünüşleri, evliliğe bakış açıları geleneksel kodlardan farklılaşırken Atiye'nin ve Cansu'nun bağımsız kararlar verebilmesi, özgürce hareket edebilmeleri dikkat çekicidir.

Dizide ortaya çıkan üçüncü tema, Atiye'nin özne olarak kendini bulması ile karşımıza çıkan kahramanlık hikâyesidir. Dokunduğu kişinin sırlarını görebilmesi ve bununla sorunları çözmesi, zamanda kırılmalar yaratması dikkat çekicidir. Aynı şekilde Zühre'nin de bir halk kahramanı olarak şifacı olarak nitelendirilmesi ve yardım ettiği insanların minnettarlıkla ona dönüşü kadınların toplumsal hayat içerisinde yükselişinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Atiye dizisinin bazı noktalarda geleneksel cinsiyet kodlarını yeniden ürettiğini söylemek de mümkündür. Öğretim üyesi bir arkeolog olarak karşımıza çıkan Erhan karakteri, dizinin her bölümünde kendini göstermekte ve Atiye ile olaylara hâkim olmaktadır. Başka bir nokta ise Atiye ve Cansu'nun annesi rolünü ile karşımıza çıkan Serap karakterinin düzenli iş, zengin ve güçlü eş ve evliliğe verdiği değer tüm sezon boyunca dile getirilmesidir. Aynı şekilde Cansu ve Atiye arasında geçen “beyaz atlı prens” diyalogları da cinsiyetçi stereotipin bu tür dizilerde de kullanıldığını göstermektedir. Dizide ayrıca kadın bedeninin dikizleme kültürü ile kameraya yansıtıldığı sahneler de mevcuttur.

5 Sonuç

Atiye dizisi, feminist film eleştirisi açısından feminist bir film olmamakla birlikte toplumsal cinsiyet kodlarının dönüşüme uğradığı, kadın kahramanlık öyküleri ile kadın karakterlerin ön plana çıktığı, kadınların kamusal alanda var olduğu, cinselliğin tabu olmaktan çıkarıldığı, kadının kendini bulma yolunda kendi derinliklerini keşfettiği bir öykü üzerine kuruludur.

Dizi buna rağmen klasik anaakım medyanın sıradan özelliklerini de içinde barındırmaktadır. Erkek karakterler güçlü, rasyonel ve alfa erkek stereotipi ile karşımıza çıkmaktadır. Dizide başrolde olan kadın ve erkekler arasında aşk hikâyeleri klasik bir dille sunulmuştur. Kadın vücudu dizinin bazı sahnelerinde metalaştırılmış ve izleyiciye görsel zevk verme amacı ile kurgulanmıştır.

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

Sonuç olarak kadının Anadolu topraklarındaki tarihsel mücadelesine ve farklı efsanelere değinen dizi, feminist bakış açısı ile değerlendirildiğinde bazı noktalarda sıkıntılar içerse de kadın kahraman yaratması açısından alanın nadir örneklerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Netflix, Kadın, Toplumsal Cinsiyet, Feminizm, İnternet Dizileri.

JEL Kodları: B54, J12, J16

References

- Netflix, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Netflix>, (05.03.2020)
- Bates, M. (2019). “From Desire to Obsession: Gender and Bodies in the Netflix Series ‘YOU’” *Spring Showcase for Research and Creative Inquiry*, 10. https://digitalcommons.longwood.edu/rci_spring/10 (28.02.2020)
- Bucciferro C. (2019). “Women and Netflix: disrupting traditional boundaries between television and film”, *Feminist Media Studies*, 19-7: 1053-1056, DOI: 10.1080/14680777.2019.1667076
- Hollinger, K. (2012). *Feminist Film Studies*, New York: Routledge.
- <https://www.newsweek.com/netflix-international-womens-day-collection-1490518> (01.03.2020)
- Kobus, A., ve Muniowski, L. (2020). “Sex, death and resurrection in altered carbon: Essays on the netflix series”, (Ed.). Kobus, A., ve Muniowski, L., North Carolina: McFarland.
- Öğüt, H. (2009). “Kadın Filmleri ve Feminist Karşı Sinema”, *Cogito*, 58: ss.202-217
- Özdemir, B. G. (2018). “Şimdiki Zaman: Kadın Karakterlerin Film Mekânlarındaki Temsilinin Feminist Film Eleştirisi Çerçevesinde İncelenmesi”, *Sinecine: Sinema Araştırmaları Dergisi*, 9(2): ss.131-164.
- Painter C. ve Ferrucci P. (2017). “Gender Games”, *Journalism Practice*, 11(4): ss. 493-508, DOI: 10.1080/17512786.2015.1133251
- Zottola, A. (2018). “Orange Is the New Black. Popularizing gender and sexual identities”, *Status Quaestionis*, 15: ss.111-134. <https://doi.org/10.13133/2239-1983/14573>
- “Atiye”, Netflix Dizisi, Yayınlanma Tarihi 27 Aralık 2019, 8 Bölüm

DÖRDÜNCÜ SANAYİ DEVRİMİ (ENDÜSTRİ 4.0) VE İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ¹

Altan BAŞARAN²

Abstract

The Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0) refers to the value chains where the devices are in communication with each other in smart factories. It is stated that smart factories, autonomous decisions are made in virtual environments, which are copies of the physical world, and there will be systems operating under the control of computers in the physical environment. It is seen that the Fourth Industrial Revolution will make radical changes in the working life as well. Technological developments will cause many jobs to disappear. However, it will cause its unexpected new works to emerge today. Human resources management will play a key role in ensuring that employees adapt to changing conditions and the adaptation of organizations to the industry 4.0 process.

Keywords: Fourth Industrial Revolution, Human Resource Management, Industry 4.0

JEL Kodları: O14, O15, J24

İlk sanayi devrimi demiryollarının inşası ve buhar makinesinin devreye girmesiyle mekanik üretime öncülük ettiği bilinmektedir. 20. yüzyıl başlarında ivme kazanan ikinci sanayi devrimi elektriğin ve montaj hattının sağladığı destekle seri üretimi mümkün kılmıştır. Üçüncü sanayi devrimi ise 1960’larda başlamıştır. Yarı iletkenlerin, ana bilgisayarların, kişisel bilgisayarların ve internetin katalizörlüğünde geliştiği için bu dönem bilgisayar devrimi ya da dijital devrim olarak adlandırılmıştır (Schwab, 2017, s. 16). 2011 yılında Almanya’da Hannover Fuarında ilk kez gündeme gelen “Endüstri 4.0” kavramıyla yeni bir sanayi devriminin içerisinde bulunduğu belirtilmektedir. Alman Ulusal Bilim ve Mühendislik Akademisi (Acatech) 2013 yılında yayınladığı raporla birlikte Dördüncü Sanayi Devrimi kuramsal çerçeveye oturtulmuştur (Acatech, 2013).

Dördüncü Sanayi Devrimi (Endüstri 4.0) organizasyonların teknolojiye dayalı üretim süreçlerinde, “akıllı fabrikalarda” cihazların birbirleriyle iletişim halinde olduğu değer zincirlerini ifade etmektedir. Geleceğin akıllı fabrikaları, fiziksel dünyanın kopyası olan sanal ortamlarda âdemi merkezi kararların otonom olarak alındığı ve fiziksel ortamda bilgisayarlar kontrolünde uygulamaya geçilen yapılar olacağı düşünülmektedir. Akıllı fabrika kavramında, fiziksel nesnelere dijital ortama dâhil edilmesi için eklenen çiplerle bilgi ağına sürekli olarak veri aktarımı sağlanmaktadır. Bunun sonucunda üretim sistemi dikey olarak organizasyon süreçleri ile yatay olarak da yaratılan değer zinciri ile bütünleşmektedir. Bu gelişmeler mal ve

¹ Bu çalışma Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde Prof. Dr. Neslihan OKAKIN danışmanlığında yürütülen “Proje Bazlı Örgütlerde İnsan Kaynakları Yönetimi” başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

² Arş. Gör., Marmara Üniversitesi İktisat Fakültesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü altan.basaran@marmara.edu.tr

hizmet üretimi arasındaki ayrımı giderek azaltmaktadır. Endüstriyel üretim ve hizmet üretimi özellikle “nesnelerin interneti” ile yeni bir yapıya evrilmektedir. Diğer ifadeyle, birbirinde ayrılmaz yeni bir ürün/hizmet birleşimi ortaya çıkmaktadır (Smit, Kreutzer, Moller, & Carlberg, 2016, s. 21).

Teknolojik gelişimin doğası gereği işgücü piyasası açısından da bazı riskleri içermektedir. Teknolojik yenilik, toplumu refaha taşıyabilir fakat başlattığı yıkım süreci, kendilerini işsiz bulacak eski teknolojilerle çalışanların geçimini tehlikeye atmaktadır (Acemoğlu & Robinson, 2012, s. 183). Teknolojinin körüklediği bozulma ve otomasyon, emeği sermayeyle ikame edip işçileri işsiz kalmaya ya da becerilerini başka yerde değerlendirmeye zorlayacaktır. Böylece, yıkıcı bir etkinin şiddeti artacaktır. Önümüzdeki yıllarda mevcut işlerin yarıya yakınının otomasyon ile gerçekleşeceği bunun sonucunda işsizlik riskinin artacağı ifade edilmektedir (ILO, 2019, s. 19). Bu yıkıcı etkiye aynı zamanda geliştirici bir etki eşlik etmektedir. Yeni ürün ve hizmetlere olan talep artarak yeni mesleklerin, işlerin, hatta sektörlerin ortaya çıkacağı tahmin edilmektedir (Schwab, 2017, s. 45).

Dördüncü Sanayi Devrimi teknolojik yeniliklerin üretime uygulanmasının çok ötesinde, inovasyon sürecinin günümüzdeki organizasyon yapılarını ve ekonomik sistemi değiştirdiği ve bu değişimin hızla yayıldığı görülmektedir. Örneğin Goodwin’in (2015) ifadesine göre “*Dünyanın en büyük taksi şirketi UBER’in hiç aracı bulunmamakta, Facebook dünyanın en popüler medya şirketi hiçbir içerik yaratmamakta, Alibaba en değerli perakendeci ama hiç stoğu yok ve dünyanın en büyük konaklama şirketi olan Airbnb’nin hiç gayrimenkulü yoktur*”. Skype en büyük telefon şirketlerinden biridir, ancak telekomünikasyon altyapısı bulunmamaktadır. Bitcoin dünyanın en değerli para birimidir, ama hiçbir banka ve ülkeye gerek duymamaktadır ve fiziksel bir para değildir.

Hızla çoğalan platform şirketler çamaşır yıkamadan alışverişe, ev işlerinden araba park etmeye, konaklamadan uzun mesafe yolculukları paylaşmaya kadar bir dizi yeni hizmet sunmaktadır. Ortak bir yanları vardır: Arz ile talebi erişilmesi çok kolay ve düşük maliyetli bir şekilde eşleştirerek, tüketicilere çok çeşitli ürünler sunarak ve her iki tarafa etkileşim ve geribildirimde bulunma olanağı vererek bu platformlar güven yaratmaktadır. Bu sayede daha az yararlanılan varlıkların kullanımının mümkün hale geleceği belirtilmektedir. Daha önce kendilerini tedarikçi (örneğin otomobillerindeki bir koltuğun, evlerindeki boş bir yatağın, bir perakendeci ile imalatçı arasındaki ticari bağlantının, ev onarımı ya da idari görevler gibi bir hizmeti sunmak için gerekli zaman ve becerinin tedarikçisi) olarak düşünmemiş insanlara ait varlıklar kullanıma dâhil olabilmektedir (Schwab, 2017, s. 29).

Dördüncü Sanayi Devriminin çalışma hayatında da köklü değişimler yapacağı görülmektedir. İşletmeler, sendikalar ve uluslararası kuruluşlar (OECD, 2019; ILO, 2019), “çalışmanın geleceği” konusunda faaliyetler yürütmekte ve tahminlerde bulunmaktadır. İnsan kaynakları yönetimi ise bu arayışın odak noktasında bulunmaktadır. İnsan kaynaklarının yaşanan bu değişim ve dönüşüm sürecinde teknolojik olanaklardan yararlanarak yapısal bir değişim geçireceği öne sürülmektedir. Organizasyonlar açısından bu değişimin ne şekilde olacağı önem taşımaktadır.

Mevcut tahminler işgücünün, yapısal ve teknolojik gereksinimlere göre sektörel olarak yeniden dağılımının gerçekleşeceği ve değişim sürecinde ise dijital yetkinlikler, sorun çözme ve insan-makine etkileşimi gibi temel gereksinimleri karşılayan yapıların önemi artacağı belirtilmektedir. İnsan kaynakları stratejileri hem işgücünün hem de organizasyonların dijital dönüşümünün kilit unsurunu oluşturmaktadır (Sorko, Rabel, & Richter, 2016, s. 38). Buradan hareketle, teknolojik ilerlemeleri geçmiş yüzyılın anlayışı ve kurumlarıyla yönetmeye çabalamak, Dördüncü sanayi devrimin yarattığı yıkıcı etkiye maruz bırakabilecektir (Albright, 2017). Sonuç olarak insan kaynakları yönetiminin dijital dönüşümde, organizasyonların

kurumsal stratejilerinin oluşturulmasında ve geliştirilmesinde belirleyici olacağı düşünülmektedir.

Organizasyonlar, varlıklarını sürdürmek için dijital/teknolojik trendleri yakalama çabasındadırlar. Bu açıdan insan kaynakları birimleri değişimin ve uyumun kaynağı olan işgücünün yönetimi açısından önem taşımaktadır. İnsan kaynakları yönetimi de bu nedenle değişen şartlara, yeni ihtiyaçlara göre farklı işlevler üstlenmesi gerekebilecektir (Deloitte, 2019, s. 78):

- Teknolojinin organizasyona entegrasyonu
- Yeni çalışan kuşağına uygun çalışma ve yönetim ilkelerinin oluşturulması
- Veri kaynaklarının geliştirilmesi ve büyük veri analizi
- İşgücünün sürekli eğitimi ve yetenek yönetimi
- Artan rekabet ortamında işgücü hareketliliğinin sağlanması

Endüstri 4.0 çağında organizasyonlar varlıklarını sürdürmeye devam edeceklerdir ancak üretim sürecinde *karanlık fabrikaların* yaygınlaşması, hizmetler sektöründe *yapay zekâ* uygulamalarının artması gibi yeni teknolojik gelişmeler işgücünün ve insan kaynakları birimlerinin geleceği için belirsizlik yaratacağı tahmin edilmektedir.

Kaynakça

- Acatech. (2013). *Recommendations for Implementing the Strategic Initiative Industrie 4.0*. Frankfurt: Acatech.
- Acemoğlu , D., ve Robinson, J. A. (2012). *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*. London: Profile Books.
- Albright, M. K. (2017, Haziran 29). *We Need 21st Century Responses*, <https://medium.com/dfrlab/we-need-21st-century-responses-6b7eed6750a4>, (2 Temmuz 2017)
- Deloitte. (2019). *2019 Deloitte Global Human Capital Trends*. Deloitte.
- Goodwin, T. (2015, 03 03). *The Battle Is For The Customer Interface*. www.techcrunch.com: <https://techcrunch.com/2015/03/03/in-the-age-of-disintermediation-the-battle-is-all-for-the-customer-interface/> adresinden alındı
- ILO. (2019). *Daha Aydınlik Bir Gelecek İçin Çalışmak - Çalışma Yaşamının Geleceği Küresel Komisyonu*. Cenevre: ILO.
- Mngxati, V., ve Haas, J. (2019). *Unlocking Digital Value For Business & Society*. Accenture.com.
- OECD. (2019). *OECD Employment Outlook 2019: The Future of Work.*. Paris: OECD Publishing. doi:<https://doi.org/10.1787/9ee00155-en>
- Schwab, K. (2017). *Dördüncü Sanayi Devrimi*. İstanbul: Optimist .
- Smit, J., Kreutzer, S., Moller, C., ve Carlberg, M. (2016). *Industry 4.0*. (M. Uriarte, Dü.) European Union.
- Sorko, S. R., Rabel, B., ve Richter, H. M. (2016). "The Future Of Employment - Challenges In Human Resources Through Digitalization", *Scientific Proceedings I International Scientific Conference "Industry 4.0"* , (ss. 38-41).

A MODEL SUGGESTION FOR EXAMINING THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL LEARNING, PRODUCT INNOVATION AND FIRM PERFORMANCE

Betül Ayşe ÇETİN¹, Serdar BOZKURT²

Abstract

Organizations must adapt to the changes to survive and gain competitive advantage in the digitalized world. Organizations must create innovative products or services with high added value compared to their competitors in the face of intense competition and constantly changing consumer needs. One of the main tools for this is to enable the organization to learn.

There are many scientific studies in the literature that emphasize the key role of learning and innovation in ensuring organizations' competitive advantage. Learning ability allows organizations to recognize and adapt to market changes faster (Teece, Pisano & Shuen, 1997). Innovation, on the other hand, is the whole product, process, method development and application studies that create added value by differentiating firms from their competitors (Baregheh, Rowley & Sambrook, 2009). Organizational learning is considered one of the steps of innovation.

Since accessing information with the digital age is an action that everyone can take, it is to be able to absorb, interpret, manage and direct the information that will make a difference. Businesses with organizational learning ability can catch this difference. Organizational learning supports the management of information with the knowledge of the organization and the innovation studies carried out as a result of blending new information. As a result of organizational learning, firm performance can be expected to increase. Firm performance is defined as the output from management, economy and marketing activities, which give the structural and procedural components of the organization competitive advantage, efficiency and effectiveness (Taouab and Issor, 2019).

In this study, a model proposal for the relationship between organizational learning, product innovation and firm performance is presented. With this research, it is aimed to raise awareness about the relationship of organizations, their ability to learn and innovate with firm performance. Thus, ways to improve their learning and innovation features can be explained.

Keywords: Organizational learning, innovation, firm performance, model development

¹ MSc Student, Yildiz Technical University Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration, betulaysegoren@gmail.com (corresponding author)

² Doç. Dr., Yildiz Technical University Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration, serdarbozkurt34@gmail.com

ORGANİZASYONEL ÖĞRENME, ÜRÜN İNOVASYONU VE FİRMA PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR MODEL ÖNERİSİ

Özet

Dijitalleşen dünyada organizasyonların varlıklarını devam ettirebilmeleri ve rekabet avantajı elde edebilmeleri için değişimlere adapte olmaları şarttır. Yoğun rekabet ortamında ve sürekli değişen tüketici gereksinimleri karşısında organizasyonlar rakiplerine kıyasla yüksek katma değer değerli inovatif ürün ya da hizmetler ortaya koymak zorundadırlar. Bunun da temel araçlarından biri organizasyonun bir bütün olarak öğrenmesini sağlayabilmektir.

Organizasyonların rekabet üstünlüğü sağlamasında öğrenmenin ve inovasyonun anahtar rolünü vurgulayan pek çok bilimsel çalışma literatürde mevcuttur. Öğrenme yeteneği, organizasyonların pazardaki değişimleri daha hızlı fark edip uyum sağlayabilmelerine olanak tanımaktadır (Teece, Pisano ve Shuen, 1997). İnovasyon ise, firmaların rakiplerinden farklılaşarak katma değer oluşturan ürün, süreç, yöntem geliştirme ve uygulama çalışmalarının tamamıdır (Baregheh, Rowley ve Sambrook, 2009). Organizasyonel öğrenme inovasyonun basamaklarından biri olarak kabul edilmektedir.

Dijital çağla birlikte bilgiye ulaşabilmek herkesin yapabildiği bir eylem olduğundan, fark yaratacak olan bilgiyi özümseyip yorumlayabilmek, yönetebilmek ve yönlendirebilmektir. Bu farkı organizasyonel öğrenme yeteneği gelişmiş işletmeler yakalayabilmektedirler. Organizasyonun bilgi birikimiyle, yeni bilginin harmanlanması sonucunda gerçekleştirilen inovasyon çalışmalarına organizasyonel öğrenme, bilginin yönetimi konusunda destek olmaktadır. Organizasyonel öğrenme sonucunda ise firma performansının artması beklenebilir. Firma performansı, organizasyonun yapısal ve prosedürel bileşenlerine rekabet avantajı, verimlilik ve etkililik özelliklerini kazandıran yönetim, ekonomi ve pazarlama faaliyetlerinden elde edilen çıktı olarak tanımlanmaktadır (Taouab ve Issor, 2019).

Bu çalışmada organizasyonel öğrenme, ürün inovasyonu ve firma performansı arasındaki ilişkiye yönelik bir model önerisi sunulmaktadır. Bu araştırmayla organizasyonların, öğrenme ve inovasyon yapabilme yeteneklerinin, firma performansıyla ilişkisi konusunda farkındalık oluşturulması amaçlanmaktadır. Böylelikle öğrenme ve inovasyonel özelliklerini geliştirmelerinin yolları açıklanabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Organizasyonel öğrenme, inovasyon, firma performansı, model geliştirme

Kaynakça

Teece D. J., Pisano G. and Shuen A. (1997). “Dynamic Capabilities and Strategic Management”, *Strategic Management Journal*, 18(7): pp. 509-533.

Baregheh A., Rowley J. and Sambrook S. (2009). “Towards a Multidisciplinary Definition of Innovation”, *Management Decision*, 47(8): pp. 1323-1339.

Taouab, Omar, Issor, Zineb. (2019). “Firm Performance: Definition and Measurement Models”, *European Scientific Journal*. ESJ. 15(1), 93.

THE ROLE OF THE DIGITAL FOOTPRINT IN STRUGGLE WITH SHADOW ECONOMY ACTIVITIES¹

Dilek GÜMÜŞ², Mustafa YILDIRAN³

Abstract

Digital platforms which come across with the rapidly developing and changing technology, carry people's behaviors and preferences from physical environments to digital environments. The main factor in increasing the size of informal economic activities is the existence of digital economic activities. The fact that the economic activities carried out through digital platforms continue to grow by exceeding their borders day by day and that a fully resolved struggle method does not exist yet, poses a major global problem.

Continuous recording of digital information in real time shows the digital traces left by individuals, in fact, a recorded data history for each activity carried out within the scope of the digital economy. Digital tracks are generally used to measure the informal economy. The current legislation of the countries is aimed at economic events and activities taking place under physical conditions. These regulations are insufficient with the economic activities carried from the physical environment to the digital environment.

The aim of this study is with the rapidly developing technology; It is to explain that it is possible to follow the informal economic activities, which arise due to the fact that physical transactions are made through digital platforms, through digital footprints. It can be concluded that when the countries such as India and Estonia are taken as a precedent, the fight against the informal economy on a global scale can be transferred to the registered economy through digital traces. However, it is possible to say that as long as consciousness about informality is not sufficiently established in the society, it cannot be fully achieved in the fight against the informal economy.

Keywords: Digital Footprint, Shadow Economy, Digital Economy,

DİJİTAL AYAK İZİNİN KAYIT DIŞI EKONOMİK FAALİYETLER İLE MÜCADELEDEKİ ROLÜ

Özet

Hızla gelişen ve değişen teknolojiyle birlikte karşımıza çıkan dijital platformlar kişilerin davranışlarını, tercihlerini fiziki ortamlardan dijital ortamlara taşımaktadır. Kayıt dışı ekonomik

¹ 19.09.2019 tarihli Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezinden türetilmiştir.

² Denetçi Yardımcısı, Adalya Uluslararası Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ. dilekgumus07@gmail.com

³ Prof. Dr., Akdeniz Üniversitesi, mustafayildiran@akdeniz.edu.tr

faaliyetlerin boyutunun artmasındaki temel unsur dijital ekonomik faaliyetlerin varlığıdır. Dijital platformlar aracılığıyla gerçekleştirilen ekonomik faaliyetlerin her geçen gün sınırlarını aşarak büyümeye devam etmesi ve tam olarak çözüme kavuşturulmuş bir mücadele yönteminin henüz var olmaması küresel boyutta büyük bir sorun teşkil etmektedir.

Dijital bilgilerin gerçek zamanlı olarak sürekli kaydının yapılması, bireylerin bıraktıkları dijital izler, aslında dijital ekonomi kapsamında gerçekleştirilen her bir faaliyete ait kayıtlı bir veri geçmişi olduğunu göstermektedir. Kayıt dışı ekonomiyi ölçmekte genellikle dijital izlerden yararlanılmaktadır. Ülkelerin hâlihazırda bulunan mevzuatları fiziki şartlarda gerçekleşen ekonomik olaylar ve faaliyetlere yöneliktir. Fiziki ortamdan dijital ortama taşınan ekonomik faaliyetlerle beraber bu mevzuatlar yetersiz kalmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, hızla gelişen teknoloji ile birlikte; fiziki olarak yapılan işlemlerin dijital platformlar aracılığı ile yapılı hale gelmesi nedeniyle ortaya çıkan kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin dijital ayak izleri ile takibini mümkün hale gelebileceğini anlatmaktır. Hindistan, Estonya gibi çeşitli ülkeler emsal alındığında küresel çapta kayıt dışı ekonomi ile mücadele de dijital platformlar üzerinden yapılan işlemlerin dijital izler sayesinde kayıtlı ekonomiye geçirilebileceği sonucuna varılabilir. Fakat toplumda kayıt dışılığa yönelik bilinç yeterince yerleştirilemediği sürece, kayıt dışı ekonomiyle mücadelede tam anlamıyla sağlanamayacağını söylemek mümkündür.

Anahtar Kelime: Dijital Ayak İzi, Kayıt Dışı Ekonomi, Dijital Ekonomi

JEL Codes: E26, E29.

1 Giriş

Hızla gelişen ve değişen teknolojiyle birlikte karşımıza çıkan dijital platformlar kişilerin davranışlarını, tercihlerini fiziki ortamlardan dijital ortamlara taşımaktadır. Kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin boyutunun artmasındaki temel unsur dijital ekonomik faaliyetlerin varlığıdır. Dijital platformlar aracılığıyla gerçekleştirilen ekonomik faaliyetlerin her geçen gün sınırlarını aşarak büyümeye devam etmesi ve tam olarak çözüme kavuşturulmuş bir mücadele yönteminin henüz var olmaması küresel boyutta büyük bir sorun teşkil etmektedir.

Günlük kullanımda dijital ekonomi kavramı, İnternet Çağı, Yeni Ekonomi, Bilgi Teknolojisi Devrimi olarak anılmaktadır. Dünya ülkelerinde ise ağırlıksız ekonomi, enformasyon ekonomisi, ağ ekonomisi, bilgi ekonomisi, yeni ekonomi ve dijital ekonomi terimleri birbirlerinin yerine sıklıkla kullanılmaktadır. Dijital ekonomi kavramını incelediğimizde, bilgi ve iletişim teknolojileri ile ilgili olarak yaşanan köklü değişimleri (fiziki mal ve hizmetlerin dijital platformlara aktarılması gibi) ifade ettiğini görmekteyiz.

Bir ülkedeki ekonomik faaliyet hacmi, kayıtlı ve kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin toplamından oluşmaktadır. Ekonomi bir bütündür. Bu matematiksel denklem içerisinde kayıt dışı ekonomi büyüdükçe kayıtlı ekonomi küçülmekte, kayıtlı ekonomi büyüdükçe de kayıt dışı ekonomi küçülmektedir. Kayıt dışı ekonomi ölçmekte ise genellikle performans göstergelerinden ve dijital izlerden yararlanılmaktadır. Ülkelerin hâlihazırda bulunan mevzuatları fiziki şartlarda gerçekleşen ekonomik olaylar ve faaliyetlere yöneliktir. Fiziki ortamdan dijital ortama taşınan ekonomik faaliyetlerle beraber bu mevzuatlar yetersiz kalmaktadır. Dijital bilgilerin gerçek zamanlı olarak sürekli kaydının yapılması, bireylerin bıraktıkları dijital izler, aslında dijital ekonomi kapsamında gerçekleştirilen her bir faaliyete ait kayıtlı bir veri geçmişi olduğunu göstermektedir.

Bu çalışmanın konusu değişen ve gelişen teknoloji ile birlikte; geleneksel yollar ile yapılan işlemlerin dijital platformlar aracılığı ile yapılar hale gelmesi nedeniyle ortaya çıkan kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin dijital ayak izleri ile takibini mümkün hale getirebilmektir. Ayrıca son bölümde İngiltere, Estonya ve Hindistan ülkeleri ele alınarak ülkemiz açısından çıkarımlarda bulunulmuştur.

2 Kayıt Dışı Ekonomi

Kayıt dışı ekonominin temel nedeni iktisat tanımında yer almaktadır. Kıt kaynaklarla karşılanmaya çalışılan insan ihtiyaçları iktisat biliminin temel öğretilerinden biridir. Sonsuz olan insan ihtiyaçları kıt kaynaklar ile karşılanmaya çalışılır. Sonsuz olan bu ihtiyaçlar ise insanları kayıt dışı ekonomiye itmektir. İnsanlar kayıtlı ekonomi içerisinde faaliyet göstermeye devam ettikleri süre boyunca vergi yükleri artmakta, harcamaları ve tasarrufları için ayracağı pay azalmaktadır.

Kayıt dışı ekonomi alanındaki ilk çalışmalar 1940'lı yıllarda yapılmaya başlanmıştır. Fakat kayıt dışılık kavramı 1980'lere kadar uluslararası bir olgu olarak kabul görmemiştir (Teyyare, 2018: 53). Gelişmiş ülkelerde kayıt dışılığın boyutları ile ilgili olarak ilk çalışma 1958'de Cagan tarafından yapılmıştır. İzleyen yıllarda Amerika Gelir İdaresi de kayıt dışılığın boyutlarını ölçmeye yönelik çalışmalar yapmıştır (Savaşan, 2014).

Bir ülkedeki ekonomik faaliyet hacmi, kayıtlı ve kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin toplamından oluşmaktadır. Ekonomi bir bütündür". Bu matematiksel denklem içerisinde kayıt dışı ekonomi büyüdükçe kayıtlı ekonomi küçülmekte, kayıtlı ekonomi büyüdükçe de kayıt dışı ekonomi küçülmektedir. Küreselleşme ile birlikte, yoğun bir ekonomik alan oluşmuş olup bu olgu ülkelerin iktisadi sorunları içerisinde kayıt dışı ekonominin artmasına sebep olmuştur (Babaoğlu, 2018: 4).

Ülkeler bazında terimlerin farklı adlandırılmasının en önemli sebebi ülkelerin ekonomik yapılarının farklı olmasıdır. Örneğin, "kara ekonomi", "paralel ekonomi", "ikincil ekonomi", "beyan dışı ekonomi", "gizli ekonomi", "yeraltı ekonomisi", "gölge ekonomisi" gibi ifadeler kullanılmaktadır. Genel itibari ile kayıt dışı ekonomi, devlet otoritesi dışında yapılan ekonomik faaliyetler bütünüdür.

Tablo 2.1 Kayıt dışı Ekonomide Yer Alan Faaliyetlerin Sınıflaması

	Nakdi Olan İşlemler	Aynı Olan İşlemler
Yasadışı İşlemler ve Faaliyetler	Çalıntı Malların Ticaret	
	Fuhuş	
	Kalpazanlık	
	Dolandırıcılık	Uyuşturucu Mübadelesi ve Hırsızlık
	Kaçakçılık	
	Uyuşturucu Üretim ve Satışı	
	Kumar ve Haraç	
Yasal İşlemler ve Faaliyetler	Vergi Kaçakçılığı	Vergi Kaçakçılığı
	Beyan Edilmemiş Gelirler	
	Kayıt dışı İstihdam Sağlanması	Yasal Mal ve Hizmetlerin Transferi
	Fatura Tutarını Düşük Tutma	
	Vergiden Kaçınma	Vergiden Kaçınma
	İşçi İndirimi	Hane Halklarının Kendilerine Yetecek Derecede Üretim Yapmaları
	Promosyonlar	Bağışlar yapılması

Kaynak: Güler ve Toprak, 2018/b: 166

Kayıt dışı ekonomi, “ya hiç belgeye bağlanmayarak ya da içeriği gerçeği yansıtmayan belgelerle, gerçekleştirilen ekonomik olayı devletten ve işletme ile ilgili diğer kişilerden tamamen ya da kısmen gizlenerek, kayıtlı ekonominin dışına taşınmasıdır” şeklinde tanımlanmıştır. Tablo 2.1 ‘de sınıflandırıldığı gibi, kayıt dışı ekonomik faaliyetler; çalıntı malların ticareti ya da uyuşturucu üretim ve satışı, kumar, beyan edilmemiş gelirler, kayıt dışı istihdamın olması gibi yasal olmayan faaliyetleri kapsamaktadır.

Kayıt dışı ekonominin en çok kullanılan tanımlarından birisi Feige tarafından yapılmıştır. Bu tanım, “Kayıt dışı ekonomi, devletin düzenlemelerinden, vergilemeden veya gözleminden tamamen kaçırılan ya da kısmen gizlenen ekonomik faaliyetleri ve bu faaliyetlerden elde edilen gelirleri kapsamaktadır” şeklindedir (Savaşan, 2014). Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı’nın Kayıt Dışı Ekonomi Eylem Planı’nda kayıt dışı ekonomi; “devletten gizlenen, kayda geçirilmeyen ya da geçirilemeyen ve bu sebeple de denetlenemeyen faaliyetler” şeklinde tanımlanmıştır (GİB, 2011). Benzer şekilde Tanzi, kayıt dışı ekonominin en azından iki farklı açıdan tanımı yapılacağını belirtir. İlk tanıma göre üretim resmi istatistiklerde gösterilenden daha yüksek olduğunu ve ikinci tanım ise vergi tahsilatının olması gerekenden daha düşük gerçekleştiğini belirtmektedir (Savaşan, 2014).

Literatürde ise kayıt dışı ekonomi ile ilgili, GSMH hesaplarına dâhil edilmeyen ekonomik faaliyetler, vergi kaçırma, yasal olmayan istihdam, vb. unsurlara dayandırılarak tanımlar yapılmıştır. Ayrıca kayıt dışı ekonomi kamu kesimi açısından bakıldığında; vergi kaybı anlamına gelmektedir (Babaoğlu, 2018: 6).

Kayıt dışı ekonomi çok boyutlu bir kavram olduğu için yalnızca ekonomi alanında değil hukuk, siyaset ve sosyoloji gibi bilim dallarında inceleme konusu olmuştur. Kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin kapsamı incelendiğinde yasa dışı ekonomik faaliyetler olduğu gibi yasal olup kayıtlara geçirilmeyen ekonomik faaliyetleri de içermektedir (Babaoğlu, 2018: 10). Kayıt dışı ekonomi; yasal olan kayıt dışı ekonomi ve yasal olmayan kayıt dışı ekonomi olarak bir ayırım yapılabilir.

2 1 Yasal Olan Kayıt Dışı Ekonomi

Yasalara uygun olarak yaratılan bir ekonominin, yasalara uygun olması tam anlamıyla yasal bir işlem olduğunu göstermemektedir. Yasalar tarafından yasaklanmamış faaliyetlerden elde edilen gelirler herhangi bir belge veya vergilendirilmeye tabi olmadığı, bu sorumluluktan kısmen veya tamamen kaçarak kayıt dışı ekonomi oluşturulması durumunu ifade etmektedir. Önemli olan husus yapılan faaliyetin tamamen yasal olmasının yanı sıra kayıtlara geçirilmemesinden kaynaklı kayıt dışı ekonomi oluşturmasıdır (Ekmekçi, 2018: 7).

2 2 Yasal Olmayan Kayıt Dışı Ekonomi

Kayıt dışı ekonominin oluşmasına neden olan bir diğer faktör ise, devletin ekonomiye yasaklayıcı veya düzenleyici müdahalelerinden kaçınmak isteyenlerin kayıt dışı alana doğru kaymalarıdır. Devletin ekonomiye müdahalesi sonucunda oluşan kayıt dışı sektör daha çok yasa dışı ekonominin genişletilmesine sebep olmaktadır (Tecim, 2008: 12). Uyuşturucu ve silah kaçakçılığı, insan ticareti, göçmen kaçakçılığı gibi gerek üretimi gerekse dağıtımını suç teşkil eden faaliyetler esas itibarıyla kayıt dışı ekonomik faaliyet grubundadır. Konusu suçu oluşturan faaliyetlerden elde edilen gelirleri kendi içerisinde; mevzuat gereğince kara para olarak kabul edilen faaliyetler ve kara para olarak kabul edilmeyen faaliyetler olarak sınıflandırmak mümkündür (Aykın, erişim tarihi: 05.03.2020)

Kara para, yasa dışı faaliyetler sonucu elde edilen mal, para ve değerleri ifade etmektedir. Dünya’da ve özellikle ülkemizde yasa dışı faaliyetlerden büyük oranlarda gelir elde edilmektedir. Bu gelirlerin kaynağı genellikle uyuşturucu, kadın ve çocuk ticareti, patlayıcı madde, silah kaçakçılığı faaliyetleri oluşturmaktadır (Sugözü, 2008: 21).

Ülkelerdeki demokrasi ile ters orantılı bir yapıda olan yolsuzluk, halkın devlete duyduğu güveni doğrudan etkilemekte ve bu durum kayıt dışı ekonomiye de doğrudan etki etmektedir. Yolsuzluğun çok yüksek seviyelerde olduğu ülkelerdeki mükellefler ödedikleri vergileri kendilerine eksik olarak döneceklerini bildikleri için vergi ödemekten kaçınmaktadırlar. Bu durum dolayısıyla kayıt dışı ekonominin hacmini arttırmaktadır (Tayfur, 2018: 38).

2 3 Kayıt dışı Ekonominin Temel Özellikleri

Kayıt dışı ekonomi, vergi mükellefi olan kişiler ya da kurumlar tarafından gizli olarak gerçekleştirilebildiği gibi herhangi bir mükellefiyet kaydı bulunmayan kişiler veya kurumlar tarafından da gerçekleştirilebilmektedir. Kayıt dışı ekonomi tanımlarına bakıldığında; belirli unsurlar üzerinde durulduğu gözlenmektedir. Bu unsurlar aynı zamanda kayıt dışı ekonominin temel unsurlarını ifade etmektedir. Kayıt dışı ekonominin genel özellikleri şu şekildedir (Babaoğlu, 2018: 14): Yasalara aykırılık, ahlaki kurallara aykırılık, İstatistiksel olarak ölçülemezlik, gelir ya da fayda elde etmek, ekonomik sisteme uygunluk, ekonomik faaliyetlerin gizlilik adı altında gerçekleşmesi gibi özelliklere sahiptir.

Faaliyetlerin yasal olup olmaması ise ilgili ülkede yer alan yasal mevzuata göre belirlenmektedir. Buna göre kayda alınmayan ve mevzuatta yer almayan her türlü faaliyet kayıt dışı faaliyet olarak adlandırılmaktadır.

2 4 Kayıt Dışı Ekonominin Ortaya Çıkış Nedenleri

Kayıt dışı ekonomi, bünyesinde barındırdığı kayıt altına alınamama sorunu nedeniyle işsizlik, milli gelir, istihdam gibi birçok makro değişkenin hatalı bir şekilde hesaplanmasına yol açmaktadır. Kayıt dışı ekonomi fiilen var olmasına rağmen ülkenin ekonomik faaliyet rakamlarına yansımadağı için ülke ekonomisini etkileyen oranların düşük çıkmasına sebep olmaktadır (GİB, 2011).

Ayrıca Türk vergi mevzuatı, karmaşık bir yapı içindedir. Kanunlarda yer alan mükerrer maddeler, geçici maddeler, değiştirilen maddeler vergilemede açıklık ilkesini zedelemektedir. Ülkede uygulanmakta olan vergi mevzuatı, ülkenin sosyal, ekonomik ve mali ihtiyaçlarına cevap veremiyorsa, sürekli değiştirme gereği duyuluyorsa, istikrarlı bir yapı arz etmediği için vergi kayıp ve kaçakları genel olarak artmaktadır.

Kayıt dışı ekonominin yüksek olduğu ülkelerde en önemli sebeplerden biri de enflasyon olgusudur. Özellikle artan oranlı gelir vergisi tarifesine sahip olan ülkelerde enflasyon nedeniyle nominal gelirlerinde artış yaşayan mükelleflerin bir üst gelir tarifesine geçmeleriyle birlikte ödeyecekleri vergi miktarında artış yaşanmaktadır. Tasarruf ve harcamalarından ödün vermek istemeyen vergi mükellefleri bu durum karşısında kazançlarının bir kısmını kayıt altına almayarak kayıt dışı ekonomik faaliyetlere yönelmektedirler. Ekonomik krizlerin yaşandığı dönemlerde, bireyler kayıtlı ekonomide iş bulamadıkları için istihdam fırsatını kayıt dışı ekonomi alanında aramaktadırlar. İşletmeler ise kriz nedeniyle ortaya çıkan olumsuz etkileri en düşük seviyeye indirebilmek için üretimleri ve istihdamlarını kayıt dışı faaliyetlere doğru yöneltmektedirler (Sercan, vd., 2018: 7).

2 5 Kayıt Dışı Ekonomiyi Ölçmenin Önemi

Bir ülkede kayıt dışı ekonominin varlığının ve boyutlarının ölçülmesi yol açtığı sonuçlar bakımından önem taşımaktadır. Kayıt dışı ekonomiyi ölçme isteğinin altında yatan nedenler şöyledir (Gez, 2011: 20):

Ekonomik gerçekliğe yaklaşma: Kayıt dışı ekonominin oranı gerçeğe en yakın şekilde bilinirse, o oranda ülkelerin milli gelirleri de doğru tahmin edilecektir.

Vergilendirme ve Haksız Rekabeti Azaltma: Kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin bilinmesi, dijital ekonomi kapsamında gerçekleştirilen faaliyetlerin kayıt altına alınabilmesini ve haksız rekabetin azalmasını sağlayacaktır.

Sosyal Yapı ve Mekanizmaları İyileştirme: Bir ekonomide yer alan kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin büyüklük seviyesi, o ülkenin sosyal yapısının sağlamlığı ve bu yapıya yönelik var olan politikalar hakkında bilgi vermektedir. Kayıt dışı ekonominin boyutlarının doğru ölçülmesi, ekonomide karar alıcıların etkili ve tutarlı politikalar belirlemesine yardımcı olmaktadır. Kayıt dışı ekonomi boyutu tahmininin doğru yapılması, ülkenin tüm para ve maliye politikalarının belirlenmesinde önemli bir değişken olarak ele alınmaktadır (Tayfur, 2018: 46).

Kayıt dışı ekonominin ölçülmesine yönelik gerek ulusal gerekse de uluslararası alanda yapılmış olan birçok araştırma mevcuttur. Fakat yapılan bu araştırmalardan hiçbiri gerçek anlamda kayıt dışılığı ölçmekte yeterli olmamıştır. Çünkü her an ve her ortamda kayıt dışı faaliyetler gerçekleşebilmektedir. Esasında kayıt dışı ekonomiyi ölçmeye yönelik yöntemler tahmini sonuçlar vermektedir (Gönnetlioğlu, 2010: 32). Fakat yaklaşık olarak olsa da kayıt dışı ekonominin boyutunun tahmin edilmesi, kayıt dışı ekonomiyi ölçmeye yönelik konunun daha iyi kavranabilmesi açısından önemlidir.

Kayıt dışı ekonomiyi ölçmekte genellikle kayıtlı ekonomide yer alan bireylerin ayak izlerinden hareket edilmektedir. Bu ayak izleri dikkate alınarak yapılan hesaplamalar ise bazı varsayımlara dayandırılmaktadır. Yapılan her hesaplamanın ve kullanılan her ölçme yönteminin kabul edilebilir ve mantıklı varsayımları bulunmakla birlikte bu varsayımlara karşı oluşacak olan şüpheleri doğrulayıcı yönleri de bulunmaktadır (Demir, 2018: 16).

GSMH yönteminde kişilerin gelirlerini gizleme eğiliminde oldukları fakat harcamalarını gizleme eğiliminde olmadıkları varsayılmaktadır. Bu yöntemde GSMH hesaplamasında kullanılacak ve kayıt dışı ekonomi için gösterge olabilecek üretime, gelire, harcamaya ve istihdama yönelik verilerden yararlanılmaktadır. GSMH hesaplaması yapılırken genellikle üretim, gelir ve harcama yöntemleri kullanılmaktadır. Milli gelirin hesaplanmasında üç yöntemde aynı sonuçları vermesi gerekmektedir. Fakat kayıt dışı ekonominin varlığı, farklı yöntemlerle yapılan hesaplamalarda farklı sonuçların çıkmasına neden olmaktadır (Sugözü, 2008: 27).

Daha önceden de belirtildiği gibi kayıt dışı ekonomi kamu otoriteleri denetimi dışında kalan her türlü ekonomik işlem olarak tanımlanabilmektedir. Bu tanıma bakıldığında; kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin bir kısmı kanunlarla yasaklanmış bir kısmı ise kanunlarda yasaklanmamış olduğu halde bir faaliyetin bilinçli olarak belgelendirilmemesi ve kayıtlara geçirilmemesi, dolayısıyla vergilendirilmemesi olarak ifade edilmektedir (Biçer, 2006: 80). Bu yaklaşımda kayıt dışı ekonominin boyutu, daha önce beyan edilen vergiler hesaplanmak suretiyle beyan edilmemiş vergilerin ayırt edilmesi ile ölçülmektedir. Kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin ölçülmesinden çok vergilendirilmemiş ekonomik faaliyetlerin tespitine imkân veren bu yöntem, beyan edilen vergi ile tespit edilen vergi arasındaki farklar esas alınarak ölçülmektedir (Ekmekçi, 2018: 34).

Kayıt dışı ekonominin tahmin edilmesinde vergi denetimleri sonucunda mükelleflerin elde ettikleri halde beyan etmedikleri gelir tutarları esas alınmaktadır. Beyan usulünün esas olduğu Türk Vergi Sistemimizde, mükellefler vergiye tabi gelirlerini vergi dairelerine beyan etmektedirler. İlgili beyanlar mükelleflerin şahsi hataları, kanunların yanlış yorumlanması veya mükellefin kasten hatalı bildirmesinden kaynaklı olarak yanlış bildirimde bulunma şeklinde olabilmektedir. Bu yöntemde Maliye Bakanlığı hesaplarında yer verilen fakat çeşitli sebeplerle vergi alınamayan faaliyetler tahmin edilmeye çalışılmaktadır (Karadağ, 2017: 44).

Parasalıcı yaklaşım, Merkez Bankası tarafından takip edilen parasal veriler ile kayıt dışı ekonominin boyutunu ölçmek için kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntemde emisyon hacmi, ekonometrik yaklaşım ve işlem hacmi olmak üzere farklı ölçüm metotları uygulanmaktadır (Demir, 2018: 19). Bu yaklaşımda piyasada mevcut bulunan nakit miktarından hareketle kayıt dışı ekonomi boyutları ölçülmeye çalışılmaktadır. Tahminler takas, aynı ödeme, parasal olmayan ev ekonomisi gibi piyasa dışında kayıt dışı yapılan faaliyetleri hariç tutmak suretiyle sadece para ile yapılması gereken işlemleri dikkate alan kayıt dışı ekonomiyi kapsamaktadır (Kargı ve Güven, erişim tarihi: 05.03.2020).

Bir diğer ölçüm yöntemi ise istihdam yaklaşımı, emek girdisini verilerine dayanmaktadır. Kayıt dışı ekonomi emek piyasasındaki farklılıklar dikkate alınmak suretiyle de hesaplanabilmektedir. İş gücüne katılma oranındaki değişmelerin diğer faktörler göz ardı edilerek daha çok kayıt dışı ekonomiden kaynaklanabileceği varsayılarak kayıt dışı ekonominin büyüklüğü hesaplanabilmektedir. Bu yaklaşım iş gücü arzının nüfusa oranı sabit iken istihdamın nüfusa oranını azalması durumunu kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin artması olarak kabul etmektedir (Sugözü, 2008: 129).

MIMIC Model kayıt dışı ekonominin ölçülmesi için kullanılmakta olan bir zaman serisi modelidir. Bu yöntemin alternatif kayıt dışı ölçme yöntemlerine göre üstünlükleri mevcuttur. Öncelikle kayıt dışılığa etki eden birden fazla sebep değişkeni kullanmak için imkân vermektedir. Bir diğer üstünlük ise eş anlı olarak kayıt dışılığın ekonomik etkinliğinin birkaç farklı işaretlerini hesaba katmaya izin vermektedir (Güngör Doğu, 2011: 43).

Anket yönteminde vergi kaçakçılığı yapan birinin dürüst cevap vermeyeceği göz önüne alınarak bu yöntem uygulanmalıdır. Bu yöntemde ankete katılan bireylerin anket sorularına samimi ve dürüst bir şekilde cevap verdikleri bilinemediği için güvenilirlik seviyesi daha düşük olmaktadır. Anket yöntemiyle ayrıntılı veriler elde edilmesinin yanı sıra birtakım güçlüklerle karşılaşmaktadır. Bu güçlüklerle verileri elde etmek oldukça maliyetli olmaktadır. Anket çalışmaları belirli periyotlar ve düzenli bir sistem içerisinde yapılması gerekmektedir. Yapılacak anket sonuçlarına yönelik kullanılacak örneklem tabanının geniş veya dar olması gibi sorunlar örnek olarak verilebilmektedir (Ekmekçi, 2018: 32). Bu sorunlar sebebiyle anket yöntemi tercih edilmesi pek önerilmeyen bir yöntemdir.

3 Dijital Ekonomi ve Dijital ayak İzi

Dijital ekonomi sürecinin temelleri 1970'lere kadar uzanmaktadır. 1970'lerde yaşanan ekonomik kriz, 1980'lerde mevcut politikaların değiştirilmesi gerekliliği meydana gelmiştir. 1980'lerde yeni bir iletişim döneminin başlamasıyla beraber bilgi ürününün dağıtılmasında gerekli olan süreçlerin kısalması, geleneksel ticaret yöntemlerinin yerini daha az maliyetli teknolojik yöntemlere bırakması, bilgiye dayalı ürün ve hizmetlerin geniş alanlara yayılması ile birlikte dünya çapında pazarlar oluşturması, yaşanan teknolojik gelişmelerin bir ürünüdür (Yirmibeşçik, 2005: 8).

Dijitalleşme, yeni ekonomide var olan tüm işlem ve faaliyetlerin bilgisayarlar aracılığıyla bilgisayar ağları üzerinden gerçekleştirilmesi olarak tanımlanabilir. Yapılan tüm işlemler, bilgisayar dili kullanılarak ve verilerin işlenmesi yoluyla kaydedilmektedir. Neredeyse bütün alım satım faaliyetlerinin bilgisayarlar aracılığıyla ve ağ sistemleri ile yapıldığı ve dijital yollardan gerçekleşen faaliyetlerin oluşturduğu ekonomiye “dijital ekonomi” adı verilmektedir (Aslan, 2015: 12).

Kayıt dışı ekonomi ile mücadelenin dijital ortamlar kullanılarak yapılması, büyük oranda ülkelerin ve vergi idarelerinin işlerini kolaylaştıracaktır. Mevcut kayıt dışılık ekonomi oranlarının dijitalleşme sürecine uyum sağlayarak azaltılması kayıt dışılığı önemli oranda azaltacaktır. Diğer bir yandan dijitalleşme ile birlikte; hükümetlerin makroekonomik politikaları uygulamak için kullandıkları bilgileri toplama, sınıflandırma ve kullanma yeteneklerini büyük ölçüde artırmıştır. Bu durum hükümetlerin özel sektörde tutulan büyük miktarda bilgiyi finansal işlemler için kullanma yeteneğinin maliye politikasını daha verimli ve etkili hale getirdiğini savunmaktadır. Dijital teknolojiye erişim sorunları, siber güvenlik riskleri ve kamu sektöründeki örgütsel değişimin zorluğu bu fırsatlardan yararlanma hızını yavaşlatmaktadır (Yirmibeşçik, 2005: 11).

Vergi ve harcama politikalarının uygulanması için daha iyi sistemler ortaya çıkmaktadır. Vergi idareleri için ilk dijital yeniliklerden biri, vergi mükellefleri ve hükümet için idare maliyetini düşüren vergi beyannamelerinin elektronik olarak sunulması olmaktadır. Birçok ülke bunu on yıldan daha uzun bir süre önce denemeye başlamıştır. Üçüncü taraf bilgilerine erişim hükümetlerin vergi beyannamelerini de doldurmasına izin vermekte, böylece vergi mükelleflerinin sadece bilgileri doğrulaması gerekmektedir.

3 1 Dijital Ekonominin Temel Özellikleri

Dijital ekonomi, bilginin serbestçe erişebilir olmasına izin vermek ve farklı insanlara sınırları olmayan bir bilgiye ulaşma imkânı yaratmak için gereklidir. Bilgisayar ağları sayesinde, kullanıcılar arasında farklı alan ve coğrafyalarda olsalar dahi ortak hareket ve düşünce yapısı sağlanması mümkün olacaktır. Dijital ekonomi iletişim ve bilgi teknolojisinde yaşanan dönüşümlerin bir sonucu olup, teknolojileri daha uygun fiyatlı, daha güçlü, firma süreçlerinin büyümesine yardımcı olan, değişime ve yeniliğe oldukça açık, anlık ve daimi gelişmelere hemen uyum sağlayabilen bir ekonomidir. Geleneksel ekonomiyle karşılaştırıldığında dijital ekonominin sayısız kolaylıkları bulunmakta ve istenildiği zaman istenilen ürünlere ve oldukça büyük piyasalara anında ulaşılmakta, ürün çeşitliliği oldukça fazla olmaktadır. Değişen ve genişleyen iletişim ağları sayesinde ortak bir zeminde buluşarak, ortak etkileşimlerde bulunacaklardır (Budak, 2018: 4; Mantar, 2004: 27).

Eski ekonomi ulusal, bürokratik, kitlesel üretim anlayışına hâkim, sermaye ve işgücüne bağlı olarak büyüyen, teknolojinin gelişmesi makineleşmeye bağlı olan, ar-ge ye oldukça az önem verilen, firmaların piyasada tek başına hareket ettikleri, tam istihdam seviyesinde seyreden, üretim odaklı, işgücünün kalifiye olmadığı sadece belli bir alanda uzmanlaştığı bir yapıdır. Yeni ekonomi ise küresel, ağ örgüsü şeklinde, esnek üretim anlayışına sahip, yenilikler ve icatlar ile büyümeyi tetiklemektedir. Araştırma ve geliştirme çalışmalarına yüksek derecede önem verilen, firmaların piyasada iş birliği ve ortaklık şeklinde hareket ettikleri, teknolojiyi belirleyen unsurun dijitalleşme olduğu, yüksek reel ücret seviyesinde, müşteri odaklı ve işgücünün daha az önemli olduğu bir ekonomidir (Aktan, erişim tarihi: 05.03.2020).

Tablo 3.1 Geleneksel Ekonomi ve Dijital Ekonomi Karşılaştırması

KONULAR	GELENEKSEL EKONOMİ	DİJİTAL EKONOMİ
Hükümet ve Endüstri Genelinde		
İş Dünyası-Hükümet İlişkileri	Baskı Gerektiren	Fırsatların Artması İçin Cesaret Veren
Hükümet Düzenlemeleri	Kumanda ve Kontrol	Piyasa Araçları ve Esneklik
Üretimde Organizasyon	Kitle Üretimi	Esnek Üretim
Büyüme Etkileyen Temel Unsurlar	Sermaye/Emek	Yenilikler/Bilgi
Teknolojiyi Etkileyen Temel Unsurlar	Makineleşme	Dijitalleşme
Rekabet Avantajının Kaynağı	Ölçek Ekonomileri İle Düşen Maliyetler	Yenilikler, Kalite, Piyasanın Önceliği, Maliyet
Araştırma ve Yenilikler	Az-Orta	Yüksek
İşgücü ve Ekonomi Genelinde		
Politik Hedefler	Tam İstihdam	Yüksek Ücretler ve Gelir
Uzmanlıklar	Bazı İşlerde Uzmanlık	Farklı Alanlarda Geniş Çapta Uzmanlıklar
Gerekli Eğitimler	Bir Uzmanlık Alanı/Derece	Yaşam Boyu Öğrenme
Çalışan Yönetim İlişkileri	Muhalif	İşbirlikçi
İstihdamın Doğası	Durağan	Risk ve Fırsatlar Piyasası
Piyasa	Durağan	Dinamik
Rekabet Alanı	Ulusal	Global
Organizasyon Şekli	Hiyerarşik-Bürokratik	Ağ Temelli

Kaynak: Yirmibeşçik, 2005: 24.

Tablo 3.1 de görüldüğü gibi geleneksel ekonomiden dijital ekonomiye geçişle ekonomik ilkeler, üretim, organizasyon, yönetim anlayışı, kuramlar ve yöntemler yeniden düzenlenmiştir. Dijital ekonominin altyapısı elle tutulabilir ve gözle görülebilir fiziki malların yanı sıra bilgi temelli ve daha fazla hizmete benzeyen mallara doğru kayması söz konusudur. Bunun doğal sonucu, bilginin uygulama alanının farklılaşması ve bilgi temelli teknolojilerin gelişmesidir (Bayraç, 2003: 53).

Dijital ekonominin getirdiği yeniliklerden biri olan dijital ödeme araçları ile dijital paranın fiziki mevcudiyeti ortadan kalkmıştır. Nakit toplumu olmaktan çıkılması sonucunda, kayıt dışılık, kara para vb. mali suçlarla daha kolay mücadele edilebilmektedir. Bunların yanı sıra firmalara sağladığı avantajları açısından vergi yansıması, vergi ödeme maliyetlerinin azalması, zaman tasarrufu sağlanması ve kırtasiyeciliği azaltması şeklinde sıralanabilmektedir (Mantar, 2004: 86).

3 2 Dijital Ekonomi Kapsamında Gerçekleştirilen Faaliyetler ve Yapılan Ödemeler

Dijital ekonomide hizmet ve mal alışverişi sırasında tüm işlemler internet vasıtasıyla yapıldığı gibi ödemeler de ağ tabanlı kurulmuş ödeme sistemleriyle yapılmaktadır. Dijital ödeme sistemleri ile yapılan ödemeler yalnızca vergi maliyetlerini düşürmekle kalmayıp, aynı zamanda vergi tabanını genişletme potansiyeli de bulunmaktadır (Gupta, vd., 2017: 13). Sanal cüzdanlar, akıllı kartlar, kripto paralar, uygulama programları satışı, online reklamcılık gibi faaliyetler dijital ekonomi kapsamında gerçekleştirilebilmektedir.

Sanal cüzdanlar, internet üzerinden yapılan alışverişlerde kullanılmak üzere geliştirilmiş olan yazılımlardır. Sanal cüzdan yazılımları kullanıcıların bilgisayarlarına yüklendikten sonra gerekli bilgiler yazılıma bir defa girilir ve o bilgiler tanımlanır. Böylece daha sonra yapılacak işlemler için tekrar tekrar bilgi girilmesine gerek kalmamaktadır. Kullanıcılar sanal cüzdanları kendi bilgisayarlarından kullanabildikleri gibi, üretici firmanın web sitesinden de gerçekleştirebilmektedirler. Sanal cüzdan yazılımlarını üreten ve kullanan

bankalar finansal işlemlerin doğruluğunu teyit etmek için banka kart bilgileri ile iletişim halinde olmaktadır (Gökgül, 2014: 58).

Kişisel bilgileri ve elektronik parayı çip sayesinde içinde depolayan ve bunun için manyetik bant teknolojisini kullanan akıllı kartlar, iktisadi hayatta kredi kartları yerine kullanılmaya başlamıştır. 1970 yılında Kunikuta Arimura tarafından ortaya atılan akıllı kart fikri, 1990'lı yıllardan itibaren hayatımızda daha çok yer bulmuş ve dijital para uygulamalarıyla birlikte artış göstermiştir (Mantar, 2004: 59).

Kripto para kullanımları birçok pratiklik sağlamanın yanı sıra birçok hukuki soruna yol açmaktadır. Kripto paraların değeri, paranın arz ve talebine göre belirlenmektedir. Bu paralar açık kaynaklı olup anonim niteliktedir ve uluslararası özelliğe sahiptir. Kripto para kullanıcıları işlem yaparken sadece kripto paralar için yaratılan kimlik numaralarını kullanmaktadırlar. Kullanıcıların kişisel özellikleri herhangi bir şekilde sistemde yer almamaktadır (Budak, 2018: 5). Dünya ülkeleri genel olarak kripto paraları yasal bir ödeme aracı olarak kabul etmezlerken, kripto paralarla yapılan tüm işlemleri de yasa dışı işlem olarak görmemektedirler. Kripto para birimlerini kullanan kişiler ya da firmalar tarafından, denetleyici ve gözetleyici kurumların kontrol alanları dışında kalan büyük miktarda ödemelerin yapılması hızlı ve kontrolsüz yapılan dolaşımını beraberinde getirmektedir. Dijital para sistemi, bir merkezin veya herhangi bir ülkenin bir hukuk sistemine ve hukuksal düzenlemelerine tabi değildir. Bu özellik kripto paraları anonim niteliğe büründürmektedir (Eğilmez, 2017).

İşletmeler, karlarını ve reklamlarının daha çok etkin olması için, gelişmiş dijital teknolojileri kapsayan yenilikçi reklam uygulamaları geliştirmektedir. İşletmeler internet üzerinden pazarlama kampanyalarını yürütmekte ve kampanyaların doğru kitlelere ulaşması için hedefli reklam yöntemlerini kullanarak yeni teknikler geliştirmektedirler. Çevrimiçi reklamcılık aracılığıyla, tüketici davranışlarını hedef alınması, kullanıcıların çerezler olarak kaydedilmiş olan tarama faaliyetlerinden elde edilen veriler elde etmesini sağlamaktadır (Budak, 2018: 38-39).

Ödeme sistemleriyle ilgili temel ilkeler ve kurallar uluslararası kuruluşların ödeme mutabakatları ile ilgilenen üst kuruluş ve tüm merkez bankalarından üst seviyede kabul edilen Uluslararası Mutabakat Bankası'nın Ödeme ve Mutabakat Sistemleri Komitesi (CPSS) tarafından ödeme sistemleri alanındaki gelişmelerin izlenmesi çalışmaları sonucunda geliştirilmiştir. Esas amaç ise iyi bir ödeme sisteminin içereceği işlevselliği belirleyerek, ödeme sistemi kurmak için izlenecek olan süreçlerin tüm adımlarını belirlemek, iyi bir ödeme sisteminin işleyişi için evrensel ilkeleri ortaya koymaktır. Bir ülkedeki mali sistemin sorunsuz bir şekilde ve etkin işleyebilmesi için ödeme sistemleri için belirlenen temel ilkelere uyulması zorunludur. Temel ilkeleri, sistem işleyişini ön planda tutan sağlam bir hukuki alt yapının olması, sisteme ilişkin risklerin açık bir şekilde kurallar yardımıyla tanımlanması, sistemdeki kredibilite vb. risklerin etkin bir şekilde yönetilmesi, mutabakatların ödeme gününde kesinleşmesi, mutabakat parasının güvencede tutulması, ileri düzeyde güvenlik ve işlemler açısından güvenilirliğin sağlanması, sistemin pratik ve verimli olması, adil kullanım hakkı sağlanması, sistem yönetiminin etkin ve şeffaf olmasıdır (Mantar, 2004: 43-44). Ödeme sistemlerinin çalışmaması durumunda ülkenin mali sisteminde ani çöküşler ve krizler meydana getirebilmektedir. Bu nedenle kurulan sistemin alt yapısı, sistemin işleyişiyle ilgilenecek olan personel potansiyeli, bu personellerin gerekli eğitimleri tam olmalı ve ortaya çıkabilecek herhangi olağanüstü bir durum karşısında alınacak önlemler önceden tespit edilmelidir.

İnternet kullanımının yaygınlaşması tüketicilerin önündeki seçenekleri büyük ölçüde arttırmaktadır. Bu hem e-ticaret piyasasının uluslararası boyutlarda gelişmesini sağlamakta hem de bu piyasada kalıcı olmasını zorlaştırmaktadır. Maliyetleri minimuma indiren firmalar ile

oluşan bu rekabet ortamı, piyasadaki tüm firmaların stratejilerini ve politikalarını yeniden gözden geçirmelerini zorunlu kılmakta ve firmaların bu piyasa da tutunabilmeleri için firmaların yeni iş modelleri yaratmasını sağlamaktadır (Yirmibeşçik, 2005: 51).

İnternetteki yer alan diğer bilgiler gibi, internette platformlar aracılığıyla paylaşılan her bilgi de internette sürekli bir şekilde kalabilmektedir. İnternet ve dijital platformlar herkese açıktır ve dünyadaki her kişi istediği zaman gerekli koşullarda bu bilgileri takip edebilmektedir. Bu platformlar aracılığıyla paylaştığımız her bilginin veya gerçekleştirilen her faaliyetin bir gün karşımıza yeniden çıkması, internette ve ziyaret edilen platformlarda bırakılan izler sayesinde olmaktadır. Bu izler ise dijital ayak izi olarak nitelendirilmektedir. Kısacası klavyeden, fareden ya da ekrandan, tuşlayarak, tıklayarak ya da dokunarak dijital ortama aktardığımız bizimle ilgili her türlü izi ifade etmektedir. İnternette bizlerin neler yaptığını, nerelerde olduğunu takip eden bir pasaporta benzetilebilir (Akkoyunlu, erişim tarihi: 10.04.2020).

Hızla gelişen teknoloji ile birlikte; fiziki olarak yapılan işlemlerin dijital platformlar aracılığı ile yapılı hale gelmesi nedeniyle ortaya çıkan kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin dijital ayak izleri ile takibini mümkün hale gelebileceği söylenebilir. Hindistan, Estonya gibi çeşitli ülkeler emsal alındığında küresel çapta kayıt dışı ekonomi ile mücadele de dijital platformlar üzerinden yapılan işlemlerin dijital izler sayesinde kayıtlı ekonomiye geçirilebileceği sonucuna varılabilir. Fakat toplumda kayıt dışılığa yönelik bilinç yeterince yerleştirilemediği sürece kayıt dışı ekonomiyle mücadelede tam anlamıyla etkinlik sağlanamayacağını söylemek mümkündür.

3 3 İngiltere, Estonya, Hindistan ve Kenya’da Dijital Ayak İzi

Dijital ekonomik faaliyetler ülkeler tarafından kontrol altına alınmaya çalışılmaktadır. Bu kadar büyük işlemler ve bilişsel hesaplama aynı zamanda ülkeleri, politika ve uygulama seçeneklerini genişletmeye mecbur bırakmaktadır.

3 3 1 İngiltere

Birleşik Krallık vergi idaresi vergi mükelleflerinin toplam gelirlerini tespit edebilmek için çok çeşitli kurumsal kaynaklardan yararlanmanın yanı sıra bireylerin dijital ayak izlerinden de izlemeler yapmaktadır. Dijital ayak izleri sayesinde artan verileri ile daha gerçekçi kamu politikalarının oluşturulabilmektedir (Gupta, vd., 2017: 13). Artan veri kapasitesi ile ülkeler ekonomik krizleri tahmin etmek ve belki de ekonomik bir krizi önlemek ve likidite, borçlanma ihtiyaçlarının tespitini tam olarak yapabilmek için, vergi gelirleri korelasyonundan yararlanabilmektedirler.

3 3 2 Estonya

Estonya’da uygulanan “X-Road” sistemiyle, her yeni doğan birey için ülkemizdeki kimlik numarası uygulamasına benzer nitelikte 11 basamaklı benzersiz bir dize tanımlanmakta ve dijital bir kimlik kartı verilmektedir. Bireyler bu kartlarını çevrimiçi oy kullanımı, hastanelerde, kamu kurumlarında hizmetlere erişim sağlanması ve mali hizmetlerini gerçekleştirilmesinde kullanmaktadırlar. Bu sistem internet tabanlı verilerin bilgi sistemleri arasında güvenli bir şekilde paylaşılmasını sağlamaktadır. Sistem sayesinde vatandaşların istihdamı ve vergi kayıtları birbirleri ile koordine şekilde dijitalleştirilmiş; vergi beyannameleri ise otomatik olarak hazırlanmaktadır (Gupta, vd., 2017: 13). Böylece Estonya ekonomik faaliyetlerin denetimini dijital kayıtlar ve izler sayesinde çok daha kısa zamanda ve geniş

kitlelerin bilgilerine ve denetimi için yeterli bilgilere ulaşabilecek nitelikte gerçekleştirilebilmektedir.

3 3 3 Hindistan

Hindistan gelişmekte olan bir ülke olmasına rağmen dijitalleşme sürecinde kaydettiği ilerlemeler ile pek çok gelişmiş ülkeden daha başarılı bir dijital ekonomik sistem ortaya koymuştur. Bu dijital ekonomik sistem, 2009 yılında Aadhar'ın tüm ülke vatandaşlarına birer numara vermesiyle başlamıştır. Vatandaşların kişisel bilgileri ile eşleştirilmiş olan bu numara ile vatandaşlar dijital bir profile sahip olmuşlardır. Bu profilde vatandaşların kredi notları, sağlık geçmişleri, iş ve vergi kayıtlarına dair bilgiler yer almaktadır (Roy ve Rai, 2017: 262). Ayrıca bu numara ile eşleştirilen parmak izi ya da retina taraması gibi biyometrik güvenlik sistemleri ile bir kimsenin adına başkasının işlem yapması ihtimali ortadan kaldırılmıştır.

Vatandaşlara numara verilmesinden sonraki aşama ise her vatandaş adına bir banka hesabı açılması ve böylece işlemlerin bankalar aracılığıyla yapılması hedeflenmiştir. Vatandaşlar bu banka hesaplarına paralarını Adhaar tarafından verilen numaralarını kullanarak yatırmaktadırlar. Vatandaşlar banka hesaplarındaki paralarını yalnızca parmak izlerini kullanarak harcayabilmektedirler (Roy ve Rai, 2017: 262). Bu sistem ile on saniye gibi bir sürede, dünyadaki en hızlı para transferi sağlanmaktadır. Banka hesaplarında yer alan paraları transfer işlemini gerçekleştirirken herhangi bir aracı kurum bulunmamakta ve aracı kurumların olmaması işlem masrafını minimum seviyeye çekmektedir. Devlet yapılan para transferlerinden %2-3 oranında pay almaktadır. Böylece devlet vatandaşları dolaylı yoldan vergilendirmiş olmakta ve aynı zamanda dijital izlerden yola çıkarak kayıt dışılığı önlemektedir.

3 3 4 Kenya

Kenya Gelir İdaresi 2003 yılından sonra dijitalleşme yolunda önemli ilerlemeler kaydetmiştir. Kenya mobil telefon tabanlı finansal hizmetler platformunu oluşturmuş bir ülkedir. Safaricom tarafından sunulan M-Pesa sistemi ile perakendecilik sektörünü de kapsayan bir dijital ödeme sistemi, dijital tasarruf ve kredi tedariki sağlayan bir platform oluşturulmuştur. M-Pesa'nın piyasaya tanıtılmasından sonra dijitalleşme hızla artmış ve yapılacak olan düzenlemelerin yönünü değiştirmiştir. Bu dijital finansal sistem 4 aşamadan oluşmaktadır (Ndung'u, 2017: 242):

1. Aşama: Bu aşamada para transferleri ve dijital ödemeler yapılmaktadır.
2. Aşama: M-Pesa ile dijital tasarruf hesaplarının tanıtımı ve dijital bankacılık işlemleri yapılabilmektedir.
3. Aşama: Kısa vadeli kredilerin alınması ve geri ödemelerinin kolayca yapılması aşamasıdır.
4. Aşama: Sınır ötesi ve uluslararası nitelikte havale/EFT yapma imkanı oluşmaktadır. Sistem temel olarak, banka hizmetlerine erişimi olmayan vatandaşlara finansal hizmet sunmakta, anlık ulusal ve uluslararası para transferi sağlamaktadır.

Kenya'daki mobil tabanlı finansal hizmetler sektörü hızlı dijital devrim niteliğinde "kabul et ve öğren" yaklaşımı ile desteklenmiştir. Bu sistem kara para aklama ve terörizmin finanse edilmesini sağlamak amacıyla oluşturulmuştur. M-Pesa sistemi ile vatandaşlarca yapılan sahtekarlıklar kolaylıkla tespit edilebilir hale gelmiştir.

3 3 5 Türkiye

Ülkemizde kayıt dışı ekonomi ile mücadele etmek adına son yıllarda sıkı bir çalışma ortamı yaratılmıştır. Türkiye’de kayıt dışı ekonomiye ilişkin; Osman Altuğ 1994 yılında “Kayıt Dışı Ekonomi” adlı kitabı ele alınmıştır. 1996 yılında suç gelirlerinin aklanması ve terörün finansmanı ile etkin mücadele etmek adına MASAK kurulmuştur. Ayrıca 11-15 Mayıs 2006 tarihlerinde 21. Maliye Sempozyumu’nda ve 2006 yılında düzenlenen Vergi Konseyince Kayıt dışı ile Mücadele Şurası’nda detaylıca ele alınmıştır.

KADİM Projesi ile, Türkiye’de kayıt dışı istihdama ve yabancı uyruklu kaçak işçi çalıştırılmasına neden olan faktörlerin ortadan kaldırılarak kayıtlı ekonomiye geçişin sağlanması amaçlanmıştır (Kamalioğlu, 2014: 138).

Ülkemizde kayıt dışı ekonomi ile mücadele kapsamında Hazine ve Maliye Bakanlığımız oldukça geniş yetkilere sahiptir. Kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin oluşması ve büyümesini önlemek için gerekli cezai müeyyideler yasal mevzuatta yer almaktadır. Fakat cezai müeyyidelerin varlığı kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin önlenmesinde tek başına yeterli olmamaktadır (Tayfur, 2018: 43).

Ülkemizde elektronik vergilendirme uygulaması, bugünkü anlamda en geniş sınırlarına, Vedop I ve Vedop II isimli projelerle ulaşmıştır. Vedop I Projesi, bütün vergi dairelerinde gerçekleştirilen bütün işlemlerin bilgisayar ortamına aktarılması suretiyle tüm işlemlerin bilgisayarlardan izlenmesini hedeflemiştir. Bu Proje 2004 yılında 22 ilde ve 155 vergi dairesinde uygulamaya koyulmuştur. Vedop II Projesi ile de vatandaşların vergi ile alakalı tüm işlemlerinin dijital ortamda yapabilmeleri için, otomasyonlu vergi daireleri sayılarının artırılması, e-beyan sisteminin getirilmesi, internet vergi dairesinin kurulması ve denetim mekanizmasının oluşturulup gerekli alt yapıların tamamlanması işlemleri sırasıyla gerçekleştirilmiştir (Özgen, 2008: 202). İlk olarak gelişmiş ülkelerde başlayan ve ilerleyen yıllarda da birçok ülkede uygulamaya konulan internet ve bilgisayar teknolojilerinden yararlanılarak sunulan hizmetlerin hızında ve kalitesinde artış gözlenmektedir. Vergi kayıp ve kaçaklarını önleme, kamu hizmetlerinin kalitesinin artırılması, mükelleflerin işlem yapma hızının artırılması (Merter, 2016: 52), mükelleflerin zaman yönetimi açısından fiziki işlem yapacakları sürelerden çok daha kısa bir sürede işlemlerini halledebilmeleri açısından e-beyan uygulaması büyük kolaylıklar sağlamaktadır.

Ülkemizde 2004 yılında ilk olarak, İnternet Vergi Dairesi web sitesi kullanılmak suretiyle ve isteğe bağlı uygulama olarak yürürlüğe konulmuştur. 2005 yılında ise zorunu hale getirilen elektronik beyanname (e-beyan), veraset ve intikal vergisi hariç, beyanname usulüne dayanan tüm vergilerde e-beyan verilmesi zorunlu hale getirilmiştir (Turan ve Özgen, 2009: 137).

01.01.2018 itibariyle e-fatura, e-defter, e-beyan, e-arşiv fatura uygulamaları zorunlu hale getirilmiştir (Tektüfekçi, 2018: 102). E-defter kavramı, Vergi Usul Kanunu (VUK) ve Türk Ticaret Kanunu (TTK) uyarınca tutulması zorunlu olan yevmiye defteri ve defter-i kebirin dijital ortamda tutulması, muhafaza ve gerektiğinde ibraz edilmesi ile açılış ve kapanışları ile ilgili tasdik işlemlerinin dijital ortamda yapılmasının mümkün hale getirilmesi olarak adlandırılmaktadır. E-fatura, standart bir format haline getirilmiş, değiştirilmesi mümkün olmayacak şekilde mühürlenmiş, taraflar arasında güvenli ve sağlıklı bir şekilde dolaşımı sağlamak amacıyla Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından oluşturulan elektronik belgelere verilen genel addir. E-faturalar GİB aracılığıyla satıcı firmalardan alıcılara iletilmektedir. E- fatura ile fiziki halde düzenlenmiş fatura arasında hukuki olarak nitelik farkı bulunmamaktadır. Bu nedenle aynı alım satım işleminde ya e-fatura ya da fiziki niteliğe sahip fatura düzenlenmektedir (İstanbul Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası, erişim tarihi: 05.03.2020). E-faturaların

düzenlenmesi ile dijital ortama aktarılan mükellef verileri ile vergi idarelerinin dijital izlerden ve toplanan verilerden denetim yapabilmesi daha kolay hale gelecektir.

Ayrıca ekonomilerin küreselleşen yapıları ile ülkemizin finans sisteminin gelişmesine bağlı olarak ticari faaliyetlerde yer alan parasal hareketlerin büyük bir kısmının bankalar aracılığıyla yapılmasına yönelik düzenlemeler yapılmıştır. Bu düzenlemeler ile başarılı sonuçlara ulaşılmakta ve böylece bankalar kayıt dışı ekonomik faaliyetleri önlemede büyük bir rol üstlenmektedirler (Ateş, 2011: 22).

Küreselleşme, mobilite, uluslararasılaşma ve teknolojik gelişmelerin hızı ekonomileri değiştirmiş, parasal hareketlerde artış sağlamış ve çeşitlendirmiştir. Bu değişimlere ayak uydurabilmek için finansal ürün ve hizmetlerin de dijitalleşmesi zorunlu bir hal almıştır (Demirel, 2017: 85). Gelişmiş ülkelerin finans sistemlerinin yerleşmiş olması nedeniyle para hareketleri genel olarak bankalar aracılığıyla yapılmaktadır. Yapılan bu parasal hareketler banka sistemlerinde bir iz bırakmaktadır. Bu izlerin takibinin gerçekleştirilmesi durumu ise kayıt dışı ekonomi ile mücadele de etkinliği artırmaktadır (Aslanoğlu, 2007: 206). Ödemelerin nakit yerine banka kartı vb. ödeme araçları ile yapılmasının teşvik edilmesi ve kart kullanıcıları ile üye iş yerleri nezdinde avantaj sağlayan düzenlemelerin hayata geçirilmesi sağlanacaktır. Kayıt dışılığın yoğun olduğu tespit edilen sektörlerde ödemeler ile mali belgelerin uyumunun sağlanmasına yönelik elektronik uygulamaların yaygınlaştırılması sağlanması gerekmektedir. Bir hükümetin maliye politikasının etkinliği, ekonomi ve aktörleri hakkında çok çeşitli bilgileri toplama, sınıflandırma, işleme ve bunlara göre hareket etme yeteneğine bağlıdır. Bu, vergi mükelleflerinin gelirleri ve varlıkları, işsizlik düzeyi ya da fiili ve potansiyel sosyal programlardan yararlananların kimliği ve koşulları hakkında bilgiler içermektedir. Dijital teknolojilerin günlük yaşama entegrasyonu bu bilgileri toplama ve kullanma yeteneğimizi büyük ölçüde artırmaktadır. Elde edile verilerin gerçekliği ve doğruluk oranlarının yüksek olması hükümetlerin belirledikleri maliye politikalarının etkinliğinde büyük öneme sahiptir. Dijital sistemler, standart raporlama formatları ve elektronik arayüzler kullanarak, vergi otoriteleri banka işlemleri ve faiz gelirleri gibi konularda özel sektörün elinde tuttuğu büyük miktarda bilgiye giderek daha fazla erişmektedir. Örneğin Avustralya ve İngiltere'deki yetkililer, işverenler tarafından ödenen ücretler ve dolayısıyla ekonominin durumu hakkında gerçek zamanlı veri almaktadır (GİB, 2019).

Dijitalleşmenin ekonomide yarattığı en büyük değişikliklerden birisi de çok taraflı online platformlarda yaşanan hızlı büyümedir. Çok taraflı online platformlar, geleneksel ticari yapıların dışında meydana gelen bireysel ürün ve hizmet satıcıları ile bireysel tüketicilere yapılan işlemleri kolaylaştırmaktadır. Online platformlar özellikle bilgi paylaşım ekonomisi ve işletmelerin ekonomilerinin büyümesine ve çoğalmasına yardımcı olmaktadır. Vergilendirme konusunda çok taraflı online platformların sunduğu 2 temel faydadan bahsedebiliriz. Bunlar (OECD, 2018):

Büyüme hızlandırma ve gelirleri artırma: Çok taraflı online platformlar genellikle ekonomik faaliyetler için yeni fırsatlar sunmaktadır ve ayı zamanda yapılan faaliyetlerin kayıt altına alınmasını teşvik etmektedir. Bu durum büyüme hızlandırdığı gibi milli gelir üzerinde bazı olumlu etkiler yaratmaktadır. Tüm ülkelerde olumlu büyüme ve milli gelire olan etkisi önemli olmakla birlikte kayıt dışı ekonomi hacimleri oldukça büyük olan gelişmekte olan ülkeler açısından daha da büyük önem arz etmektedir (OECD, 2019).

Kayıtlı ekonomiye entegrasyonu kolaylaştırmak: Daha önce vergi idarelerine bildirilmeyen işlemlerin (özellikle nakit ekonomisinde gerçekleşen işlemler) çok taraflı online platformlar aracılığıyla gerçekleştirilmesi ve bunun sonucunda ülkelerin elde ettikleri gelirlerin daha fazla ve tam olarak kayıt altına alınabildiği durumlarda, daha fazla vergi mükellefi ve ekonomik faaliyet kayıtlı ekonomiye dahil edilmiş olmaktadır (OECD, 2018).

4 Sonuç

Kayıt dışı ekonomi dünyadaki birçok ülkede olduğu gibi, ülkemizde de tüm toplumu ilgilendiren büyük bir sorun haline almıştır. Kayıt dışı ekonomiye neden olan bir kısım unsurlar ülke içinde meydana gelen sorunları oluştururken diğer unsurlar ise küreselleşmenin yol açtığı ülke dışı sorunlardan kaynaklanmaktadır. Ülke kalkınmasının ve ekonominin sağlıklı bir yapı içinde gelişmesinin önündeki en büyük engellerden birisi olan kayıt dışı ekonomi, devlet politikası olarak belirlenecek mücadele stratejilerinin tüm kuruluşlarca kararlılıkla uygulanmadığı sürece var olmaya devam edecektir.

Dijital ekonominin ise sınırlarının koyulamamış olması, verilerin düzenli olarak elde edilememesi, istenilen nitelikte raporlar alınamaması, sektörler bazında yatay ve dikey analizler yapmaya elverişli olmaması; yatırımcılar ve girişimciler bakımından dijital ekonominin risklerine karşı güvensizlik oluşturmaktadır. Bu güvensizlik ortamına yer vermemek için, nitelikli ve düzenli veri akışı bir an önce sağlanmalı, raporlamalar yatırımcılara ve girişimcilere fikir ve güven verecek statüye getirilmelidir. Kayıtlı ekonomi özendirilmeli, stratejik eylem planları hazırlanmalı, kurumlar arası koordinasyon sağlanmalı, denetim mekanizması güçlendirilmeli ve yaptırımlar daha caydırıcı hale getirilmelidir. Ayrıca çözümler kalıcı ve etkin olmalı, toplumsal olarak mutabakata varılmalı, etkin izleme ve değerlendirme mekanizması oluşturulmalı ve en önemlisi de kayıt dışı ekonomi ile mücadele devlet politikası haline getirilmelidir. Kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin kısa vadede istihdam ve yatırım açısından yarattığı yanıltıcı olumlu etkiler, esasında uzun vade de ekonomiye ciddi zararlar vermektedir.

İngiltere, Estonya, Kenya ve Hindistan'da yer alan uygulamalara benzer nitelikte ülkemizde de 2017 yılında dağıtılmaya başlanan çipli kimlik kartları ile kişisel bir profil oluşturulmak suretiyle vatandaşların yaptığı tüm iş ve işlemler, özellikle ekonomik anlamda, bir iz bırakacak şekilde doğumundan ölümüne kadar kaydedilmelidir. Aynı zamanda bu sistem vergi idaresi ile bankalar ile entegre çalışmalıdır. Böylece vatandaşların yapmış oldukları faaliyetler veri güvenliği sağlanmak koşuluyla vergi idareleri tarafından kontrol edilmesi mümkün hale gelecektir. Fakat bu sistemlerin ülkesel bazda yapılıyor olması dijitalleşmeden kaynaklı sorunların sadece ulusal boyutta çözmeye yeterli olacaktır. Önerilen bu uygulamanın uluslararası işbirliği çerçevesinde gerçekleştirilmesi durumunda dijital platformlar ve bu platformlarda bırakılan dijital izler sayesinde kayıt dışı kalan ekonominin kayıtlı ekonomiye dönüştürülebileceğini söyleyebiliriz.

Genel olarak çözüm önerileri ile sınırlı kalan yaklaşımlar hep birbirinden kopuk kalmakta, bu da kayıt dışı ekonominin kayıt altına alınmasına yönelik çözümlerin uygulanmasını zorlaştırmaktadır.

Kaynakça

Akkoyunlu, B. *Dijital Ayak İzim*. <https://www.bilimiletisimi.com/show.php?id=2832>, (erişim tarihi: 10.04.2020).

Aktan, C., *Yeni Ekonomi Özellikleri*. <http://www.canaktan.org/yeni-trendler/yeni-ekonomi/ozellikleri.html>, (erişim tarihi: 05.03.2020).

Aslan, A. (2015). *Yeni Ekonomi Bağlamında Elektronik Ticaret: İş Modelleri Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

Aslanoğlu, S. (2007). *Türkiye'de Kayıt Dışı Ekonomi ve Kayıt Dışı Ekonomiye Azaltmaya Yönelik Çözüm Önerileri*. <https://dergipark.org.tr/download/article-file/426512>, (erişim tarihi: 05.03.2020).

Ateş, S. (2011). Kayıt Dışı Ekonomide Bankacılık Sektörünün Rolü. TUSİAD, Şubat 2011.

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

Aykın, H. (2017). *Kayıt Dışı Ekonomi, Suç Ekonomisi, Kara Para ve Aklama Kavramlarının Netleştirme Denemesi*. <https://vergidosyasi.files.wordpress.com/2017/01/kayitdic59fi-ekonomi-suc3a7-ekonomisi-kara-para-aklama.pdf>, (erişim tarihi: 05.03.2020).

Babaoğlu, S. (2018). *Kayıt Dışı Ekonominin Ülkelere Etkisi: Türkiye Örneği (2008-2016)*. Yüksek Lisans Tezi. KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Konya.

Bayraç, H. N. (2003). *Yeni Ekonominin Toplumsal, Ekonomik ve Teknolojik Boyutları*. Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt (4-1): 53.

Biçer, Y. (2006). *Türkiye’de Kayıt Dışı Ekonomiye Önlemeye Yönelik Vergi Politikaları ve Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Isparta.

Budak, T. (2018). *Dijital Ekonominin Vergilendirilmesi*. Onikilevha Yayınları: İstanbul.

Demir, H. İ. (2018). *Türkiye’de Kayıt Dışı Ekonomi ile Mücadele ve Elektronik Vergi Sistemleri*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Eskişehir.

Demirel, A. C. (2017). *Dijital Bankacılık ve Türkiye’de Mevcut Durumun Analizi*. Yüksek Lisans Tezi. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.

Eğilmez, M., *Kripto Paralar, Bitcoin ve Blockchain*. <http://www.mahfiegilmez.com/2017/11/kripto-paralar-bitcoin-ve-blockchain.html>, (erişim tarihi: 05.03.2020).

Ekmekçi, Ö. (2018). *Kayıt Dışı Ekonomi ve Vergi Kaybı: Türkiye Boyutu*. Yüksek Lisans Tezi. Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kırıkkale.

Gelir İdaresi Başkanlığı. (2011). *Kayıt Dışı Ekonomiyle Mücadele Stratejisi Eylem Planı 2011-2013*. Ankara.

Gelir İdaresi Başkanlığı. (2019). *Nakit Ekonomisi Nedenli Kayıtdışılıkla Mücadele Çalıştayı*. <https://www.gib.gov.tr/nakit-ekonomisi-nedenli-kayit-disilikla-mucadele-calistayi-gerceklestirildi> (erişim tarihi: 05.03.2019).

Gez, H. (2011). *Türkiye’de Kayıt Dışı Ekonominin Önlenmesinde Vergi Denetiminin Rolü ve Afyonkarahisar İlinde Faaliyet Gösteren Mükelleflere Yönelik Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Afyon.

Gökgül, M. (2014). *Türkiye’de Elektronik Ticaret ve İşletmelere, Tüketicilere Sağladığı Avantaj ve Dezavantajlar*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

Gönnetlioğlu, H. (2010). *Kayıt Dışı Ekonomi: Nedenleri, Boyutları ve Türkiye Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Antalya.

Gupta, S., Keen, M., Shah, A., Verdier, G. (2017). *Digital Revolutions in Public Finance*. International Monetary Funds.

Gupta, S., Keen, M., Shah, A., Verdier, G. (2018). “Public Finance Goes Digital”, *Finance&Development*, Cilt 55 (1): 12-15.

Güler, H. ve Toparlak, E. (2018/b). “Türkiye’de Kayıt dışı Ekonominin Vergi Politikalarının Sürdürülebilirliği Üzerine Etkisi”. *İstanbul İktisat Dergisi*, Cilt 68(1): 161-179.

Güngör Doğu, H. (2011). *Türkiye’de Vergi Kayıp ve Kaçaklarının Kayıt Dışı Ekonomi ile İlişkisi ve Kayıt Dışını Önlemeye Yönelik Vergi Politikaları*. Yüksek Lisans Tezi. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Edirne.

İstanbul Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası. *Rehber E-Uygulamalar*. <http://archive.ismmmo.org.tr/docs/YAYINLAR/kitaplar/e-uygulamalar.pdf>, (erişim tarihi: 05.03.2020).

Karadağ, U. (2017). *Kayıt Dışı Ekonomi Olgusu ve Türkiye İncelemesi*. Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

Kamalıoğlu, N. (2014). *Kayıt Dışı İstihdam ve Türkiye’de Uygulanan Mücadele Politikalarının Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.

Kargı, V., Güven, A. *Küreselleşme Sürecinde Kayıt Dışı Ekonomi*. file:///C:/Users/USER/Downloads/Publications_018%20(2).pdf (erişim tarihi: 05.03.2020).

Mantar, S. (2004). *Yeni Ekonomik Düzendeki E-Devlet ve Dijital Para: Dijital Para İle Yeni Bir Harcama ve Vergilendirme Önerisi*. Yüksek Lisans Tezi. Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Eskişehir.

Merter, M. (2016). “Ülkemizde E-Beyanname Uygulamasının Vergi Denetiminin Etkinliği Üzerindeki Etkisi”. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt (14-2): 51-74.

Ndung’u, N. (2017). *Digitalization in Kenya: Revolutionizing Tax Design and Revenue Administration*. International Monetary Funds.

OECD. (2018). *Tax and Digitalisation*. <https://www.oecd.org/going-digital/tax-and-digitalisation.pdf>, (erişim tarihi: 05.03.2020).

Özgen, F. B. (2008). “İnternet-Bilgisayar Teknolojilerinin Önemi ve Türkiye’de E-Vergilendirme Sistemi”. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 21: 195-213.

Roy, R., Rai, S. (2017). *Fiscal Policy Consequences of Digitalization and Demonetization in India*. International Monetary Fund.

Savaşan, F. (2014). *Türkiye’de Kayıt Dışı Ekonomi*. http://www.kayitliekonomiyegecis.gov.tr/sites/all/themes/themetastic/Makaleler/Savasani_G%C4%B0B_KDE_Rapor_4_Kas%C4%B1m.pdf (erişim tarihi: 05.03.2020).

Sugözü, İ. H., (2008). *Kayıt Dışı Ekonomiyi Önlemede Vergi Politikaları 1980-2004 Türkiye Örneği*. Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Konya.

Tayfur, İ. (2018). *Türkiye’de Kayıt Dışı Ekonomi ve Kayıt Dışı Ekonomiyi Etkileyen Faktörler*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

Tecim, B. (2008). *Kayıt Dışı Ekonomide Vergi ve Vergi Denetiminin Önemi*. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İzmir.

Tektüfekçi, F. (2018). “Türkiye’de E-dönüşüm Sürecinde Elektronik Belge ve Defter Kontrolü ile Denetimi Üzerine Bir İnceleme”. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt (1-1): 101-119.

Teyyare, E. (2018). “OECD Ülkelerinde Kayıt Dışı Ekonomi ve Kurumsal Kalite İlişkisi.” *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 14 (1): 51-65.

Turan, A., Özgen, F. (2009). “Türkiye’de E-Beyanname Sisteminin Benimsenmesi: Geliştirilmiş Teknoloji Kabul Modeliyle Ampirik Bir Çalışma”. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, Cilt (10-1): 134-147.

Yirmibeşçik, O. (2005). *Yeni Ekonomi ve Elektronik Ticaretin Türkiye’de Yansımaları*. Yüksek Lisans Tezi. Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Zonguldak.

AN OVERVIEW OF THE RELATION OF SOCIAL MEDIA AND REALITY

Savaş ÇAĞLAYAN¹, Gülben TOKER²

Abstract

With the development of digital technology and the internet, individuals who are permanently exposed to information bombardment, find themselves in the process of change. The situation of being on the social media, which spreads to all the areas of life, it makes us utilize from the social networks while defining itself. The individuals, who are in the network society, with the progress of digital technology and the internet, enable to spread the information with a click.

Due to connecting all those developments to the digital technology and the advance of the internet is just technological determinism, it is righter to express the change with the improvement of the society. The advances, which are from a production and fund-based society to a consumption and information-based society, changes individuals as well as improves the society.

As the society changes by improving, they form today's society that information is important. In present day, individuals construct themselves on social media where the truths are shown in daily life. Reality Construction of Social Network as a hypertruth, becomes a field of social change's traces can be seen.

The reality of social network consists of education in daily life, economics, inflation, unemployment, transportation and politics. These truths prove the importance of information with the change of society. The information, which is generated from these truths, is shared by making it meaningful for generating information again by the social media users. The social media, which is used as a vehicle while generating information from information, becomes a field that all this information reaches everyone. The importance of context capacity is emphasized in the creation of meaningful reality.

Today's society, gender and marital status are not important but social network matters, it is believed that digital sociology studies of sociology studies will increase in the future. At this point, it is claimed that the analyzing of social media comments will increase. The construction of reality that we are examining is handled a face of social change and social media comments were examined on social network.

Keywords: Social Change, Today's Society, Network Society, Digital Sociology

¹Dr, Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyoloji Bölümü, savascaglayan@yahoo.com

²Sosyolog, gulbentoker@hotmail.com

SOSYAL MEDYA VE GERÇEKLIK İLİŞKİSİNE BİR BAKIŞ

Özet

Dijital teknolojiler ve İnternetin gelişimiyle sürekli olarak bilgi bombardımanına tutulan bireyler, kendilerini çok hızlı bir değişim içerisinde bulmaktadır. Hayatın tüm alanına yayılmış olan sosyal medyada bulunma durumu, kendini ifade ederken de sosyal paylaşım ağlarından yaralanmayı zorunlu kılmaktadır. Bilgiye anında erişim, bilgiden gerçeklik üretilmesini kolaylaştırmaktadır. Ağ Toplumunda bireyler, dijital teknolojilerin ve internetin gelişimiyle bilginin tek tıkla sınır tanımadan yayılmasını sağlamaktadır.

Tüm bu sınır tanımayan gelişmeleri, dijital teknolojilere ve internetin gelişimine bağlamak, sadece teknolojik determinizm olacağı için; toplumun gelişimi ile değişmeyi açıklamak daha doğru olacaktır. Üretim ve sermaye odaklı bir toplumdan, tüketim ve bilgi odaklı bir topluma doğru ilerlemeler, toplumu geliştirdiği gibi bireyleri de değişime uğratmaktadır.

Bazı gözlemciler göre sosyal medya, gerçek hayat etkileşimi daha az olduğu için yalnızlığı seven kişiler, bilgisayar delileri ve internet bağımlıları olarak görülmektedir. Bu ortamın yüz yüze etkileşimi azaltacağı düşünülmektedir. Aslına bakıldığında bu süreç, iletişim akışının başlamasını sağlayarak yüz yüze iletişimi desteklemektedir. Televizyon farklı fiziksel ve enformasyon alanlarda yaşayan insanlar arasında köprü kurarken; internetle hem farklı insanlar hem farklı ortamlar arasında bağlantı kurulmasını sağlamaktadır. Özellikle internet sayesinde sosyal medyada, yeni toplumsal ilişkiler ve yeni iletişim çeşitleri ortaya çıkmaktadır. Birey, sosyal medya aracılığıyla kendisini daha iyi konumlara getirmek için uğraşmaktadır. İnternetin artan popülerliğiyle, internet kullanımında sosyo kültürel farklılaşma görülmektedir. Bu farklılaşma internet kullanımında; enformasyon ve haber, sosyal iletişim ve eğlence, eğitim ve kariyer, alışveriş ve ticaret üzere dört ana grupta toplanmaktadır.

Birey, bilginin üretilmesi ve dağıtılmasında hem değişimin nesnesi hem de öznesi durumuna gelmektedir. Dijital teknolojilerin gelişimi ve internetin yaygınlaşmasıyla birey, Sosyal paylaşım ağlarını dönüştürdüğü gibi kendini de dönüştürmektedir. Sosyal Medyanın Gerçeklik İnşasını açıklayabilmek adına öncelikle bireyin içinde yer aldığı toplumun dönüşümünü açıklamak önemli olacaktır bu yüzden bireyden önce, toplumun geçirdiği dönüşümler üzerinden açıklama yapılmıştır. Bunun sonucunda da bireyin günümüz toplumunda kendini konumlandırması sonucunda sosyal medyanın kendi gerçekliği üzerine açıklamalar yapmaya olanak sağlamaktadır. Toplum gelişerek değiştiğçe, bireyler de kendilerini değiştirip; bilginin önemli olduğu günümüz toplumunu oluşturmaktadır. Günümüz Toplumunda bireyler, günlük hayattaki gerçekliklerin gösterildiği yer olarak sosyal medyada kendini inşa etmektedir. Hiper gerçeklik olarak Sosyal Paylaşım Ağının Gerçeklik İnşası, toplumsal değişimin izlerinin görülebileceği bir mecra olmaktadır.

Sosyal Paylaşım Ağının Gerçekliği, Günlük Hayattaki Eğitim, Ekonomi, Enflasyon, İşsizlik, Ulaşım, Siyasetten etkilenecek oluşmaktadır. Bu gerçeklikler, Toplumun değişimiyle bilginin önemini kanıtlamaktadır. Bu Gerçekliklerden üretilen bilgiler, Sosyal Medya kullanıcısı olan bireyler tarafından, tekrardan bilgi üretmek için anlamlı hale getirilerek paylaşımına sokulmaktadır. Bilgiden bilgi üretilirken araç olarak kullanılan sosyal medya, tüm bu bilgilerin sınır tanımadan herkese ulaştığı bir mecra olmaktadır. Anlamlı gerçekliklerin oluşturulmasında, bağlam yetisinin önemi vurgulanmaktadır.

Günümüz Toplumunda, cinsiyetin, medeni durumun değil, sosyal medya paylaşımının önemli olduğu, gelecek yıllar içerisinde sosyolojik araştırmaların dijital sosyoloji

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

araştırmalarının artacağı düşünölmektedir. Bu bağlamda sosyal medya yorumlarının incelenmesinin artacağı savunulmaktadır. İncelemekte olduğumuz Gerçeklik İnşası, Toplumsal Değişmenin bir yüzü olarak ele alınarak, Sosyal Paylaşım Ağında Sosyal Medya yorumları incelenmiştir. Bu öncüllerden hareketle bu tebliğde, değişim ve dönüşüm süreciyle gerçekliğin nasıl bir dönüşme uğradığı ve sosyal medya gerçekliğinin nasıl olduğu anlaşılmaya çalışacaktır.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal Değişme, Günümüz Toplum, Ağ Toplum, Dijital Sosyoloji

Kaynakça

- Baudrillard, J. (2016), Simölakrlar ve Simölasyon, Çev. Oğuz Adanır, Ankara: Doğu Batı Yayınları
- Coulon, A. (2010), Etnometodoloji, Çev. Ü. Tatlıcan,, İstanbul: Küre.
- Dijk, J. V. (2016) Ağ Toplum, Çev. Özlem Sakin, İstanbul: Epsilon Yayıncılık Hizmetleri Tic. ve San. Ltd. Şti. Kafka
- Kara, Z. (2017), “Dijital Sosyoloji”, Sosyoloji Divanı: Dijital Sosyoloji, 5 (9), 9-20

DIGITAL TECHNOLOGY AND SOCIO-POLITICAL TRANSFORMATIONS

Eyüp ÖZ¹

Abstract

This work looks at the socio-economic and political implications of digitalization. As one of the favorite topics of digitalization today, various theories have been put forward as to what kind of problems or possibilities in the future. These theories need to be problematized and filtered through past experiences. Time, of course, not only follows the past, but is constantly pregnant with innovations. Because the epidemic process we are going through reveals that we should review at least some of our thoughts on digitalization. Therefore, it is necessary to take a critical view of the theories that see the state as passive both in the face of new developments and digitalization.

Keywords: Digitalization, automation, society, politics.

DİJİTAL TEKNOLOJİ VE SOSYO-POLİTİK DÖNÜŞÜMLER

1 Giriş

Tarihe baktığımızda, büyük teknik dönüşümlerin, kısa, orta ve uzun vadede insanlığı, köklü sosyo-politik ve ekonomik dönüşümlere zorladığını görüyoruz. Bu dönüşümlerden biri de, hepimizin tanıklık ettiği dijitalleşme midir? Dijitalleşme, sanayi toplumuna yeni bir model dayatıyor mu? Soruların cevabını şimdiden vermek, oldukça zordur. Ancak bu alanda çalışan Daniel Bell, Kemal İnan, Alvin Toffler ve Masuda gibi teorisyenler, çeşitli önermelerde bulunmuşlardır. Bu kapsamda Kemal İnan, *Teknolojik İşlevsizlik* adlı çalışmasında, dijitalleşme ve otomasyonla birlikte 'bilgi toplumu' denilen yeni bir aşamaya geçildiğini ifade etmektedir. Fütürist Ray Kurzweil (*The Singularity is Near / Tikellik Yaklaşıyor*) ise otomasyonun zirveye ulaşmasıyla, yeni bir insan türünün yaratılabileceği gibi, aşırı uçlarda bir teori ileri sürmektedir. Hangi açıdan ele alırsa alsın, dijitalleşmeye dair tahayyüller adeta Modern Çağ'ın hemen başlangıcındaki Avrupalı düşünürlerde gördüğümüz aşırı iyimserlik veya kötümserlik halini anımsatmaktadır. Pozitivist akımın, bilimin her şeye muktedir olduğu ve bu dünyada insanlığa 'cennet vadettiğini', ya da insan ömrünü bin seneye kadar uzatacağı vaadini unutmamak gerekir (Atalay, 2018: 20-21). 'Dijital Çağ'a ilişkin bir başka iyimserlik ise, günümüzde yakalanan bilimsel ivmenin, hiç kesintiye uğramadan süreceğine olan inançtır. Oysaki tarihsel deneyimler böyle bir sürekliliğin mümkün olmadığını ve çeşitli nedenlerle bilimsel çalışmaların

¹ Haliç Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü

durakladığını, ya da kesintiye uğradığını göstermektedir (Bkz., Martinez-Gros, 2014). Dolayısıyla bu çalışmada geçmişin perspektifinden dijitalleşmeye farklı bir bakış önerilecektir.

2 Dijitalleşme Karşısında Devletin Tutumu

Konuya dair yaklaşımlarda devletler ve toplumlar, yorulmak ve usanmak nedir bilmeyen bilim insanlarının ellerinde tasarlanan başıboş aygıtlar ve yığınlar olarak algılanmaktadır. Oysaki devletler, bilimsel ilerlemelerin adeta motoru gibidirler. Ve her bilimin yolu nihayetinde siyasete çıkar. Siyaset, bilimsel çalışmaları ya destekler, ya da tehlikeli gördüğünü yasaklar. Kontrol edemediği süreçlere hemen adapte olabilir. Bu yeteneğini ‘dijital devlet’ gibi tanımlamalardan anlayabiliriz. Örneğin ABD Bakanı Donald Trump, sosyal medya mesajlarıyla, adeta tarihe yön verebilmektedir. Dolayısıyla dijitalleşme, demek ki toplum ve onu bir arada tutan siyasal kurumları, eş zamanlı olarak dönüştürebilmektedir.

Dijitalleşme, hem devlete meydan okumakta, fakat aynı zamanda, toplumu etkin bir şekilde kontrol etmesine imkân vermektedir. Zira George Orwell’in 1984 adlı ünlü romanında betimlediği, hayali bir totaliter rejim gözetiminin, artık demokratik rejimlerde de gerçekleştiğini görmekteyiz. Günümüzde de bu süreç dijital *Panoptikon* (Jeremy Bentham, 1748-1832) aracılığıyla gerçekleşmektedir. Toplumların güvelik kaygısıyla devlet kontrolüne rıza göstermeleri, bireysel özgürlük ve siyaset etkileşimini dijital kodlar çerçevesinde yeniden formüle etmemiz ve üzerinde düşünmemiz gerektiğini göstermektedir (Bkz., Han, 2019).

3 Dijitalleşme ve Toplumsal Dönüşüm

Dijitalleşmenin Sanayi Devrimi’nin, dolayısıyla da sanayi toplumunun evrelerinden biri mi, yoksa iddia edildiği gibi yeni bir çağın başlangıcı mı olduğu sorularına kesin bir yanıt vermek elbette zor. Ancak dijital teknolojinin toplumsal hayatın neredeyse tamamını etkilediği düşünülürse, artık ‘dijital bir toplumdaki’ bahsetmek kaçınılmaz bir olgu olarak karşımızda durmaktadır. Medeni toplumları devletsiz olarak düşünemeyeceğimize göre, brey-toplum-devlet üçgeninde yeni bir diyalektiğin de geliştiğini söyleyebiliriz. Bireylerin dijital mecralar üzerinden kurduğu yeni iletişim ağları, yeni bir sosyolojiyi işaret ederken, sosyal medyada devletin tamamen kontrol edemediği, adeta ‘siber muhalefet’ diyebileceğimiz ve ağırlıklı olarak dezenformasyon üzerinden yürüyen, dipten gelen ve toplumu derinden etkileyen yıkıcı muhalif dalgalar oluşturmaktadır. Bu durum karşısında devletin, toplumsal kontrol araçlarını yeniden gözden getireceği ve yeni araçlar geliştireceği muhakkaktır.

4 Sonuç

Bütün olumsuz senaryolara rağmen, dijitalleşme ve otomasyon olgusunun, Çin’den dünyaya yayılan salgının hastalığın zorluklarının aşılmasında, nedenli hayati bir rol oynadığını görmüş bulunmaktayız. Örneğin, uzaktan eğitim için sunduğu olanaklar ve otomasyon sistemine dayalı fabrikaların, insan dolaşımının sınırlandırıldığı bu dönemde, hayati görevler üstlendiklerine şaşkınlıkla tanıklık ediyoruz. Dolayısıyla içinden geçtiğimiz bu zor süreç, dijitalleşme ve otomasyonu her alanda yeniden düşünmemiz gerektiğini göstermektedir.

Kaynakça

İnan, K. (2019). *Teknolojik İşlevsizlik*, İstanbul, İletişim Yayınları.

Han, B. C. (2019). *Psikopolitika*, İstanbul, Metis Yayınları.

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

Martinez-Gros, G. (2014). *Brev Histoire des Empires*, Paris, Edition du Seuil.

Atalay, O. (2018). *Türk'e Tapmak, Seküler Din ve İki Savaş Arası Kemalizm*, İstanbul, İletişim Yayınları.

Kurzweil, R. (2006). *The Singularity is Near*, Londra, Penguin Books.

PERSONALITY AND SOCIAL VALUES IN A GLOBALIZED WORLD REVIEW OF THE SYSTEM AND THE EFFECT OF THIS ON THE AZERBAIJAN SOCIETY

Yagut ALIYEVA¹, Sevinc ALIYEVA²

Abstract

In this study focus on the personality and the mutual values systems of the society regarding current conditions are seen to be evident in the globalization process in the world. Thus above mentioned developments analyzed in the light of current conditions. On the other hand, a comparative analysis of the Eastern and Western values carried out with the innovation and integration practices which has been implemented in the Azerbaijani society, in this way pointed out the effects of market values and globalization on the formation of personality.

In every socio-economic world order a completely defined system of spritual values dominates adequate to the existing system. Without this, a society could not exist and develop. On the one hand the system of spritual values of any society are consistent by system of material life, on the other hand any subsystem of spritual values - political, legal, moral, aesthetic, religious etc. mutually contingent and interdependent each other. This moment is one of the normal functioning of the social system. However, at the time of social upheavals- war, revolution, coups - causing a more or less thourough transition of some qualitative definitions to others, the above - mentioned connection of coordination's and subordination of spritual values is violated. In some cases, this is accompanied by a transition from one socio-economic system to another, in other cases, it makes it necessary to significantly update and improve the elements of the system. In any case, the time has come to reassess both material and spritual values.

Such nesessity is determined by the fact that between the nascent new reality that requires new or updated values and existing traditional, to one degree or another absolute values and norms that compose them, there arise "crisis" moments, which are called extreme in the history of society including many problematic situations. This task also includes preparing society for the emerging new system and activity incorporating these standards into the implementation.

The global problems that we face today can only be resolved as a result of the conscious, focused efforts of the whole society. However, for this, it is necessary that people have complete information about the ongoing processes. Due to the above phenomena, old ones disappear and new types of activity arise. Both the individual person and society as a whole are required to show some flexibility and adapt to new conditions. To adapt, they need to create the necessary

¹ Doç.Dr., Bakü Devlet Universitesi, Sosyal Bilimler ve Psikoloji Fakültesi, Sosyoloji Bölüm, Azerbaycan Cümhuriyeti, Bakü yagut_family@mail.ru

² Öğr.Üyesi, Dr., Bakü Devlet Universitesi, Sosyal Bilimler ve Psikoloji Fakültesi, Sosyoloji Bölüm, Azerbaycan Cümhuriyeti, Bakü, yagut.aliyeva@gmail.com

conditions for retraining, obtaining new knowledge, etc. These are new requirements presented by new living conditions.

Keywords: value system, individual, society, transformation of society, globalization.

KÜRESELLEŞEN DÜNYADA ŞAHSİYET VE TOPLUMSAL DEĞERLER SİSTEMİNİN YENİDEN DEĞERLENDİRİLMESİ VE BUNUN AZERBAJCAN TOPLUMUNA ETKİSİ

Özet

Bu çalışmada dünyadaki küreselleşme sürecinde belirginleştiği görülen yeni koşullara dair kimlik/şahsiyet ve toplumun karşılıklı değerler sistemlerinin incelemesine yer verilmiştir. Söz konusu gelişmeler ekseninde beliren değerlerin güncel durumu analiz edilmiştir. Diğer yandan Azerbaycan toplumunda gerçekleştirilen yenileştirme ve entegrasyon uygulamalarıyla beraber Doğu ve Batı değerlerinin mukayeseli analizi yapılmış, bu şekilde piyasa değerlerin, küreselleşmenin kimliğinin/şahsiyetin oluşumuna yönelik etkileri ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: değerler sistemi, kimlik/şahsiyet, toplum, toplumun dönüşümü, küreselleşme.

Problem Durumu

Bu çalışmada dünyadaki küreselleşme sürecinde belirginleştiği görülen yeni koşullara dair kimlik/şahsiyet ve toplumun karşılıklı değerler sistemlerinin incelemesine yer verilmiştir. Söz konusu gelişmelerde ekseninde beliren değerlerin güncel durumu analiz edilmiştir. Diğer yandan Azerbaycan toplumunda gerçekleştirilen yenileştirme ve entegrasyon uygulamalarıyla beraber Doğu ve Batı değerlerinin mukayeseli analizi yapılmış, bu şekilde piyasa değerlerin, küreselleşmenin kimliğinin/şahsiyetin oluşumuna yönelik etkileri ele alınmıştır.

Toplumun çok faktörlü sistemden müteşekkil olduğu bilinmektedir. Bu sistemin ögeleri arasında toplumun maddi - manevi hayatı ise söz konusu ögelerin önemli bileşenleri arasında yer alırken, alt elemanları birbiriyle koordineli olarak, dikey - yatay bir ilişki içindedir. Diğer yandan yatay ilişkiler sisteminin ögeleri arasında siyaset, hukuk, sanat, ahlâk, din, bilim ve diğer alanlar yer almaktadır. Bu ögelerin de kendi aralarında aynı yön veya ters yöne olmak şeklinde karşılıklı ilişkileri bulunmaktadır. Bu nedenle dikkat çekilen hususlardaki gelişmeler, bir diğerinden kopuk biçimde ve birbirlerine kayıtsız kalmış olduklarını istenilerek de olsa tahayül etmek mümkün değildir. Ancak söz konusu herhangi bir sistemin içerisinde yer alan ögelerden birinin, kendi sistemini geliştirme fonksiyonuna sahip olması ve bu potansiyeli ortaya koyması oldukça doğal karşılanabilecektir. Söz konusu toplumsal ögelerden hangisinin temel alındığına bağlı olmak kaydıyla ilgili sosyal-felsefi kavram oluşmaktadır.

Araştırma Yöntemi

Bu çalışmanın aslı kaynağını yerli ve yabancı literatüre ait kaynaklar oluşturmaktadır. Söz konusu durum, görüş farklılıklarıyla sosyal süreçlerin geniş ve kapsamlı etkiye açık olmasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla, şahsiyet ve toplumun müşterek değerler sistemlerini incelemek, küreselleşmeyle birlikte dünyadaki değerlerin yeniden incelenmesiyle

ilgili konu araştırmasına yönelik sosyolojik çalışmalar, pek çok sosyal bilim alanının yanı sıra bir bütün olarak toplumun gelişmesi açısından da son derece önemlidir.

Çalışmada yukarıda dikkat çekilen konuya yönelik mevcut literatürden de yararlanılarak yeni öneriler geliştirmek amaçlanmıştır.

Yöntemsel olarak araştırma sürecinde sistem analizi tercih edilmiştir. Bu yöntem literatürde "Sistem Kuramı" ya da "Genel Sistem Kuramı (Teorisi)" olarak adlandırılmaktadır. Yöntemin temel amacı; dünyadaki genel ilişkileri açıklamak için sistematik ve kuramsal bir çerçeve geliştirmektir. Bu bakımdan sistem analizi, karar mercilerine amaçlarını belirlemek ve bu amaçları gerçekleştirebilecek muhtemel seçeneklerin, sistematik açıdan bütüncül olarak sistem açısından incelenmesinde, değerlendirilmesinde ve böylece izleyecekleri en uygun yolun (eylem biçiminin) seçiminde yardımcı olan, bir tür araştırma ve problem çözme tekniğidir.

Bulgular ve sonuç

Herhangi bir sosyo-ekonomik dünya düzeninde, toplumun yapısına uygun olan birtakım ahlâki değerler sisteminin egemenliğini sürdürdüğü görülmektedir. Öte yandan bir toplum, söz konusu değerlere sahip olmaksızın varlığını sürdürüp gelişim gösteremez. Herhangi bir toplumun manevi değerler sistemi, bir yandan maddi yaşam sistemi ile uyumu sağlarken, diğer yandan da manevi değerlerin istenilen alt sistemi - siyasi, hukuki, ahlaki, estetik, dini vb. karşılıklı olarak birbirine ihtiyaç duyar ve birbirini etkiler... Bu dikkat çekilmiş olan husus, sosyal sistemin normal etkisinin zorunluluklarından biridir. Ancak sosyal afetler sırasında (savaşlar, devrimler, darbeler örneğinde olduğu gibi), sosyal değerlerin sayısal değişimi gerçekleşir.

Başka bir biçimde ifade etmek gerekirse, bir kalite halinden diğerine doğru gerçekleşen, tabanlı geçiş sürecinde, manevi değerlerin yukarıda belirttiğimiz bağımlılık/tabîlik ilişkisi ve koordinasyonu az - çok bozulacaktır. Bazı durumlarda bu husus, bir sosyo-ekonomik sistemden diğerine geçişle beraber gerçekleşirken, diğer durumlarda ise mevcut sisteme ait öğelerin güncellenmesi ve geliştirilmesi ihtiyacını ortaya çıkarır. Bu noktada hem maddi, hem manevi değerlerin yeniden değerlendirilmesi zorunluluğu doğar.

Diğer yandan yenilik veya yenileşme gerektiren sosyal değerlerle oluşan, yeni gerçeklik ortamında şu biçimde bir zorunluluk bulunur: bu veya diğer derecede gecikmiş geleneksel değerler ve normlar arasında "kriz" anları oluşmaktadır. Toplum tarihinde şunları aşırı adlandırmak kabul edilmiş ve buraya bir takım sorunlu durumlarda dahil edilmiştir. Değerler sistemlerinin yeniden değerlendirmesinin revizyonunda orta karar bir ivme sağlanmadan, manevi değerlerin yeterli normları düzenlenmeden, toplumun etkin ve başarılı biçimde gelişmesi mümkün olamaz. "Yeniden değerlendirme" deyince iki görev üzerinde durulmalıdır. Bu görevler, bir yandan, var olan durumun bilimsel analizi ve muhtemel eğilimlerin ve yönlerin işlenip hazırlanması, öte yandan ise, yeterli manevi değerler sistemi normlarının oluşturulması sürecinin pratik olarak gerçekleştirilmesidir. Bu görev aynı zamanda da toplumun yeni oluşan sisteme hazırlanmasını ve belirli normlara etkin şekilde katılımını içermektedir.

Bugün Azerbaycan'da sivil toplum ve hukuki devletin oluşturulması alanında reförmlerin uygulanması bir süreç halinde aktif halde devam etmektedir.

Bu süreçlere, değerlerin yöneliminde, toplumun farklı grup ve katmanlarının psikolojik bir değişimi eşlik etmektedir. Ekonomik tabandaki ve siyasi altyapıdaki değişikliklerin; hızı ve doğası, büyük ölçüde ülkedeki yapısal, ekonomik, politik, belirli tarihi ve etnik koşullara bağlıdır. Günümüzde (90-lardan başlayarak bugüne) Azerbaycan'ın sosyal yapısında önemli

March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

niteliksel ve niceliksel değişiklikler gerçekleşmiştir. Bunlara ekonomideki yapısal değişiklikler, yeni mülkiyet biçimlerinin ortaya çıkması, yeni bir halkla ilişkiler sistemi oluşturulmasının yanı sıra ülkenin dünya topluluğuna entegrasyonu ve küreselleşme etkili olmuştur. Sıralanan gelişmelerin hemen hepsiyle ilişkili ulusal değerler, kelimenin en geniş anlamında sınırlarını ve önemini yitirmektedir. Yukarıda yer verilen gelişmeler sonrasında, bir takım eski faaliyet türleri ortadan kalkarken, yeni faaliyet türleri ortaya çıkmaktadır. Hem bireyin hem de toplumun yeni koşullara uyum sağlaması hayati bir gerekliliktir. Bugün karşılaştığımız küresel zorluklar, ancak özel çabalarımız sonucunda aşılabılır ve çözüme ulaştırılabilir. Ancak, yenilikleri gerçekleştirmek için ülkedeki bireylerin, yenilik süreçleri hakkında bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Bireyler, uyum sağlama, yeteneklerini geliştirme ve yeni bilgiler edinmek üzere kazanılması gereken bir takım becerilere ihtiyaç duyarlar. Bu hususlar, yeni yaşam koşullarının ortaya koyduğu yeni gereksinimleridir.

Bu anlamda sadece devlet kurumlarıyla kısıtlı olmayan; aile, eğitim sistemi, dini kuruluşlar ve kitle iletişim araçları da hem bireyin hem de bir bütün olarak toplumun ahlaki bütünlüğünü yeniden inşa etme sürecin de etkili olabilmektedir.

Кайнакча

Алиева, Я.Н. (2007). Тенденции изменения социальной структуры азербайджанского общества и их отражение на семейных отношениях. Дис... канд. социол. наук. Баку.

Алиева, Я.Н., Алиева, С.Н. (2015). Социальные конфликты / Учебное пособие. Баку.

Алиева, Я.Н., Исмаилова, С.А. (2012) «Ценности как важнейший атрибут жизнедеятельности общества и личности. Необходимость их системной переоценки в новых условиях» / “The value system of modern society” XVII Международная Научно-практическая конференция на тему «Система ценностей современного общества». Веунəlxəlq konfrans materialları. (МАНВО: Великобритания). Всемирная Федерация Научной Аналитики. 19-23 yanvar 2012 г. Вöyүkbritaniya, London, Odessa in Press, 2012. s.128-130.

Асп, Э.К. (2000). Введение в социологию. Санкт-Петербург.

Гасанов, Р.М. (2003). Формирование гражданского общества в условиях трансформации. Баку.

Гидденс, Э. (1999). Социология. Москва.

Данилов, А.Н. (1998). Переходное общество: Проблемы системной трансформации. (1998). Минск.

Кравченко, А.И. (1999). Социология: Учебник для студентов вузов. Екатеринбург.

Мамедова, С.Д. (2011). Социальные изменения: теоретические и методологические проблемы. Баку.

Рукавишников, В.О. (1994). Социология переходного периода // Социологические исследования, №6, с.26-28.

Философия. Учебник. 2-е изд., испр. и доп. / Под ред.В.Н.Лавриненко. (1998). Москва.

Штомпка, П. (1996). Социология социальных изменений / пер. с англ. под ред. В.А.Ядова - Москва.

Şirəliyev, H., Vahidov, F. (1987). Ahəngdar inkişaf etmiş şəxsiyyətin formalaşması. Bakı.

Aliyeva, Y., Aliyeva, S. (2015) «Yeni ortamda şəxsiyyət və toplumsal dəyərlər sisteminin yenidən dəyərləndirilməsi ihtiyacı» / “Uluslararası İnsani Dəyərlərin Yenidən İnşası



March 12-13, 2020 Antalya

Congress Book

Sempozyumu". 19-21 iyun 2014. Atatürk Üniversitesi, Üsküdar Üniversitesi. Türkiye, Erzurum. Tebliğler. Cild 3. 2015, N0: 1078. Atatürk Univer-si Yayınları., s.337-342.

"Uluslararası İnsani Değerlerin Yeniden İnşası Sempozyumu". (2015). 19-21 iyun 2014. Atatürk Üniversitesi, Üsküdar Üniversitesi. Türkiye, Erzurum. Tebliğler. Cild 1-3.

DIGITAL AESTHETIZED BODY IMAGE IN FASHION PHOTOS

Eren GÖRGÜLÜ¹

Abstract

In the century we live, identities formed by consumption are affected by globally dominant capitalism. Individuals' desire to consume all their wishes through brands has been a very important goal. Advertising photographs and fashion photographs, which contribute to the realization of these consumption-based demands, have an important effect on mass media. The relationship between advertising and fashion, which has an important place in cultural content transfer, plays a key role for this effect. Fashion photographs are exposed to a series of manipulations and regulations from the moment they are shot to keep up with digitalizing world, to encourage consumption and to become the object of desire. The digital modification of these photographs associated with fashion leads to the deceptive presentation of the concept of body. These photos that serves the consumption culture change the reality, make the body perfect, and cause a misleading image production. Digital interventions to change fashion photographs are made to increase the beauty attributed to the body in the consumption culture. Fashion photographs built on this ideal body perception have become an important tool in digital aestheticization of the body.

Keywords: Photograph, Art, Reproduction, Digital.

MODA FOTOĞRAFLARINDA DİJİTAL OLARAK ESTETİZE EDİLEN BEDEN

Özet

Yaşadığımız yüzyılda tüketim ile biçimlenen kimlikler küresel olarak egemen olan kapitalizmden etkilenmektedir. Bireylerin markalar aracılığıyla her türlü isteklerini tüketme arzuları bireyler için oldukça önemli bir amaç olmuştur. Tüketime dayalı bu isteklerin gerçekleşmesine katkı sağlayan reklam fotoğrafları ve moda fotoğrafları kitle iletişim araçları içerisinde önemli bir etkiye sahiptir. Kültürel anlam aktarımında önemli bir yeri olan reklam ve moda ilişkisi bu etki için kilit bir rol oynamaktadır. Moda fotoğrafları dijitalleşen dünyaya ayak uydurmak, tüketimi teşvik etmek ve arzu nesnesi haline gelmek için çekildikleri andan itibaren bir dizi manipülasyona ve düzenlemeye maruz kalmaktadır. Moda ile ilişkilendirilen bu fotoğrafların dijital olarak değiştirilmesi beden kavramının aldatıcı bir şekilde sunulmasına yol açmaktadır. Tüketim kültürüne hizmet eden bu fotoğraflar gerçeği değiştirmekte, bedeni kusursuzlaştırmakta ve yanıltıcı bir imge üretimine sebep olmaktadır. Moda fotoğraflarını değiştirmeye yönelik yapılan dijital müdahaleler tüketim kültüründe bedene atfedilen güzelliği

¹ Öğretim Görevlisi Eren Görgülü, Kırklareli Üniversitesi Lüleburgaz MYO, Grafik Tasarım Programı, erengorgulu@gmail.com

artırmak için yapılmaktadır. Bu ideal beden algısı üzerine inşa edilen moda fotoğrafları bedenini dijital olarak estetize edilmesinde önemli bir araç haline gelmiştir.

Anahtar Kelimeler: Fotoğraf, Sanat, Yeniden Üretim, Dijital.

Kaynakça

ATMACA, A. ve E. (2011). *Modern Sanat ve Bilgisayar Destekli Sanat Çalışmaları (Dijital Art)*. Karabük Üniversitesi S.B.E.-Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:10 Sayı:37.

BARRETT, T. (2017). *Fotoğrafi Eleştirmek İmgeleri Anlamaya Giriş*, İstanbul: Hayalperest Yayınları.

EGE, B. G. (2017). *Kurgu Çağında Gerçekliğin Manipülasyonu, Popüler Kültür ve Photoshop*, Sosyoloji Dergisi, Sayı:36. S. 117-129.

Görsel Kaynakça

Resim 1. Mario Sorrenti, Kate Moss, Virgin Gorda 1992. <http://www.artandsmoke.com/kate-the-kate-moss-book/>, Erişim Tarihi: 15.12.2019.

Resim 2. Mario Sorrenti, Kate Moss, Harper's Bazaar Dergisi Obsession İlanı,1992. <https://www.dazeddigital.com/photography/article/17120/1/obsession-through-the-ages>, Erişim Tarihi: 15.12.2019.

Resim 3. Mert Alaş ve Marcus Piggott, '#MyCalvins Reklam Kampanyası', 2015. <https://missbish.com/justin-bieber-calvin-kleins-mycalvins-ad-campaign/>, Erişim Tarihi: 17.12.2019.

Resim 4. Patrick Demarchelier, New Yorker Dergisi için çekilen fotoğraf, 2008. <https://www.newyorker.com/magazine/2008/05/12/pixel-perfect>, Erişim Tarihi: 10.12.2019.

Resim 5. Pascal Dangin, Patrick Demarchelier'in fotoğrafına yapılan rötuş sonrası görünüm, 2008. <https://www.newyorker.com/magazine/2008/05/12/pixel-perfect>, Erişim Tarihi: 10.12.2019.



March 12-13, 2020 Antalya



Congress Book
