

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ SOSYAL
BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



BİLGİ TOPLUMUNDA DEĞER
DEĞİŞMELERİNİN SOSYOLOJİK BOYUTU
YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Prof. Dr. Ersan ERSOY

HAZIRLAYAN
Nesrin DEMİR

MALATYA, 2021

**T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI
SOSYOLOJİ BİLİM DALI**

**BİLGİ TOPLUMUNDA DEĞER DEĞİŞMELERİNİN
SOSYOLOJİK BOYUTU**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Nesrin DEMİR

**Danışman
Prof. Dr. Ersan ERSOY**

Malatya 2021

ONUR SÖZÜ

"Prof. Dr. Ersan ERSOY danışmanlığında Yüksek Lisans Tezi olarak hazırladığım "**Bilgi Toplumunda Değer Değişmelerinin Sosyolojik Boyutu**" başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın tarafımdan yazıldığını ve yararlandığım bütün yapıtların hem metin içinde hem de kaynakçada yöntemine uygun biçimde gösterilenlerden oluştuğunu belirtir, bunu onurumla doğrularım."

Nesrin DEMİR

İmza



ÖNSÖZ

Değerler, insanlık tarihinin başlangıcından itibaren toplum hayatında ve insan ilişkilerinde önemli bir olgu olması ile birlikte, bilimsel disiplinlerin de temel konusu haline gelmiştir. Ancak bilim dünyasında, felsefenin çok eski dönemlerden itibaren temel tartışmalarından birisi olan değerlerin, sosyal bilimler içerisinde bilimsel bir yaklaşımla ele alınması ve konu alanı olarak görülmesi, uzunca bir zaman diliminde gerçekleşmiştir. Temelde pozitivist paradigmanın etkisiyle öznel ve soyut olarak görülen değerlerin, bireye özgü inanç bütünlüğünü sağlayan hükümler olarak kabul edilmesi ve dolayısıyla onların nesnel bir analizinin gerçekleştirmesinin de mümkün olmayacağı düşüncesi bulunmaktadır. Fakat değerler, bireysel ve toplumsal bağlamda, yani hem özel hem de genel manada etkisini göstermesi ve öneminin anlaşılması, sosyal bilimlerde değerler kavramına bakış açısını değiştirmiştir.

Değerler, her dönemde hem bireyin ve hem de toplumsal hayatın genelinde yadsınamaz bir öneme sahip olmuştur. Bu da göstermektedir ki toplum bütünlüğünün korunması, sürekliliğinin sağlanması değerler sayesinde gerçekleşmekle birlikte aslında bireyin varlığı da sahip olunan değerler aracılığıyla değer kazanmaktadır. Değer kavramının toplum yapısının bütünlüğünde ve sürekliliğindeki etkisi, toplumsal değişim dönemlerinde artış göstermektedir. Değişme dönemlerinde değerler bazen birey ve toplum açısından tampon mekanizma görevi görmektedir, bazen de onları yeni değerlere doğru sürüklemekte ve yeni değerlerle karşı karşıya getirmektedir. Yeni değerleri benimseyen toplum içerisinde yeni davranışlar, yeni toplumsal ilişkiler ve yeni etkileşimler gerçekleşmektedir. Bir müddet sonra yeni değerler çerçevesinde toplumsal bütünleşme ve intibak sağlanmaktadır. Böylelikle toplumsal yapı içerisinde değerler alanı, dinamik bir karakter arz etmektedir. İşte bir toplumdaki değerlerin ve değer değişimlerinin öneminden hareketle gerçekleştirilen “Bilgi Toplumunda Değer Değişmelerinin Sosyolojik Boyutu” başlıklı bu çalışmada; bilgi, teknoloji ve enformasyon çağının hızlı değişimlerinden etkilenen toplumlarda değer değişimlerinin sosyolojik olarak incelenmesi öngörülmüştür.

Tez konumun belirlenmesinden son şeklini almasına kadar her aşamada, maddi ve manevi hiçbir desteğini esirgemeyen, kendisinden hem alana hem hayata dair çok kıymetli bilgiler öğrendiğim danışmanım Prof. Dr. Sayın Ersan Ersoy’a teşekkürü borç

bilirim. Yetişmemde büyük emekleri olan ve kendilik değeri kazandırarak beni büyüten canım annem ve babama şükranlarımı sunarım. Ayrıca bu süreçte her zaman yanımda olan, desteğini hissettiren sevgili eşim Dr. Fahrettin Burak Demir ve en büyük motivasyon kaynağım olan oğlum Alp Bilge Demir'e varlıkları için müteşekkirim.

Nesrin DEMİR



ÖZET

Bireylerin davranışlarına rehberlik eden ve yaşama dair önceliklerine ilişkin inanç hükümlerini belirleyen değerler ancak toplumsal düzlemde anlam kazanmaktadır. Tarım toplumundan bilgi toplumuna kadar durmaksızın değişen ve evrilen toplumsal yapılanma değerler sistemini de dönüştürmüştür. Bilgi toplumunun teknolojik gelişmelerle ve getirdiği yeniliklerle birlikte hızlı değişen yapısı, bireylerin kolektif bilincini etkileyerek değerleri yapıbozuma uğratmıştır. Bu bağlamda toplumda meydana gelen değişim ve dönüşümden öncelikli olarak etkilenen değerler, toplumsal bütünlüğü sağlamak adına insanlara yeni intibak biçimlerini öngörmüştür.

Bu çalışmada, yaşadığımız bilgi çağını daha iyi anlamak ve anlamlandırmak için sosyal bilimcilerin mercekte eğilmesi gereken önemli konulardan biri olan değerler sistemindeki değişimler sosyolojik bağlamda ele alınmıştır. Çalışma literatür taraması yöntemi ile gerçekleşmiştir. Çalışmada bilgi toplumu ve değerler kavramsal bir çerçevede açıklanmış ve tarihsel boyutuyla incelenmeye çalışılmıştır. Beraberinde toplumda temel değer değişimlerinin kaynakları üzerinde durulmuştur. Son bölümde ise değer değişimlerinden yola çıkılarak toplumda gözle görülür değişime uğrayan değer yapılanmaları alanda yapılmış çalışmalar üzerinden ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Bilgi Toplumu, Değerler, Değer Değişimleri, Sosyal Medya, Aile, Gözetim Teknolojileri, Oyun Bağımlılığı*

ABSTRACT

Values are the set of criteria that determine how individuals behave like good-bad, right-wrong in society. The constantly changing and evolving social structure from the agricultural society to the information society also transforms the value system. The rapidly changing structure of the information society has deconstructed values by affecting the collective consciousness of individuals. In this context, the values that are primarily affected by the change and transformation that occur in the society shape it in this direction in order to ensure social integrity. The basis of the social structure is to exist with intrinsic values, but the question of whether the change in the social structure affects the values or does the changing values shape the society should be considered by social scientists in the last century.

In our study, the changes in the value system, which is one of the important issues that social scientists should focus on in order to better understand and make sense of the information age we live in, are discussed in the sociological context. In our study, the information society and values were explained in a conceptual framework and tried to be examined with its historical dimension. Along with it, the sources of basic value changes in society were emphasized. In the last part, based on value changes, value structures that have undergone visible changes in society are discussed through literature studies.

Keywords: *Information Society, Values, Value Changes, Social Media, Family, Surveillance Technologies, Game Addiction*

İÇİNDEKİLER

ONUR SÖZÜ.....	iv
ÖNSÖZ	v
ÖZET	vii
ABSTRACT.....	viii
İÇİNDEKİLER.....	ix
TABLolar LİSTESİ	xii
GRAFİKLER LİSTESİ.....	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiv
KISALTMALAR	xv
GİRİŞ.....	1
1. Araştırmanın Amacı	4
2. Araştırmanın Önemi.....	4
3. Araştırmanın Yöntemi	5

BİRİNCİ BÖLÜM

TOPLUMUN DÖNÜŞEN TİPOLOJİLERİ

1.1. Tarım Toplumu	7
1.1.1. Tarım Toplumu Öncesi Dönem	7
1.1.2. Tarım Toplumu Dönemi	9
1.1.3. Yerleşme Birimi Olarak Tarım Toplumu'nun Özellikleri.....	10
1.1.4. Tarım Toplumu ve Sosyal İlişkiler	11
1.1.5. Tarım Toplumu ve Üretim İlişkileri	14
1.2. Sanayi Toplumu	18
1.2.1. Sanayi Toplumu'nun Hazırlayan Dönüşümler	18
1.2.2. Sanayi Toplumu'nun Genel Özellikleri	19
1.3. Bilgi Toplumu.....	22
1.3.1. Bilgi Toplumu Tanımı	22
1.3.2. Ağ Toplumu.....	24

İKİNCİ BÖLÜM

TOPLUMUN TEMEL KODLARI: DEĞERLER VE DEĞER DEĞİŞMELERİ

2.1. Değerler.....	26
2.1.1. Değer Kavramının Tanımı.....	26
2.1.2. Sosyoloji Dünyasında Değerler.....	28
2.1.3. Değerlerin Genel Özellikleri	31
2.1.4. Değer Sınıflamaları.....	33
2.1.5. Değerler Hiyerarşisi ve Değerler Sistemi.....	34
2.2. Değer Değişimleri	35
2.2.1. Bireysel Değer Değişimleri	35
2.2.2. Toplumsal Değer Değişimleri.....	36

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BİLGİ VE TEKNOLOJİ TOPLUMUNDA DEĞER DEĞİŞMELERİNİN SOSYOLOJİK ANALİZİ

3.1. Bilgi Toplumunda Değerler ve Dönüşümler	39
3.2. Bilgi Toplumunda Aile ve Değer Değişimleri	42
3.2.1. Aile Kurumunun Tanımı ve Özellikleri.....	42
3.2.2. Aile Yapısında Meydana Gelen Dönüşümler, Roller ve Değerler	43
3.3. Bilgi Toplumunda, Kuşak Farklılaşmalarının Değerlere Yansıması.....	47
3.3.1. Kuşak Türleri ve Sınıflamaları.....	47
3.3.2. Kuşaklararası Farklılaşmalar ve Değer Değişimleri	50
3.4. Sosyal Paylaşım Ağları ve Değer Değişimleri	54
3.4.1. Sosyal Medya ve Değerler	57
3.4.1.1. Sosyal Medyada Benliğin İnşası ve Sahte Kendilik	58
3.4.1.2. Sosyal Medyada Kültürel Kimliğin Değişen Yansımaları	60
3.4.1.3. Sosyal Medyada Kullanılan Dil ve Değerler.....	63
3.5. Mobil Teknoloji Araçları ve Mahremiyetin Dönüşümü	65
3.5.1. Mahremiyet Kavramı	67
3.5.2. Gözetim Toplumu ve Mahremiyet	72
3.6. İnternet- Oyun Bağımlılığı ve Değer Değişimleri.....	78
3.6.1. Bağımlılık Kavramı	81

3.6.2. İnternet Bağımlılığı.....	82
3.6.3. Oyun Bağımlılığı	84
3.6.4. Genel Olarak Bağımlılığın Değer Değişmelerine Etkisi.....	85
3.7. Tüketim Toplumu ve Değer Değişmeleri.....	87
3.7.1. Bir Kavram Olarak Tüketim.....	90
3.7.2. Tüketim Toplununun Oluşumu ve Tüketim Kültürü	91
3.7.3. Elektronik Ticaret ve Tüketim Davranışı	93
3.7.4. Tüketim Toplununun Toplumsal Değerler Üzerindeki Etkisi	95
SONUÇ	100
KAYNAKÇA.....	106



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Tarım Öncesi Toplum ve Tarım Toplumunun Ana Özellikleri.....	16
Tablo 3.1. Türkiye’de aile yapısının değişimi, 1968-2016 (ASAGEM, 2018).....	46
Tablo 3.2. Kuşaklar ve genel özellikleri (Yazıcı, 2019: 21)	50
Tablo 3.3. Geleneksel Elektronik Ticaret Karşılaştırması	94



GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 3.1. Türkiye’de yıllara göre internet kullanımı.	57
---	----



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1. Sosyal Medya'nın Temel Kavramları	56
Şekil 3.2. Diego Velázquez'in Nedimeler Eseri, 1656, Las Meninas	73



KISALTMALAR

YY	: Yüzyıl
M.Ö.	: Milattan Önce
M.S.	: Milattan Sonra
ICOMOS	: Uluslar arası Anıtlar ve Sitler Konseyi
BKZ .	: Bakınız
AKT.	: Aktaran
Vb.	: Ve Benzeri
Vd.	: Ve Diğerleri

GİRİŞ

Zaman mekân mefhumunun birbirine girdiği yeni küresel düzende “bilgi çağı”, bireysel ve toplumsal düzlemde hayatın bütün yönlerini önemli ölçüde etkilemekte ve şekillendirmektedir. Bu yeniçağ, tarım ve sanayi devriminden sonra dijital teknolojilerin devrim niteliğindeki gelişmesi ve yayılması ile ortaya çıkmıştır. Kas gücüne dayalı tarım toplumunun ardından seri üretime dayalı endüstri toplumuna geçilmiş; sonrasında bilgiye çok hızlı bir şekilde ulaşılan enformasyon toplumuna geçişle birlikte insanlık tarihi büyük bir kırılma yaşamıştır. Bilgi toplumu üzerinde bir kuşatmaya sebep olan yeni medya araçları ve “veri” ağlarının gelişimi, toplumda büyük bir değişime sebep olmuştur. Zamanla değişimin hızı ve etkisi kontrol edilemez bir hal almıştır (Öztürk, 2015:10).

Tarım toplumunda, evcil yük hayvanlarının saban kullanan insanın yerine geçmesi bir devrim iken endüstri toplumunda da buharlı ve dizel motorlar bunların üretimdeki gücünü ikame etmiştir (Dolgun, 2008: 183). Bu bağlamda endüstri devrimini, “insan yaşamının yazılı belgelere geçmiş tarihindeki en köklü dönüşümü” olarak tanımlayan Hobsbawm (2008: 13), enformasyon çağını ise sunduğu hız ve haz olgusundan ötürü “aşırılıklar çağı” olarak nitelemektedir. Enformasyon çağı bireylere, sınırların eridiği ufukların genişlediği küresel dünya sunmaktadır. Böyle bir dünya, bölgesel cephelerin aşındığı, ulusal ve toplumsal kimliklerin değişim tehdidi ile yüz yüze kaldığı bir yapıya sahiptir (Urry, 1999: 224).

Bilgi toplumunda enformasyon, kimlik, kültür, emek ve sermaye, büyük bir hızla akışkan hale gelmekte ve insanlık bu akışkanlığa uyum sağlayarak değişmeye başlamaktadır. Bu çağda üretkenliğin kaynağı bilgidir ve üretilen yeni bilgi; üretimin her alanına nüfuz eden ve etkinliği her geçen gün artan bir olgu haline gelmiştir (Lyon, 2006: 62). Bilgi çağında kimlik, kültür ve emek bütünlüğü korunarak hedeflenen yaşam, üretilen yeni bilgiye duyarsız kalmamayı dayatmakta ve böylece toplum değişimden kaçamamaktadır. Merkeze bilginin alındığı ve üretim çıktısının büyük teknolojik yeniliklerle sağlandığı bu çağda, bireysel ve toplumsal hayat daha hareketli ve akışkan hale gelmiş, toplumsal yapı ve ilişki biçimleri daha geçişken olmuş ve daha mobilize bir toplum meydana gelmiştir (Babacan, 2015: 26).

Zamanla siber uzamda meydana gelen değişmeler ve gelişmeler, bilgiye kolay ve hızlı ulaşım imkânı sunması ile birlikte, ‘enformasyon/bilgi toplumu’ yerini ağ toplumuna bırakmıştır. Castells, Marx’ın “yeni çağın tohumları eski çağın rahminde boy vermiştir” ifadesinden de yola çıkılarak internetin yükselmesi enformasyon toplumunun ağ toplumuna dönüşümünü kolaylaştırmıştır (Calhoun, 2004: 45). Castells bu tanımlama ile bir taraftan ağ toplumunu tahlil ederken, diğer taraftan enformasyon çağına olan bütüncül yaklaşımını göstermektedir. İnternet ağ yapısı yalnızca teknolojik yapılanmayı ifade etmemekle beraber, toplumsal yapılanmada da kendini göstermeye başlamıştır. Son tahlilde internet, yeni bir paradigma olarak toplumların bir ağ etrafında örgütlenmesini sağlamış, sosyal ilişki ve etkileşim biçimlerini değiştirerek bir devrim niteliinde olmuştur.

Yeni enformasyon teknolojileri ile ağ teknolojilerinin koordine olması yeniliklere daima açık olan bir ağ yapılanmasını meydana getirmiştir. Castells’in (2004b: 141-142) vurguladığı ağ toplumu örgütlenmesi, temelde küresel örgütlenmeyi kastetmekte ve özellikle küresel sosyal hareketler, üretim, küresel ekonominin tümü ağlarla örölmüş bir yapısal niteliğe sahip olduğunu ileri sürmektedir. Merkezsi ve esnek bir yapıya sahip olan küresel faktörler ağ toplumu içerisinde dinamik yapıdadır. Hala güncelliğini koruyan “küresel köy” benzetmesinde mekânın önemli kılındığı aşıkardır fakat ağ toplumunda mekân değil süreç önemlidir. Kurumların dahi şekillenmesini sağlayan enformasyon ağı, ağlar arasında interaktif bir yapılanmaya sebep olmuş böylece meydana gelen yeniliklerin tüm ağları etkilemiştir (Çımrın, 2011: 10).

Bilgi ve ağ toplumunda ekonomik gelişmenin ve teknolojinin temel karakteristiği olan bilgi, toplumsal değişimi saracak şekilde her alana uzanmaktadır. Ağ toplumunda farklı ve sonsuz bilgi ağlarını birbirine bağlayan ve her yeri ulaşılabilir kılan endüstri-ötesi bir yapılanma vardır. İnsanlar arasında bilginin hızlı bir şekilde paylaşılmaya başlanmasıyla, toplumda kaçınılmaz bir değişim ve dönüşüm gerçekleşmiştir. Meydana gelen değişimler, bireylerin ilişkilerini, sosyalleşme süreçlerini, iletişimlerini, yaşam biçimlerini, toplumsal yapısını derinden etkilemektedir. Söz konusu etkileşimden ve değişimden toplumun mihenk taşı olan mevcut değerler de nasibini almış, araçlarda ve ağlardaki farklılaşmalarla birlikte dönüşüme uğramıştır.

Değerler, toplumda sosyal ve kültürel unsurlara anlam veren ölçütlerdir. Toplumsal değerler, "bir toplumun üyeleri tarafından paylaşılan, toplumun iyiliği ve gereksinimlerinin karşılanması açısından yararlı görülen ve duygularla yakından ilişkili bulunan iyi doğru, güzel ölçüleridir" (Tan, 1981:122). Bu ölçütler aracılığıyla toplumda bireyler belli davranışları iyi, doğru ve güzel olarak kodlamaktadır. Toplumsallığın en büyük tamamlayıcı ilkelerinden olan değerler, kişilerin davranışları üzerinde yönlendirici etkiye sahiptir; onlara yol gösterir, neyi nerde nasıl yapacağını belirterek rehberlik eder (Güngör, 1998:77).

Değerler aynı zamanda kişilerin toplumdaki sosyal rolleri ile ilgilidir. Özellikle bir kültürdeki başat kurum, cinsiyet, yaş ve eğitim gibi özellikler, değerlerin değişkenlik gösterdiği unsurlardır. Bireyler davranış örüntülerini bu değişkenler üzerinden önem sırasına göre saptarlar. Fichter'a göre "en yüksek sosyal değere sahip davranış örüntüsü, aynı zamanda en geniş ölçüde uyulan ve üzerinde en çok sosyal baskı yapılan değerdir." (Fichter, 2006: 170). Nesnenin veya hedefin bizzat kendisi olmayan değerler, bu yolda bir amaca veya araca önem kazandıran ve ışık tutan norm ve ölçütlerdir. Bu bağlamda toplumu var eden aile, eğitim, din gibi kurumlar, değerlerin benimsenmesi, yaygınlaştırılması, yaşatılmasında ve özellikle bir sonraki kuşağa aktarılmasında önemli roller üstlenir (Özensel, 2007: 743).

Toplumların gelişimi için gerekli olan ve kuşaktan kuşağa aktarılacak bir birikimle ortaya koyulan toplumsal değerler, birer kültür ürünüdür. İnsan davranışının temelini oluşturan değerler, parmak izi misali toplumların kimliklerinin işaretidir. Bu minvalde toplumda meydana gelen sosyal değişim değerlere de yansımaktadır. Enformatik gelişimler ile gelenekselden moderne evrilen toplumsal yapılanma değerlere de değmektedir. Böylece toplumların kültürel sistemleri değişmeye karşı içsel bir tepki geliştirse de bu kolay olmamaktadır (Canatan, 2008:66). Meydana gelen toplumsal değişimler mevcut değerlerin bazılarını dışlar, bazılarını öne çıkarır ve bazılarının da içlerini boşaltıp onlara yeni anlamlar yükler (Kılıç, 2005:13). Değer değişimi toplumsal yapılanmada yeni düzenlemelere neden olur ve toplumda algılamalarda, tanımalarda ve etkileşim biçimlerinde yeniden inşa süreci başlar.

İşte bilgi toplumunda meydana gelen değişmelerin, bireylerin değerleri, algılamaları, anlamlandırmaları, etkileşim ve ilişki biçimlerinin yanında toplumun

kurumsal bütünlüğünde yaratmış olduğu dönüşümlerin öneminden hareketle gerçekleştirdiğimiz bu çalışmada, birinci bölümde, sosyolojideki karaktersitk toplum türleri tarihsel değişim süreci içerisinde ele alınmıştır. İkinci bölümde değer kavramı ve toplumsal olarak değer değişimlerine değinilmiştir. Üçüncü bölümde ise değer değişmelerinin bilgi çağına yansımış alanları incelenmiş ve literatürde yapılan çalışmalara yer verilmiştir. Son olarak da dördüncü bölümde sonuç olarak bilgi toplumunda meydana gelen değer değişmelerinin sosyolojik boyutta değerlendirilmesi ile çalışmaya son verilmiştir.

1. Araştırmanın Amacı

Çok geniş anlamları kapsayan değer kavramı, insan hayatında sıkça gündemde olmasına karşın sorgulmaksızın kabul edilen bir konumdur. Çoğu zaman sosyalleşmenin etkisi ile içsel yönelimlerle benimsenen değerler, toplum tarafından bireye sosyal çevreden kazandırılır. Toplumsal bütünlüğün sağlanmasında, toplumsal devamlılığın sürdürülmesinde işlevsel rolü olan değerleri toplumdan bağımsız görmek imkansızdır. Tarih boyunca değişen toplumsal koşullardan ve yapılardan etkilenen değerler, yeni bir paradigma misali ya değişen toplum yapısına uyumlanıp değişerek işlevlerine devam etmiş ya da yerini başka değerlere bırakıp yok olmuştur. Tarım toplumundan bilgi toplumuna evrilen toplumsal yapılanma yeni enformatik değişimler neticesinde değerleri de aynı minvalde değiştirip dönüştürmüştür. Bu çalışmada, bilgi çağının toplumsal bağlamda getirilerinin neler olduğu, toplumsal alanda neleri değiştirdiği, bireylerin değerler hiyerarşisinde hangi düzeyde değişime neden oldukları ve bireylerin hangi değer sahalarında daha hızlı ve derin değer değişimlerini gerçekleştirdiğini göstermek amaçlanmaktadır.

2. Araştırmanın Önemi

Değerler, bireylerin yaşamlarında hedef ve nesnelere anlam yükleyen ve bu yolda ıslık tutan genel ilkelerdir. Değerlerin toplumun tümü tarafından uzlaşılmış ve toplumun bütüncül varlığını sürdürebilmesini kolaylaştıran temel ilkeleri içermesi gerekmektedir (Schwartz, 1993: 155). Bireyin sahip olduğu değerler öncelikli olarak sosyal çevresi tarafından kontrol edilmekte ve fiziki çevresi ile bir kalıba girmektedir. Bu nedenle değerlerin toplumda var olan değişimlerden etkilenmesi ve kendini bu minvalde şekillendirmesi kaçınılmazdır. Diğer yandan, değerler tutum ve davranışların,

ideolojilerin, ahlaki yargıların belirleyicisi olma rolü ile insanların hayatı algılama ve anlamlandırma eğilimlerine yön verir (Artan, 2005: 13). İnsan davranışlarını yönlendiren güdüler, belirli yol gösterici norm ve tutumlar insan eylemlerinin temel prensipleridir (Halman ve Moor, 1993: 21). Bu doğrultuda değerler, sadece toplumları ve kültürleri anlamlandıran ölçütler olmanın dışında bireylerin hayat uyumunu ve psikolojik yapılanmalarını anlamak için de muhim bir yere sahiptir (Ersoy, 2012: 31).

Değerler sistemi sadece bireylerin psikolojik süreçlerini değil hayatın her alanına güneş ışığı misali sirayet etmiş sosyal sınıftan, dini inanca, siyasi kimlikten mesleğe kadar kapsamaktadır. Kültürel yapılanmalar, teknolojik gelişmeler, kurumsal ve bireysel değişimler ve hatta terapi ile meydana gelen değişiklikler dahi değer sistemlerindeki farklılıklara bağlı olarak açıklanmaktadır. Değerler konusunda yapılan araştırmalar saydığımız tüm alanlarla alakalı olan eğitimci, yönetici, reformisti siyasetçi ve terapistler için de oldukça pratik bilgi sağlamaktadır (Başaran, 1993: 49). Toplumu anlamak için bireyden yola çıkmak ve özellikle de değerler sistemini incelemek konunun önemini daha iyi açıklamaktadır. Toplumun genel uyumu ve bütünlüğü için daha bireylere yol gösterip yollarını aydınlatan değerler bir tür kontrol mekanizmalarıdır. Böylece değerler, toplumsal değişimler ve devinimlerin sürekliliği sağlanarak toplumun değişim ve dönüşüme uyumunda işlevsel rol oynamaktadır.

3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmamızda literatür taraması tekniği kullanılmıştır. İlk olarak verilerin literatürden elde edilmesi hedeflenmiştir. Literatür taraması yapılmış kaynakların ana hatları belirlenmiştir. Veriler toplanırken kitap ve süreli yayınlardan yararlanılmıştır. Söz konusu kaynakların bir kısmına internetten erişilerek zamandan tasarruf sağlanmıştır.

Bu çalışma yapılırken bilgi toplumu tarihsel boyutuyla incelenmiş ve günümüze gelinceye kadar ki süreci ortaya konmuştur ve tarihsel süreci analiz edilirken, tarihsel dönemler arasında mukayeseye gerçekleştirilerek, toplumsal dönemler arasındaki benzerlik ve farklılıkların görülmesine imkân tanınmıştır. Aynı zamanda değer kavramı ve değer değişimleri olgusuna da yer verdiğimiz çalışmamızda dünden bugüne değişen değerler olgusuna vurgu yapılmıştır. Beraberinde günümüz bilgi toplumu ile ilişkilendirilerek değişen değerleri sosyolojik birçok boyutta izahı yapılmıştır. Tüm

bunlarda gelişen dijital ağların etkisi ile toplumu saran sosyal medyanın etkisinden, aile yapısındaki değişimin etkisine ve yine gelişen teknolojik inovasyonların gözetim araçlarına etkisinin değerleri etkileme boyutu analiz edilmiş, mobil araçlardan oyun bağımlılığına kadar bilgi toplumunun başat konuları bağlamında değer değişimleri incelenmiştir. Böylece konunun daha iyi anlaşılması ve değerlendirilmesi amaç edinilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

TOPLUMUN DÖNÜŞEN TİPOLOJİLERİ

Toplum türleri, genellikle sosyal bilimciler tarafından farklı toplumsal dinamikler göz önünde bulundurularak çeşitli kavramsallaştırmalara tabi tutulmuştur. Bu çeşitli tanımlamalar genel itibariyle, sosyal bilimler açısından önemli zenginlikleri uhdesinde taşımakla birlikte bazı belirsizlikleri de beraberinde getirmiştir. Çalışmanın bu kısmında toplum türleri; tarihsel süreç zarfında sırasıyla tarım, sanayi ve bilgi toplumu olmak üzere evreler olarak ele alınacaktır. Ancak burada altının çizilmesi gereken önemli bir husus bulunmaktadır. Toplumsal yapılar ve tipolojiler bu tarihi süreçte keskin hatlarla birinden ayrılmış ve yalıtılmış değildirler. Yani bu yapılar, tarihin belirli bir kesitinde toplum içerisinde farklı bölgelerde ve geçişgenlikler içerisinde bulunabilmektedir. Örneğin bir toplumun belirli bir kısmında Geleneksel toplum hayatı yaşandığı gibi aynı anda başka kısımlarında Sanayi ve Bilgi toplumuna özgü yaşam biçimlerine de rastlanabilir. Bu durum aslında toplumsal yapının sürekli bir değişim ve dönüş içerisinde olmasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla bu bölümde amacımız dinamik bir bünye özelliği gösteren toplumsal yapıyı karakterize eden ilişkileri, koşulları ve değerleri belirlemek olacaktır.

1.1. Tarım Toplumu

1.1.1. Tarım Toplumu Öncesi Dönem

İnsanlar, ilk dönemlerinde avcılık ve toplayıcılık yaparak doğadaki mevcut bulunan meyve ve sebzeleri toplamak ve hayvanları avlayarak fizyolojik ihtiyaçlarını gidermekteydiler. Doğanın sağladığı bu imkânların bir gün tükeneceği korkusu ile vahşi hayvanların insan hayatına yönelik tehdit oluşturması, tarım öncesi insanları tüketici sıfatından çıkartarak, doğadaki meyve ve sebzeleri yetiştirerek, av hayvanlarının bir bölümünü evcilleştirmek suretiyle üretici duruma getirmesini sağlamıştır (Dura ve Atik, 2002: 2-3).

Tarım öncesi toplum döneminde insanlar genel itibariyle doğadaki hayvanları avlamak ve zararsız yenilebilir bitkileri toplayarak yaşamlarını devam ettiriyorlardı. Bu dönemdeki avcılık hayat tarzı içerisinde, av hayvanlarını bulma sıkıntısının yanında

avlanacak hayvandan gelebilecek her türlü tehlikelerle karşı karşıya kalma ve aynı zamanda hayvan sayısının azalması olasılıkları vardı. Yenilebilir bitkilerin toplanması esnasında ise toplayıcılar vahşi hayvanların saldırıları ile karşı karşıya kalabilmekte idi. Doğadaki vahşi hayvanların varlığı, insan hayatında oldukça büyük riskler meydana getirmekteydi. Avlanacak alanlarda vahşi hayvanların varlığı, insanların yaşamlarını idame ettirmelerine yönelik bitki ve avcılık faaliyetlerini yapmalarında riskli durum yaratması, yiyecek ve av hayvanların zaman içerisinde azalması ve neticesinde meydana gelen ölümler ve açlık korkusunun meydana gelmesi, insan düşüncesini “doğaya uyum sağlama” fikrinden, “doğanın açıklanması” fikrine doğru evrilmesini sağladı. Yaşanan bu zihniyet dönüşümü sayesinde insan “tarım” devrimi diye adlandıracağımız yeni bir hayat tarzına geçiş fırsatını yakalamıştır. Bu sayede göçebelikten yerleşik yaşama geçerek, doğada hazır bulunmakta olan sebze ve meyvelerin faydalı olanlarıyla birlikte tehlikesi az ve evcilleştirilmeye müsait hayvanları evcilleştirerek kendileri üretmeye başlamışlardır. Toplum, bu kapsamda tarım öncesi tüketime doğru evrilerek, üretici tarım toplumu niteliğine kavuşmuştur. Yaklaşık 8000 yıl evvel, yiyecek üretiminde insan soyunun toplumsal ve maddi var oluş tarzını tamamıyla değiştirecek olan bir dönem başlamıştır. Bu dönem tarım öncesi toplumda avcılık ekonomisinin içine düşmüş olduğu krizin bir neticesi olarak ortaya kendini göstermiştir (Bernal, 2009: 107-108).

İnsanlık tarihindeki söz konusu krizler ve problemler, insanoğlunun hep yeni bir hayat şekline yönelmesine sebep olmuştur. Yeni hayat şekli, toplumların dönüşüm aşamasının ilk dalgasını oluşturmuştur. Bu ilk dalga; tarımın yükselişi ile toplumun yerleşik hayata geçmesi ve toprağın ekilerek işlem görmesi ile özdeş niteliktedir (Parlak, 2004: 104). Toplumsal hayatta yaşanan bu gelişmelerle birlikte, M. Ö. 9000’li yılların sonuna doğru tarım öncesi toplum, tarım toplumu istikametinde dönüşüm sürecine girmiştir. Öyle ki bu toplum tipinin M.Ö. 8000’li yıllardan başlayan dünya üzerindeki egemenliği, M.S. 1750’li yıllara kadar sürmüştür. Aslında dönem itibarıyla tarım toplumuna geçişi sağlayan gelişmeler her ne kadar Neolitik çağda gerçekleştiği ileri sürülse de bu sürecin Kalkolitik, Tunç ve Demir çağlarını da kapsadığı ifade edilmektedir (Hazar, 2006: 7 – 8).

1.1.2. Tarım Toplumu Dönemi

İnsan diğer canlılar gibi varlığını devam ettirme gayreti içerisinde olan bir canlıdır. Geçmişten günümüze insanların besin maddesi (yeme, içme) temini, barınma ve soğuktan korunma (ısınma, giyinme) gibi çeşitli fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik sürekli bir çabanın içerisinde oldukları bilinmektedir. Temel ihtiyaçların giderilmesi, başlangıçta var olan yenilebilir bitkileri toplama ve hayvanları avlamayla doğrudan doğruya bağımlı kalınmak suretiyle devam ettirilmiştir; lakin doğa insanların her türlü ihtiyaçlarına karşılık vermeyince insanlar farklı arayışlara yönelmişlerdir. Doğada yaşanan problemler neticesinde insanlar için üretim ve kaynak sağlamak bir zaruret haline gelmiştir. İşte bu doğrultuda insanoğlunun avcılık ve toplayıcılık teknolojisinden, hayvancılık ve tarımcılık teknolojisine yönelmesi, onun gerçekleştirdiği en büyük kültürel ve toplumsal devrimlerden birisi olmuştur (Gürler, 2008: 1). Bu geçiş süreci ayrıca tüketici toplumdan üretici topluma geçişin de ilk basamağıdır.

Elbette ki bu toplumsal dönüşüm ve geçiş çok keskin bir şekilde gerçekleşmemiştir. Tarım toplumuna geçişle beraber ilk önce tarım öncesi döneme ait faaliyetlerde bir azalma görülmüştür. Ancak avcılık ve toplayıcılık faaliyetleri hızla sona ermemiş olup avcılık–toplayıcılık türündeki faaliyetler, tarımdan elde edilen ürünlere katkıda bulunmak maksadıyla, tarım toplumu döneminde insanlar tarafından devam ettirilmiştir. Yani tarım toplumunun ilk dönemlerinde insanlar hayatlarını genellikle avcılık ve toplayıcılıkla destekler şekilde tarımla birlikte sürdürmüşlerdir (Beyit, 2006: 61 – 62).

İnsanların topraktan gıda teminine yönelmeleri, tarım toplumuna geçişin ilk belirgin gelişmesidir. Bu ilk dönem insanları, topraktan gıda temininin yanında hayvanları da evcilleştirmeyi başarmışlardır. Yani topraktan besin üretimlerinin yanı sıra evcilleştirdikleri hayvanlardan da faydalanmışlardır. Özellikle tarımsal faaliyetler yapılırken evcilleştirilen hayvanlar kullanılmıştır (Balkaya, 2009: 25). Hayvanların tarım öncesi döneminde evcilleştirilmesi ile tüm ihtiyaçlarının karşılanması konusunda beraberinde getirmiştir. Bu durum insanları, hayvanları doyurmak için yem arayışına yöneltmiştir. Hayvanların yem ihtiyaçlarını gidermek maksadıyla yapılan çalışmaların büyük kısmı yaz aylarında olmuştur. Kışın hava koşullarının çetin olması nedeniyle hayvanların arazilere yemlemeye çıkarılamayacağı için yemler toplanmış ve

depolanmıştır. Hayvanların yemlenmelerine yönelik zor süreci atlatabilmek için insanlar yem üretimine başlamışlardır. Hayvanların ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bu süreç insanların tahıl üretimine yönelmelerine, bu şekilde tahıl üretiminin doğumuna sebebiyet vermiştir. Böylece insanı tarımın ikinci bir adımına atan gelişme ise, köpek, koyun, öküz ve inek gibi yabani hayvanların evcilleştirilmesi ve terbiye edilmesi ile yaşanmıştır (Güler, 2008: 3).

Tarım toplumu döneminde ön plana çıkan bir diğer husus ise insanların, hayvanların sütünden ve etinden faydalanmaları ve topraktan ürün elde etmeleridir. Üretime geçilmesi tarım öncesi dönemdeki yiyecek ihtiyaçlarını temin etme yöntemlerini geri plana itmekle beraber, bu dönem itibarıyla yapılan tahıl yetiştiriciliği ve sürü besleme gibi üretici faaliyetler, ekonominin başat göstergeleri durumuna gelmiş ve avcılık faaliyetleri ikinci planda kalmıştır (Hazar, 2006: 7).

Bütün toplumlarda olduğu gibi tarım toplumunda da insanlar yaşamlarını devam ettirmek için biyolojik açıdan ihtiyaçlarının büyük bölümünü gıdadan karşılamışlardır. İnsanoğlu, her çağda ve iklim şartlarında doğası gereği ihtiyaçlarını temin edebilmek için, doğadaki her türlü kaynağı kullanmıştır. Göçebelerde yaşamakta olan insanlar için koyun, keçi, inek sütü ve eti besin kaynağını oluştururken deniz kenarında hayatlarını sürdüren insanlar için ise temel besin kaynağı balık, diğerleri için ise mısır, patates ve kestane temel besin kaynağını oluşturmuştur (Cancalon, 1857: 369; akt. Bozaslan, 2019: 21).

1.1.3. Yerleşme Birimi Olarak Tarım Toplumunun Özellikleri

Su, tarımın gerçekleşmesi için en temel şartlardan biridir. Bu nedenle tarım toplumunda insanlar, su yakınlarındaki yaşamı tercih etmişlerdir. İnsanlar, el değmemiş sık ormanların uzağında ve çorak toprakların arasından alçak kesimlerdeki büyük nehirlerin meydana getirdiği geniş alüvyonlu vadilerde tarım faaliyetlerine başlamışlardır (Bernal, 2009: 115). Tarım toplumu insanları, yerleşim yerlerini seçerken seçilecek bölgenin su kaynağına yakın bulunmasını tercih etmiş olup bunun en büyük nedenini ise her türlü tehlikeye karşı korunaklı ve tarıma uygun açık alanlar olması sebebiyet vermiştir. Bu dönemin insanları, su kaynağına yakın olan, çevresi tarım

faaliyetlerine elverişli, güvenli mevkiler olduğunu düşündükleri sabit açık alanlara yerleşerek oralarda kalıcı olarak iskân etmeye başlamışlardır (Kaya, 2011: 35).

Su kaynaklarına yakın bölgelerde yaşayan tarım toplumu sakinleri, tarım öncesi dönemdekinden çok farklı bir toplumsal yapı içerisinde hayatlarını devam ettirmişlerdir. İnsanların tarım toplumu ile yerleşik hayata geçişi nüfus artışına ilk yerleşme birimi olan köylerin ortaya çıkmasına ve arkasından kentleşme sürecine imkân sağlamıştır. Yani esasen tarım toplumu daha çok nüfusu besleyebildiği için nüfusun artışını kolaylaştırmış ve yerleşme birimlerinin kapsamını genişletmiştir (Fidan, 2003: 2 – 3).

İlk yerleşim yerleri olan köyler, ortak iş adı altında insanların bir arada toplanmalarıyla oluşmuştur. Kişisel veya küçük gruplar ile yapılan tarım, zaman içerisinde büyük toprak sahiplerinin insanları işçi olarak çalıştırması ile büyük grupların yaygınlaşmasına neden olmuştur. Büyük grupların da bir araya gelmesi neticesinde ise köyler meydana gelmiştir. Dolayısıyla köy toplumunun oluşumunda, insanların tarımsal faaliyetlerle uğraşması son derece önemli rol oynamıştır. Zira tarım işleriyle uğraşan aile grupları daha sonra oluşacak köy toplumunu ortaya çıkarmıştır (Allen, 1884: 787; akt. Bozaslan, 2019: 23).

Daha sonraki dönemlerde insan popülasyonunun artması neticesinde ise kentler ortaya çıkmış olup şehirlerde yaşam, insanların birlikte hareket etmesini sağlamıştır. İnsanların kent hayatıyla beraber bilimde ilerleme kat ederek madenleri kullanmaya başlamışlardır. Bu durum böylelikle süreç içerisinde yeni mesleklerin oluşmasına neden olmuştur. İlk kentlerin oluşumuna belirleyici etken ise ekonomik durum olan nehir–ova tarımının örgütlenmeleridir. Bunlara ilaveten teknik açıdan ilerleme kaydeden madenlerin, özellikle de bakır ile onun alaşımı olan ve bir uygarlık dönemine ismini veren tuncun keşfedilmesi ve kullanılması, bu dönemde yaşanan önemli gelişmeler olmuştur (Bernal, 2009: 125 – 127).

1.1.4. Tarım Toplumu ve Sosyal İlişkiler

Alvin Toffler, tarım toplumunu M.Ö. 8000’li yıllarda başlayarak M.S. 1650 ile 1750’li yıllar arasındaki döneme kadar süren tarım toplumunu kapsamakta olduğuna değinmiştir. Tarım toplumundaki değerler, yönetim sistemlerinden örf ve adetlere kadar kendini farklı şekillerde göstermiş ve tarım toplumlarının başarısının arkasındaki

hususun aslında dayanışma ilişkilerinde ve sosyal ilişkilere hâkim olan değerlerde olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca tarım toplumu döneminde toprağın en verimli biçimde kullanabilen toplumların, diğer toplumlar üzerinde bir güç alanı oluşturdukları söylenebilir (Toffler, 2008).

Tarım toplumunun egemen olduğu dönem boyunca, dünya nüfusu “ilkeller” ve “uygarlar” olarak ikiye ayrıldığı ifade edilmektedir. O dönemde halen yiyecek toplayarak ya da avlanarak yaşamını devam ettiren ve küçük kabileler biçiminde yaşayan insanlar, tarımsal devrimin gerisinde kalmış toplumlar olup aksine yaşam sürerek toprağı işleyerek yaşamını devam ettiren çoğu insanın ise uygar dünya insanı olarak nitelendirilmişlerdir. Tarım toplumunun egemen olduğu hemen hemen her yerde; Çin’den Meksika’ya, Hindistan’dan Benin’e, Yunanistan’dan Roma’ya kadar birçok uygarlık bu dönemde kök salarak yükseliş gösterdiği gibi daha sonrasında da çöküşe uğrayarak zaman içerisinde kaybolup gitmiştir. Lakin aralarındaki farklılıkları rağmen, hepsinde de benzer nitelikte özellikler yaşadıkları dönemlerde mevcut olup, hayatlarının merkezinde köyler, aile yapısı, ekonomi, kültür ve toprağa dayalı bir hayat tarzı oldukları görülmektedir. Geneline toplumsal hayatta, iş dağılımı gözlenmiş ve bu iş dağılımı net bir şekilde belirlenmiştir. Toplumsal sınıfları daha çok soylular, savaşçılar, din adamları ve köleler oluşturmuştur. Bu dönemde hemen hemen her yerde otoriter rejim ve hiyerarşi gözle görülür düzeydedir. Toplum içerisinde bireyin yeri doğumuyla belirlenmekle beraber alt sınıfta doğmuş insanın üst sınıfa tırmanması mümkün bulunmamaktadır (Toffer, 2008).

Tarım toplumunda, ailelerin biçimleri bölgeden bölgeye farklılık göstermektedir. Tarımın hâkim olduğu bölgelerde insanlar yaşamlarını büyük evlerde ve birkaç kuşakla beraber aynı çatı altında (büyükanneler, büyükbaba, aileler, dayılar, amcalar, teyzeler ve halalar ya da kuzenlerle birlikte) yaşamakta ve bir arada bulunmakta idiler. Yaşayan bütün insanlar ekonomik bir üretim birimi olarak bir arada çalışıyorlardı; Hindistan’daki ortak ailelerden Batı Avrupa’daki geniş aile kitlelerine kadar tüm aileler hareketsiz durumda olup sadece toprağa bağlı halde yaşamlarını devam ettirmekteydiler. Tarım toplumlarında, işler genel itibarıyla tarlalarda ya da evlerde gerçekleştirilmekte ve bütün aile efradı bir ekonomik birim olarak toplanarak ortaya çıkan ürün köy ya da mâlikane içerisinde tüketilmekte idi. Tarım toplumundaki bu iş hayatı ile ev hayatı birleşerek

karmaşık bir yaşam biçimini oluşturmakla beraber iş hayatı, ev hayatıyla bir bütünlük içerisinde kendisini göstermektedir. Her köy tüm ihtiyaçlarının büyük kısmını kendisi karşılamış olmakla başka bir köydeki köylülerin başarısını ve neler yaptığından etkilenmeyi bu dönemde görmek mümkün değildir. Tarım toplumunda ekonomik kalkınmaya destek veren her bir birey, mevsime, sağlık durumuna veya kişisel tercihlerine bağlı olarak çeşitli işlerden sorumlu tutulurdu (Toffler, 2008). Bütün bunlar tarım toplumunda imece usulü dayanışma ilişkilerinin bu olduğunu bize göstermektedir.

Tarım toplumundaki topluluklar ile köyler arasında alışverişe pek rastlanılmadığı ve çalışma biçimleri de bunu gerektirmediği için zaman hususu yerden yere ya da bölgeden bölgeye hatta mevsimden mevsime değişiklik göstermekteydi. Zamanı saat, dakika ile saniye gibi parçalara bölmenin aksine, ev işleri için belirlenen zaman dilimlerine ayırmak tarım toplumu insanları için yeterliydi. Sanayi toplumundaki insanlar ise ne kadar sürdüğü belli olmayan zaman dilimi yerine, saat, dakika ile saniye gibi çok net aralıklara ihtiyaç duymaktaydı. Günümüzde artık tüm dünya belirli bir zaman dilimlerine ayrılmış durumda olup zaman standart ve doğrusal bir hale geldiğini görebiliyoruz (Toffler, 2008).

Tarım toplumu toplumsal ilişkilerde geleneğin ve geleneksel değerlerin hâkim oldu bir toplum tipini ifade eder. Sosyal bağlar ve dayanışma ilkeleri bu toplumda çok kuvvetlidir. “Dedesi koruk yer torunun dışı kamaşır” sözü bu toplumsal yapıları ifade etmek için kullanılır. Yüzyüze bir durumda, duygusallık ve samimiyetin hâkim olduğu toplumsal ilişkiler üzerinde örflerin adetlerin ve dini değerlerin önemli bir ağırlığı bulunmaktadır. Komşuluk, hısımlık ve akrabalık bağları ve değerleri oldukça güçlüdür. Toplumsal yapı içerisinde normlar ve değerler sosyal kontrol mekanizması ile denetlenir. Bu yüzden toplumsal yapı homojen bir karakter arz etmektedir. Yani insanlar burada ortak değerlere inanır, benzer tutumlar ve davranışlar sergilerler. Homojen bir kültür ve değerler içerisinde biz duygusuna sahip olan insanlar sosyolojik açıdan cemat hayatı yaşarlar. Dayanımcılık, yardımlaşma, kadercilik, iteat, sadakat, şeref, dürüstlük, mahremiyet gibi değerler önemli olarak kabul edilir (Ersoy, 2011:95).

1.1.5. Tarım Toplumu ve Üretim İlişkileri

Tarım toplumundaki sermayenin esas kaynağı topraktır. Dolayısıyla bu dönemde üretim, daha çok toprak üzerinden gerçekleşmiştir. İhtiyaçları karşılamak ve hayatı idame ettirebilmek adına yapılacak her türlü yaşam tarzlarının toprağa dayandırılması, tarım toplumlarının esas özelliği niteliğinde olmuştur. Tarım toplumunda toprağa dayalı bir ekonominin bulunması, bu toplumda sosyal ve kültürel açıdan önemli etkiler yaratmış, aileden tüm kurumlara olan insan ilişkilerini şekillendirmiştir (Al, 2007: 14). Tarım toplumunun sosyal yapısı ve kurumsal işleyişi, toprağa göre şekillenmesine sebep olmakla beraber toprak için milletler çeşitli mücadeleler de vermiştir.

Tarım toplumunda arazisi olanlar işveren konumunda olurken arazisi olmayanlar insanlar ise tarım işçileri durumunda olmuşlardır. Dolayısıyla toprak böylelikle insanları sınıflara ayırmıştır. İşverenlerin yani toprak sahiplerinin soylu, arazilerde çalışan insanların ise işçi statüsü ile anılmış olup hatta aynı zamanda da işçilerin bir kısmı ise köle olarak sınıflandırılmaya tabii tutulmuştur (Çötök, 2006: 19). Bu durum tarım toplumunda yaşayan insanların ekonomik ve sosyal yapısı ile kültürünün yapısını biçimlendirmiştir. Tarım toplumu döneminde topraktan mahsul elde edilirken, insan ve hayvanın kas gücünden yararlanılmıştır. Topraktan mahsul elde edebilmek için insanların ve hayvanların güçlerinden daha fazla faydalanmak için insanlar çeşitli tarım aletleri de icat etmişlerdir. Böylelikle insanlar toprağı işlerken, biyolojik güç kaynaklarından yani insan ve hayvanlardan elde ettikleri kas gücünden faydalanmışlardır. Bu biyolojik güç kaynakları ile üretim araçlarını kullanmış ve toprağı işlemişlerdir. Esasında tarım toplumunda toprak ve kas gücü başlı başına üretim aracı niteliğine kavuşmuştur (Günay, 2002: 8 – 9).

Tarım toplumunda egemen güç, toprak sahiplerinde olup arazi miktarının çokluğu aynı zamanda fazla üretim manasına gelmektedir. Nitekim ürün miktarının çokluğu zenginliği ve gücü ifade etmektedir. Zenginlik ve güç arzusu, çeşitli anlaşmazlıklara hatta savaşırlara sebep olmuştur. Tarım toplumunda toprak sahipliğinin önemli bir güç olması ve toprak adına medeniyetler arasında yapılan savaşırlar, güç gösterileri ve birçok anlaşmazlıklar meydana gelmiştir (Çötök, 2006: 19 – 20).

Tarım toplumunda egemen gücün esas temeli toprak sahipliğine dayanmakta olup toprak sahipliğı, insanların statülerinin tespiti için belirleyici bir unsur haline

dönüşmüştür. Bu toplum tipinde insanlar çeşitli sınıflara ayrılmak zorunda kalmıştır. Oluşan sınıflar din bilgisine, yerleşik ve gezici hayata, soya ve toprak sahipliğine göre belirlenmiştir. Tarım toplumunda, büyük arazilere sahip toprak sahibi asiller, burjuvalar, serfler, köylüler, din adamları ve serbest köylüler bulunmaktadır (Aydemir ve Genç, 2011: 229).

Tarım öncesi toplumun doğadaki besinleri toplarken ve hayvanları avlarken kullanmış olduğu tekniklerin aksine tarım toplumunda insanlar ileri seviyede çeşitli teknikler üreterek farklılık göstermişlerdir. Tarım toplumunda insanlar, ekin ekerken, ekinleri çapalarken ve yetiştirirken, yetiştirilen ürünleri toplarken, öğütürken ve ürün yaparken birçok yeni tekniği hayata geçirmeye başlamıştır. Tarım faaliyeti, ekinlerin yetiştirilmesi ile ürün elde edilmesi esnasında tohum ekme, çapalama, biçme, harman dövme, depolama ve öğütme ile pişirme ve mayalama gibi birçok yeni tekniği uygulamaya geçirmiştir (Bernal, 2009: 110).

Ortaya çıkan yararlı teknikler ve çalışmalar neticesinde üretimde artış sağlanmış ve üretimin artmasıyla da tarım toplumu sayesinde ihtisaslaşma söz konusu olmuştur. İnsanlar tarafından gerçekleştirilen çalışmalar zaman içerisinde bir meslek haline gelerek tarım toplumlarında toprak sahipleri ve topraksız köylüler arasında ekonomik ve sosyal açıdan çok büyük uçurumların oluşmasına neden olmuştur. Geçimin tarıma bağlı olduğu bu dönemde kentler kurulmuş ve sosyal sınıflar daha da belirgin bir hal almıştır (Merter, 2010: 152–154).

İlk uygarlıklar, tarımsal üretimlerini yapabilmek için su kaynakları civarına yerleşmişlerdir. Zamanla bu toplumsal yapıdaki insanlar büyük göller ve nehirlerin etrafında da yerleşim alanları oluşturmuşlardır. Bu nedenle göller ve nehirlerde hareket etme ihtiyacı doğmuş olup ulaşım ihtiyacının sağladığı dürtüyle ilkel oyma kanolar, bambu kamışlarından ya da saz demetlerinden yapılma sallardan sonra, gelişen bu teknolojiye eklemelerle ve pratik deneyimin gösterdiği yolda yüklü miktarlarda mal taşıyabilen gemiler inşa edilmiştir (Bernal, 2009: 128 – 129).

Tarım faaliyetlerinde feodal üretimin hüküm sürdüğü Ortaçağ Avrupa'sında işçiler, tarım işlerinde genellikle düşük ücretli ya da karın tokluğu karşılığında çalışarak arazi sahiplerince ezilmeye mahkûm edilmişlerdir. Feodal toplum anlayışına sahip

yerde toprağı işletim hakkı ‘feodal derebeyi’ne ait olup köylüler derebeye ait topraklarda karınlarını doyurabilmek adına en az ücretle çalışırlar. Feodal toplumun üretiminde köle, feodal beye bireysel olarak bağımlı olup işlenen bütün toprağın sahibi ise Feodal beydir. Tüm tarımsal üretim faaliyetlerinin kölelerin emeğı ile canlı–cansız iş aletleriyle yürütölmektedir (Aydemir ve Genç, 2011: 231–232; Dinler, 2008: 21).

Bütün bu genel değeriendirmeler ve açıklamalardan sonra tarım öncesi toplum ve tarım toplumu arasındaki ana özellikleri Tablo 1.1’de aşağıdaki şekilde özetleyebiliriz (Erkan, 1997:110):

Tablo 1.1. Tarım Öncesi Toplum ve Tarım Toplumunun Ana Özellikleri

	Tarım Öncesi Toplum		Tarım Toplumu	
Teknoloji	Enerji:	İnsan enerjisi	Enerji:	Doğal enerji (İnsan, Hayvan ve Rüzgar)
	Malzemeler:	Hayvan postu ve taşlar	Malzemeler:	Yenilebilir kaynaklar (Ağaçlar, pamuk, yün)
	Araçlar:	Taş aletler, Kemik	Araçlar:	İnsan kasının kullanımı (kaldıraç ve vinçler veya doğal güçleri çalışır duruma getirme – yelken, su değirmeni)
Ekonomi	Üretim Yöntemi:	Yok	Üretim Yöntemi:	El sanatları
	Ulaşım Sistemi:	Yürüme	Ulaşım Sistemi:	At, vagon, yelkenli, gemi
	Haberleşme Sistemi:	Konuşma	Haberleşme Sistemi:	El yazımı Piyasa değeri olmayan temel yiyecek maddelerin üretimine dayalı ekonomik faaliyet
	Meslekler:	Toplayıcılık, Avcılık, Balıkçılık	İş Bölümü:	Düzeyleri açıkça belirlenmiş sınırlı sayıda otorite
Sosyal Sistem	Küçük gruplar ya da aşiretler		Cinsel rollerin açıkça belirlendiğı hareketsiz büyük aile ve ailenin birincil güvenlik sistemi olması	
Politik Sistem	Aşiret yaşlılarının ve şefin kuralları çerçevesinde temel politik kararlar olarak aşiret		Feodalizm: Hukuk, din, sosyal sınıf ve politika doğumla kazanılan otoriteyle (aristokratik kurallar) toprağın yönetimini belirlemektedir.	
Paradigma	Dünyanın tamamen doğal şekliyle gözlenmesi		Bilim Temeli: Matematik, Astronomi Merkezi Düşünce: İnsanların üstün güçler, din, mistik görüş tarafından kontrol edildiğı şeklindedir. Değer sistemi doğayla uyuma dayanmaktadır.	

Tablo 1.1'e baktığımızda tarım öncesi toplum ile tarım toplumu arasında üretiminden kullanılan teknolojiye, haberleşme sistemlerinden ulaşım ve meslekler ile iş bölümünün niteliğine, toplumsal yapıyı oluşturan siyasal yapıya kadar önemli farklılaşmaların olduğu görülecektir.

Tablo 1.1'den anlaşılacağı üzere insanlar, tarım toplumunda; ekonomik, sosyal, teknolojik ve politik olarak tarım öncesi döneme kıyasla farklı yapıya geçmişlerdir. Ayrıca toplumların dönüşüm süreçleri, yapılan keşifler ile icatlardan ötürü giderek kısalmıştır. Aslında insanoğlunun keşif ve icatları, bir sonraki toplum türüne geçiş hız kazandırmıştır. Zira avcılık ve toplayıcılık süreci 3 milyon yıla yakın sürerken tarım toplumu ise 9 bin yıl kadar sürmüştür (Hazar, 2006: 16). James Watt tarafından 1769 tarihinde buhar makinesinin icat edilerek üretimde ve ulaşımında enerji kaynağı olarak kullanmaya başlanmasına, yani sanayi toplumunun ortaya çıkmasına kadar devam etmiştir (Yaşar, 2006: 12).

Tarım toplumunun hâkim olduğu dönem boyunca, gelecekte kendisini gösterecek birtakım gelişmelerde işaretlerini veriyordu. Antik Yunanistan ve Roma'da çok küçükde olsa seri üretim olarak isimlendirilebilecek biçimde çalışan fabrikalar bulunmakta idi. M.Ö. 400 yıllarında Burma'da petrol çıkarılırken, Babil ve Mısır'da ise büyük bürokratik sistemler kurulmuştur. Yine aynı zamanda Güney Amerika ve Asya'da ise büyük şehir merkezleri ortaya çıkmıştır. Ekonomide halen takas devam ediyordu fakat para hâkimiyet kazanmaya başlamıştı. Uzak Doğu'dan Calais'ye kadar uzanan ticaret yolları okyanislardan, doğalardan, çöllerden ve ovalardan geçiyordu. Tarım toplumunun başlangıç aşamasındaki uluslara ek olarak, artık şirket yapıları dikkati çekmekte olup İskenderiye'de buhar makinesi icat edilmiştir. M.S. 17'nci yüzyılın sonlarına gelindiğinde, tarım toplumu henüz kendisini tamamiyle tüketmiş durumda değildi. Fakat bu dönemde sanayi Avrupa'da kendini gösterdi ve tüm dünyada sanayi toplumu başlamış oldu. Dolayısıyla 1650 – 1750 tarihleri arasına kadar süren bu dünya, tarım toplumu uygarlığı olarak isimlendirilebilir. Oluşum gösteren bu yeni dalga sanayileşme, ülkelere ve kıtalara ilk topluma oranla daha hızlı bir biçimde yayıldı. Neticede, birbirinden ayrı ve tamamen farklı karakterlere sahip iki değişim toplum özelliği olmayı ve aynı zamanda da aynı anda ama farklı hızlarda dünyayı sarmaya başladı. Sanayi toplumu, tüm dünyaya yayılırken, bağlantıya girdiği her şeyi

değiştirirken, beraberinde teknolojiden ya da ticaretten fazlasını da götürmekteydi. Tarım toplumu uygarlığıyla çarpışan sanayi toplumu uygarlığı, dünya insanları için yeni bir gerçeklik, düşünce ve yaşam tarzı anlamını ifade etmekteydi (Toffler, 2008).

1.2. Sanayi Toplumu

İnsanlık tarihindeki değişim sürecinde, istikrarlı ve yerleşik ilk toplum tipi tarım toplumu olmuştur. Toplamların yaşamış oldukları ikinci önemli toplumsal dönüşüm ve değişim ise tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş ile gerçekleşmiştir.

1.2.1. Sanayi Toplumunu Hazırlayan Dönüşümler

Sanayi toplumu toplumsal tarih ve toplumsal yapı açısından önemli bir gelişme olarak kendini gösterir. Sanayi toplumuna geçiş ile birlikte toplumların sosyo – kültürel, siyasal ve teknoloji alanlarında önemli farklılaşmalar meydana gelmiştir. Sanayi devrimi sadece kentlerle kalmamış, toplumların tarıma dayalı geleneksel toplum yapılarında da köklü değişimlere neden olmuştur. Sanayi toplumu ile beraber ortaya çıkan endüstri çağı, insanlık tarihinin tanıklık ettiği değişimlerden ikincisi olarak kendini göstermiştir (Torun, 2003: 13–14).

Sanayi toplumunu doğuran süreç uzunca bir zaman diliminde gerçekleşen olaylara dayalıdır. Sanayileşmeyi ortaya çıkaran hususlar arasında coğrafi keşifler, sömürgecilik faaliyetleri, sermaye birikiminin yanında bilimsel birikim ve icatlar vardır. Sanayi devriminde çıkış açacak en büyük teknolojik gelişmelerden biri, 1765 tarihinde James Watt'ın bulduğu buhar makinesidir. Buhar makinesinin icat edilmesiyle birlikte tarım toplumunda kullanılmakta olan insan ve hayvan enerjisinden çok farklı bir enerji, toplumun hizmetine sunulmuştur. Bunun neticesinde insanlar buhar makinesi sayesinde doğaya daha çok hükmetmek istemiş, bunda da başarılı olmuşlardır (Çoban, 1997: 5). Zira önemli enerji araçları olan bu makineler, üretimden, ulaşım ve tarıma kadar hayatın her alanına tatbik edilerek, yeni bir toplumun kapısı aralanmıştır.

Teknolojik alanda ortaya çıkan gelişmelerin yanında Fransa'da meydana gelen siyasi meseleler de sanayi devrimini hazırlayan öncüller arasında yer almıştır. Gerçekte sanayi devrimi Birleşik Krallığa ait İngiltere devletinde oluşan teknolojik devrimle beraber Fransa'da yaşanan Fransız ihtilalinin neticesinde oluşmuş bir süreçtir. Sanayileşme, bu iki ülkede meydana gelen toplumsal, siyasi ve ekonomik

dönüşümlerden kaynaklanmıştır. Bu iki ülkede yaşanan hadiseler birbirini tamamlar nitelikte olmuştur. Şöyle ki, İngiltere’de icat edilen yeni buluşlar ve Fransa’da meydana gelen siyasal olaylar birleşerek sanayileşmeyi ve bu sebeplerden ötürü de sanayi toplumu tanımlamasını ortaya çıkarmıştır (Erkan, 1997: 3).

Sanayi devrimi meydana gelirken çoğu alanda köklü değişiklikler yaşanmıştır. Bunlardan en önemlisi kentleşme süreçlerinin hızlanmasıdır. Zira sanayileşme ile birlikte nüfusun önemli bölümü kentlere doğru kaymaya başlamıştır. Daha iyi bir yaşam umuduyla insanlar, köylerden kentlere doğru göç etmeye başlamışlardır. Tarım alanlarında artık makinelili tarım dönemi başlamış, geleneksel tarım usulleri yavaş yavaş terk edilmiştir. Bunların yanında ticaret, ulusal düzeyden uluslararası düzeye yönelmiştir. Ulaşım sektöründe kullanılan at, at arabası ile insan gücü ile hareket eden gemiler yerine makineyle çalışan yeni teknolojik ulaşım araçları kullanılmaya başlanmıştır. Genel olarak endüstri devriminin temelini hazırlayan faktörleri şu şekilde sıralayabiliriz (Torun, 2003:2-3):

- Dünya nüfusundaki artış (Özellikle Avrupa kıtasında meydana gelen nüfus artışla birlikte demografik değişim)
- Tarım devrimi,
- Ticaret devrimi,
- Ulaşım alanındaki gelişmeler,
- Sermaye birikimi,
- Coğrafi keşifler (Yeni karaların keşfedilmesi endüstriyel teknolojiye hızlı gelişmeler ile mali piyasadaki gelişmeler)

1.2.2. Sanayi Toplumunun Genel Özellikleri

Sanayi toplumunda mal üretimi ve üretimi sağlayabilecek insan kaynakları en ön planda yer almaktadır. Mal üretimi, makinelerin keşfiyle ve organize biçimde belirli bir süreçte meydana gelmektedir. Makineleri iyi şekilde kullanabilecek ve makineler üretecek insan tiplerine sanayi toplumunda ihtiyaç duyulmuştur. Dolayısıyla sanayi

toplumunun genel özellikleri izah edilirken üç önemli noktaya vurgu yapılmaktadır. Bunlar (Canlıoğlu, 2008: 57-58):

- Sanayi toplumu üretimle alakalıdır.
- Sanayi toplumunun izlediği yol; düzen, kesinlik ve açıklıktır.
- Sanayi toplumunun örgütleyici unsurları, “yeni tip insanlar” (mühendis, sanayici, planlamacı gibi) dir.

Sanayi toplumunun en önemli özelliklerinden biri, bilime verilen önemdir. Bilim, sanayi toplumlarında ön plana çıkmakla beraber, bilimin temelinde ve doğasında yer alan araştırmalar, önceki toplumlara nazaran hayal edilemeyecek boyutlarda bir artış göstermiştir. Bu bilimsel çalışmalar, önceki toplumlara oranla daha fazla demokratik bir hayatın oluşumunu sağlamıştır. Bütün bu gelişmelerle birlikte, sanayi toplumunun temelinde eşitlik, bireycilik, akılcılık, demokrasi, deneycilik ve ilerleme değerleri ön plana çıkmış ve toplumsal alanda önemli değerler olarak yerini almıştır (Avcı vd., 1993: 48). Bu bağlamda sanayileşme süreci içerisinde politik sistemde de bir takım yapısal değişimler ortaya çıkmıştır. Demokratik seçimler neticesinde halk tarafından seçilen meclisler ile yöneticilerin halkı yönettiği yeni bir yönetim anlayışına kısacası parlamenter demokrasi sistemine geçilmiştir. Batı tarzı endüstrileşme zaman zarfında parlamenter demokrasi, genel itibariyle kabul gören bir politik sistem olmuştur (Erkan, 2000: 193).

Diğer taraftan buhar makinesinin icat edilmesiyle oluşan makineleşme, üretimin küçük atölyelerden ya da evlerden fabrikalara yönelmesine sebep olmuştur. Yani iş artık evden ayrılmış, evin uzağında büyük işletmelere ve fabrikalara taşınmıştır. Fabrikalarda makineler desteğiyle üretimde hızlı artış ve uzmanlaşma meydana gelmiştir. Üretim artışına sebebiyet veren fabrikalar, sanayi toplumunun en önemli simgesi haline dönüşmüştür. Sanayi toplumunda fabrikalar, her türlü araç – gereçlerin makine ve teçhizatların üretildiği merkez konumunda olup, toplumsal sembol durumunda olmuşlardır (Avcı vd., 1993: 35).

Fabrikaların kent merkezlerinde inşa edilerek faaliyete geçmesi, kırsal kesimde yaşayan insanların kentlere göç etmesine sebebiyet vermiştir. Kentlerdeki insan

popölasyonu bu nedenle artış göstermiştir. Yani esasen sanayi toplumunda fabrikalara dayalı üretim, beraberinde “kentleşmeyi” getirmiştir (Erkan, 2000: 4). Yaşam standartlarını iyileştirmek isteyen insanlar, köyden kente doğru göç hareketine yönelmiştir (Merter, 2010: 154).

Sanayi toplumunda fabrikalarda, makinelerin gücünden faydalanılarak seri üretimler gerçekleştirilerek fazla üretim, uluslararası ticaretin kapılarını açmıştır. Üretimin yapıldığı fabrikalarda çalışan insanlar, ‘işçi sınıfı’ ve ‘işveren’ sınıfı şeklinde ikiye ayrılmıştır. Bu ortamda girişimcilik davranışını arttırmayı hedefleyen işverenler, böylelikle sermayelerini genişletmişlerdir.

Ekonomik yapıdaki değişimler ile birlikte sanayi toplumu, tarım toplumuna oranla çok daha farklı bir yapıya kavuşmuştur. Toprak işlenerek ürün elde edilen tarım toplumunun aksine sanayi toplumunda ürünlerden ürün elde edilmiş, ham maddelerin dönüşümü sağlanarak satışlar yapılmıştır. Yaşanan bu değişim, toplumun ekonomik – sosyal ve kültürel yapısında da bazı değişimleri beraberinde getirmiştir. Tarımla uğraşan insanlar tarım işçisi unvanı alırken, ham maddenin işlemi ve üretimine destekte bulunan insanlar ise fabrika işçisi unvanını almışlardır. Tarım toplumundaki toprak sahibinin yerini artık sanayici, tarım işçisinin yerini ise fabrika işçisi almıştır (Özdemir, 2011: 91).

Bu değerlendirmeler neticesinde genel olarak sanayi toplumunun özelliklerini belirtecek olursak, şunları sıralayabiliriz (Avcı vd., 1993: 18, Aytun, 2005: 5): Bireyselleşme, rasyonelleşme ve sekülerleşme odaklı değerler ile birlikte bilimin gelişmesi ve üretime tatbik edilmesi, verimliliğin ve rekabetin ön plana çıkması, iş bölümü ve uzmanlaşmanın sağlanması, sermaye birikimin gerçekleşmesi, insan gücüne dayanmayan makinelere dayalı fabrika merkezli bir üretimin olması, kentleşme süreçlerindeki artışların yaşanması, meslek esasına dayalı bir tabakalaşma sisteminin olması, örgütsel olarak bürokratikleşmenin yaşanması, dolayısıyla organizasyon anlayışının kişisellikten uzaklaştırması, üretimde girişimci ruhun yaygınlaşması, pazara yönelik kitle halinde seri üretimin gelişmesi, standartlaşmanın olması, yönetimde parlamenter sistemin yaygınlaşması, otoritenin merkezileşmesi, sosyal mobilitenin hız kazanması gibi hususların sanayi toplumunu karakterize etmekte olduğunu söyleyebiliriz.

1.3. Bilgi Toplumu

1.3.1. Bilgi Toplumu Tanımı

Tarım ve Sanayi toplumlarından sonra, toplumsal dönüşüm ve değişim açısından insanlık tarihinde görülen bir diğer toplum türü de Bilgi toplumdur. Sanayi sonrası toplum olarak bilinen Bilgi toplumu bizim de içinde bulunduğumuz ve yaşadığımız toplum tipini ifade etmektedir. Tarım toplumundan Bilgi toplumuna kadar gerçekleşen değişim süreci zarfında toplumlar, değerlerden toplumsal ilişkilere, aileden ekonomiye, teknolojiye ve üretime, sağlıktan ulaşım, beslenme ve barınma imkânlarına kadar pek çok önemli yapısal değişimleri yaşamışlardır.

Bilgi toplumuna geçmeden önce toplumların değişim ve dönüşüm sürecinin kısaca tarihsel bir özetini yapacak olursak; tarım öncesi dönemdeki insanların hayatlarını sürdürebilmek için hayvanları avlayarak, yenilebilir bitkileri topladığını, avlanacak hayvan sayısının azalışı, hayvanlardan gelen her türlü risk ile bitkilerin giderek azalması neticesinde insanların yeni yaşam şekline yönelmişlerdir. Bundan 20.000 yıl evvel bir takım avcı ile toplayıcı gruplar hayatlarını devam ettirebilmek için evilleştirilmiş, hayvan yetiştirmiş ve belirli toprak parçalarında tarımsal faaliyetler yapmaya başlamışlardır. Oluşan bu yeni yaşam şekliyle hayvanlardan et ile süt, topraktan ise ürünler elde edilmeye başlanmıştır. Böylelikle bilinen ilk önemli toplum tipi olan Tarım toplumu doğmuştur. Daha sonraları ikinci aşamada ise özellikle endüstriyel devrim hareketlerinin ve gelişiminin etkisiyle birlikte sanayi toplumuna geçilmiştir. Bu toplum türünde, enerji merkezli kaynakların kullanılması ve makineye dayalı fabrika üretimleri mevcuttur. Ham maddeler ise bilimsel bulgular doğrultusunda fabrikalarda işlem görerek üretim sağlanmaktadır. Kısacası sanayi toplumu imalat sektörüne dayanmakta olup bu toplumun teknolojisi ise enerji odaklıdır. Her türlü deney ve gözleme dayalı olacak şekilde bir bilim ve teknoloji anlayışı yaygındır (Kocacık, 2003: 1– 7).

Diğer taraftan yirminci yüzyılın son çeyreğinde dünya genelinde makro değişimler yaşanmıştır. Bu değişimler; bilginin ve teknolojinin etkisinin artması, demografik yapının ülkeleri olumlu – olumsuz yönde etkilemesi, globalleşen ekonomi ve piyasa kapitalizminin siyasi demokrasi üzerinde etkili hale gelmesidir (Koçak, 2011:

9). Yaşanan değişimler kaçınılmaz bir şekilde sanayi toplumunun birçok alanını doğrudan veya dolaylı şekilde etkileyerek işleyişlerini değiştirmeye itmiş ve üçüncü toplum aşamasını meydana getirmiştir.

Toplumsal ilerleme ve değişim tarihinde üçüncü aşamada bilişim teknolojilerindeki gelişimin etkisiyle birlikte bilginin önemli ve etkili bir güç olduğu bilgi toplumuna geçiş gerçekleşmiştir. Rukancı'ya ve Anameriç'e (2004: 176) göre bilgi toplumu; bilgisayar ve bilgisayara dayalı olarak çalışan araçların kullanıldığı; bireysel iletişimin ve kitle iletişiminin sınırlar ötesine geçtiği, temel ekonomik faaliyetlerin bilgi üzerine kurulduğu, her türlü bilgi kaynağının ve bilgi merkezinin önem kazandığı bir toplum biçimidir. Görüldüğü üzere bilgi toplumunda odaklanılan nokta yine bilgidir. Bilgi üretimi, bilgiye erişim ve bilginin pazarlanması esasına dayanan bu toplum türünde üretilen her türlü bilgi hayatın tüm alanında kullanılmaktadır. Bilgi toplumu; her türlü bilgiyi üreten, bilgi ağlarıyla birbirine bağlayan ve hazır bilgilere kolaylıkla erişen, erişimi sağlanmış bilgileri çok basit bir şekilde yayabilen ve edinilen bilgileri tüm sektörlerde rahatlıkla kullanabilen bir toplumdur (Uçkun vd., 2002: 251).

Bilgi toplumunun iç dinamiklerinden büyük çoğunluğunu teknoloji oluşturmaktadır. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna dönüşümün hızlı şekilde olmasına en önemli etken yeni teknolojilerin gelişme hızları ve insanların gelişen teknolojilere çok kısa süre de adapte olmaları ve uyum esnekliğinin yükselişine bağlıdır (Şimşek, 1997: 8–9). Teknoloji; toplumsal ilişkiler ile ilişkileri belirleyecek toplum kurumlarının değişmesine sebep olan temel faktördür. Toplumu değiştirmeye iten en önemli güç teknolojik değişimler olarak görülmektedir. Nüfustaki gözlemlenen hızlı biçimdeki artış, bu artışa bağlı toplumdaki insanların ihtiyaçlarının fazlaşması ile yenilenmesi ve yeni teknolojik keşifler değişmeyi zorunlu kılmıştır (Nair, 1998: 95 – 97). Bilgi toplumu gelişiminin modern aşamaları olarak; bilgisayar teknolojisinin hızlı gelişimi, bilginin bir meta haline dönüşmesi, bilginin stratejik bir kaynak ve güç olmaya başlaması, temel olarak örgütlerde, iş dünyasında ve politikada bilişim sistemlerinin işleyişini ele alan bilgi ekolojisinin ortaya çıkması gibi süreçleri belirtebiliriz (Vlev vd., 2016: 9115). Bilgi toplumu çağında bilişim teknolojilerinin de katkılarıyla uluslararası düzeyde etkileşim söz konusudur. Bilgi toplumunda insanın kıymeti artarak sermayenin büyük çoğunluğu bilgi üzerine inşa edilmiş ve eğitimsel her türlü faaliyetlerin hayat

boyu devam ettirilmesi hedeflenmiştir. Bilgi toplumunu belirgin bir şekilde diğer toplum türlerinden ayıran temel özellik, onun bir “ağ toplumu” olmasıdır.

1.3.2. Ağ Toplumu

Ağ toplumu bilgi toplumunun özelliklerini yansıtan önemli bir tanımlamadır. Ağ toplumu, bilgi ve teknoloji merkezli olarak inşa olmuştur. Bu yapıda, hareket kaynağı enformasyon olan teknolojilerin yayılımı ve bu teknolojiyi kullanıp bağlantıda olanların etkileşimi, bir ağ yapısı meydana getirir. Esasen bilgi ve teknoloji toplumu olmanın kilit niteliklerinden biri ağ oluşturma ve bağlantıda kalma güdüsüne sahip olmasıdır. Ağ kavramı, sosyolojik anlamıyla bir veya birden fazla toplumsal ilişkiyle bağlantılanmış, bireyselden toplumsala yani sosyalleşmeye evrilen bir bağ vurgulamaktadır (Kara, 2013: 39). Toplumda bireyler bu ağlar üzerinden iletişimde kalmakta ve birey bu ağları geliştirdiği ölçüde var olmaktadır.

Ağ olgusu, geleneksel bağlamda yüzyüze iletişimde olunan akraba, arkadaş, komşu, aile üyeleri gibi yoğun interaktif ilişki yapısından, zaman ve mekan algısının sorgulanmadığı bir boyut olan internet ortamına taşınması ile dönüşüme uğramıştır. Böylece yeni sosyalleşme alanı olarak internet ağı, bir siber kültürün doğuşunu sağlamıştır. Bu bağlamda enformasyonun yeni üreticisi ve yayıcısı konumundaki iletişim araçları, bir tarafa değişen toplumsal yapının kodlarıyla şekillenmekte, diğer taraftan toplumsalın şekillenmesinde büyük önem taşımaktadır. Bu anlamda birçok sosyal bilimci söz konusu dinamizmi sorgulayarak yaşanan toplumsal dönüşümü anlamak için araştırmalar yapmaktadır (Babacan, 2012:16).

Ağ toplumu içerisinde ortaya çıkan dijital dünya, bireylerin aktif olarak kendilerini networkler yoluyla ifade ederek hem içerik üretip hem de çeşitli hizmetlerden yararlandıkları sosyalleşme alanıdır (Onursoy, 2018). Bu sosyallik bireylerin siber alanda yeni bir kültür oluşturmaları ve böylece temeli enformasyon olan teknolojik bir paradigma ile gelenekselden kopuşu nitelemektedir. Castells, “ağ toplumu” diye nitelendirdiği bu yapıyı “insanı ilgilendiren tüm alanlarda küresel ağlardan faydalanan bir toplumsal düzen” şeklinde tanımlamaktadır (Castells, 2005: 89-91). Küre düzeyinde bir ağı niteleyen ağ toplumunda yer edinebilmenin koşulu ise, işlevselleştirilen bilgi ile ağa tutunarak bireylerin topluma yön veren sosyal bir varlık

haline gelmeleridir. Böylece ağ toplumunda yeni dünya düzeni, sadece bilgiye erişilip saklanması ve yayılımı mevzusu değil; toplumun ve küreselleşen dünyanın şekillenmesinde de önemli rol oynadığı gerçeğidir.

Ağ içinde olan bireylerin birbirlerine olan bağımlı yapısı sebebi ile ağ dışında kalmak son derece güçlükler doğurmaktadır. Ağ yapısına dahil olan iletişim araçları, sadece kullanılıp tüketilecek olgular olmaktan ziyade kendini yeniden yapılandırıp, çoğaltabilecek dinamizme sahiptir. Ağ ile bağlantıda olanların dinamik yapısı güncel iletişim araçlarının yaygınlığını arttırarak, varlık sahasını büyütmesine imkân tanımıştır (Babacan,2012: 19). Böylece ağ toplumu olmanın başat gerekliliklerinden biri de çok boyutlu iletişim sürecine girip karşılıklı olarak enformasyon akışının sağlanmasıdır.

Sosyoloji, psikoloji ve antropoloji gibi alanlarda da kullanılan sosyal ağ teorisi kavramı, ağ kullanıcıları arasındaki bu akışkan yapıyı niteleyerek, ağ içinde olanların iletişimini vurgulamaktadır (Scott, 2012: 11). Sosyal ağ ile birey kendisini tanımlayan profil oluşturarak, aynı ağda bulunanları ziyaret ederek kendisine bir etkileşim ağı oluşturduğu bir yapıdır (Boyd ve Ellison, 2007: 2). Yeni aracılı bu iletişim şekli; dijitallik, yakınsama ve interaktivite özellikleriyle hem işleyiş hem de işlevleri açısından geleneksel ağdan farklıdır. Güngör ise bu özellikleri şöyle sıralar;” etkileşimcilik, anındalık, üretici ve tüketicinin yer değiştirebilirliği, ticari kazanç amacı güdülmemesi, ekonomik oluşu, bireysellik ve kitlesellik özelliği, küçük grup özelliği, profesyonellik gerektirmez, hiyerarşik ilişkiler önemsenmez, kozmopolitlik, zincirleme iletişim, iletilerin değiştirilebilirliği, multimedya özelliği, uzamsızlık, zaman aşırılık, mülkiyet yapısındaki farklılık ve fazla miktarda enformasyon sağlama.” (Özçelik, 2016 akt. N. Güngör, 2013: 368-371). Bunlar aynı zamanda bilgi toplumunun yeni değerler manzumesidir. Bireysel ve toplumsal yaşamın yeniden yorumlanmasını sağlayan bu yeni iletişim mecrası, küresel bağlamda enformasyon akışının kilit noktası haline gelmiştir. Günümüzde tüm iletişim biçimlerini başkalaştıran sosyal ağ araçları, bireyden bireye, bireyden topluma (bloglar), toplumdan bireye ve en önemlisi de toplumdan topluma iletişim kanallarının açılmasına imkân sağlamıştır (M. Babacan, 2014).

İKİNCİ BÖLÜM

TOPLUMUN TEMEL KODLARI: DEĞERLER VE DEĞER DEĞİŞMELERİ

Değerlerin bireysel ve toplumsal etkilerinin yanında, son yıllarda değerler dünyasında meydana gelen değişimler, kuşaklararası değer farklılaşmalarının ve çatışmalarının yoğun olarak yaşanması, sosyal mobilitenin artmasıyla ve teknolojinin iletişim alanındaki yarattığı yeniliklerle birlikte insanların farklı değer sistemlerine sahip olan kişilerle karşı karşıya gelmesi, geleneksel, modern ve postmodern hayatın yapısal dönüşümleri içerisinde değer çatışmalarının ciddi bir şekilde kendini göstermesi gibi benzeri durumlar nedeniyle, sosyal bilimlerde değerler araştırma konusu olarak önem kazanmıştır.

Genellikle, değerler ve değer değişmelerine yönelik yapılan çalışmalarda Ronald Inglehart'ın değer dönüşümü fikriyle ele alınan çeşitli tezler mevcuttur (Öztürk, 2020: 423). Araştırmalar genel itibarıyla çalışma yönelimlerindeki ücret ve istihdam güvencesi gibi dışsal/materyalist değerlerin önemini kaybettiği üzerinde dururken; kendini geliştirme ve otonomi gibi çeşitli post materyalist/içsel değerlerin yaygınlaştığını işaret ederek, bu husustaki dönüşümleri ortaya çıkarmaktadır. Dönüşümlerin insan hayatındaki önemine binaen çalışmanın bu kısmında; değer kavramı, değerlerin genel özellikleri, değer sınıflamaları, değerler hiyerarşisi ile bireysel ve toplumsal değer değişimleri ele alınmıştır.

2.1. Değerler

2.1.1. Değer Kavramının Tanımı

Değer kavramı, çoğu araştırmacı tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Değer, bilim, sosyoloji, felsefe, din ve ahlak gibi disiplinlerde ön plana çıkarılmış çok fonksiyonlu karmaşık bir kavram olmuştur. Bu kavram konusundaki literatürün meydana gelmesine imkân sağlayan sosyoloji bilminde değerler, sosyal hayatın ve sosyal ilişkilerin açıklanmasında kullanılan ana kavramlardan biri olarak kabul edilmiştir. Örneğin Fichter (2009: 131), sosyolojide değer kavramını birey ve grup tarafından istenilen, birey ve gruba faydalı, birey ve grubun beğendiği her şey olarak

ifade etmiştir. Ülken (1969: 73) ise değer kavramını, “Her toplumda onun sahip veya bağlı olduğu kültürü meydana getiren inançlar, fikirler ve normlar sistemi vardır. Bunlardan her biri, teknik, sanat, bilgi, ahlâk, din, hukuk, dil, iktisat değerleri gibi bir değerdir” şeklinde tanımlamıştır.

Değerler, bireye özgü olup neyin ne kadar önemli olduğunu vurgulayabilen ve bireysel inançları da içerisinde barındıran, bireyin gideceği yönü belirleyen pusulalardır. Değerler, uzak durulması gereken hususları açıklığa kavuşturarak yaşamı yönlendirir. Yaşanan bütün olaylar karşısında bireyin ne şekilde tepki verilebileceğinin temelini belirleyerek ayrıca güdülemeyi sağlayan davranışları değiştirmeye yönelik en güçlü araçlardandır (Robbins, 1999: 351 – 363). Bolay (2009: 74) değerlerin kabul ve tekrar edilebilir olması gerektiğini ve ayrıca çok yaygın ve sürekliliğinin olmayacağını, ayrıca mekân ve zaman üstü kaynağa dayanmazsa kalıcı izli olmayacağını belirtmektedir.

Değerler, bireysel davranışın düzenleyicisi niteliğindedir. İnsanı diğer türlerden ayırt eden en önemli farklılıklardan biri, güdülerini minimize ederek öğrenme yetilerini yüksek tutmalarıdır. İnsanlar davranışlarını çok sık olmamakla birlikte güdüsöl olarak belirlemektedir. Eğitim ve sosyalleşme neticesinde edinilen değer ve alışkanlıklar aracılığıyla insani davranışlar yönetilmektedir. Nitekim öğrenilen değerler ve alışkanlıklar, kişinin davranışını değişen çevresel etmenlere uyumlama sürecinde etkin rol oynamaktadır. Değer yargılarından türeyen ve toplumsal yaşamı düzenleyen çeşitli norm ve kurallar insanoğlunda çeşitli baskı gücünü oluşturlar. Toplum içerisindeki kişiler ise rol statülerini bu değer yargılarına göre edinirler (Ülken, 2001: 74 – 76; Dönmezer, 1990: 169 – 171).

Toplum dinamik ve sosyal bir yapıdır. Bu nedenle her sosyal yapının kendine has birtakım değerleri mevcuttur. Bu değerlere sahip olmayan herhangi bir toplum düşünülemez. Her ne kadar toplumların kendine has toplumsal değerlerinde farklılıklar görölse bile, üyelerinin çoğunluğunca benimsenmiş bir değerler sistemi mevcuttur (Dönmezer, 1990: 170).

İnsan sosyal bir varlıktır ve toplum içerisinde, yaşamak ve hak ettiğı toplumsal değerleri, inançları ve davranış biçimlerini göz önünde buldurmak durumundadır (Doğan, 1993: 12–13). Sosyal hayata uyum sağlama, tüm hayat boyu devam eden süreci

kapsamakta ve bireylerin sosyal bir varlık olabilmelerini ve toplumun devamlılığını sağlamaktadır. Toplumsallaşma neticesinde insanlar temel davranış yollarını ve biçimini öğrenerek, belirli ideallere sahip olmakla beraber toplumsal değerlerde edinebilmektedirler. Toplumsal kültür bünyesindeki inançlar, normlar ve düşünceler de değer yargıları içerisinde yer almakta olup toplum tarafından meydana getirilen değerler, sosyal dayanışmayı oluşturan ve devam ettirilmesini sağlayan önemli etmenlerdendir (Fichter, 2009: 147 – 148; Tural, 1988: 36). Ayrıca bir takım sosyal değerler, tüm insanoğlunu yakından alakadar ettiği için evrensel özellik taşımaktadır. Evrensel özelliklerin yanı sıra, çeşitli toplumlar ve uluslarca algılanma şekillerine bağlı olarak ulusal değer olarak da kendisini sınıflandırabilmektedirler. Bu düşünceden hareketle evrensel değer, tüm dünyadaki insanlığı yakından ilgilendiren değerler olarak görülürken; ulusal değerler ise belirli uluslara özgü olup söz konusu ulusun duygu, inanç ve tutumlarını ifade eden değer yargıları olarak ifade edilmektedir (Güngör, 1998: 27).

Yapılan bu değerlendirmelerden ve yorumlardan hareketle değerleri, hayat boyu yaşamımıza yön veren, bireyden bireye önem derecelerinde değişimler gözlenebilen, içinde bulunduğu toplum itibarıyla biçimlendirilen, devamlılığı olmakla birlikte zaman içerisinde değişikliğe uğrayabilen, uzunca bir süre kabul gören hükümler ve inançlar olarak tanımlayabiliriz.

2.1.2. Sosyoloji Dünyasında Değerler

Klasik sosyoloji düşünürlerinden Durkheim ve Weber gibi çeşitli sosyologlarca değer ve değerlerin rolü, toplumsal nitelikli araştırmalarda sıklıkla tartışma konusu olmuştur. Sözü edilen her iki teorisyen için de kişisel ve toplumsal değişimi izah edebilmede değerler, son derece önemlidir. Weber'e göre sosyolojinin gerçek bir bilim sayılabilmesi için nesnel olması zorunludur. Bu sebeple Weber, değerlerin sosyolojik açıdan yapılacak araştırmaların nesnel ya da “değer yargılarından arınmış” olması gerektiği üzerinde önemle durmuştur. Buradan çıkarılan ana düşünce, bireylerin herhangi bir değere sahip olmamaları olmayıp, araştırmalar yapılırken bireysel değerlerin ve ekonomik menfaatlerin analiz sürecini etkilememesidir. Netice olarak Weber, “olması zorunlu olan şey” yani değer alanı ile “olan şey” kısacası bilim alanı arasındaki farklılığı ortaya çıkarmaktadır (Korkmaz, 2013: 55 – 57).

Her ne kadar değerler bağlamında Weber, pozitivist bir tavır sergilemiş ise de bu onun değerler hakkındaki görüşünü bilim alanından dışladığı anlamını ifade etmemektedir. Nitekim Weber'in "anlama"ya yönelik sosyolojisi, bireylerin sahip olduğu kendi özellikleri dahilinde dünyayı nasıl algıladıkları ve anlamlandırdıklarını önemsediklerinin açık bir göstergesidir. Örneğin ona göre Protestan ahlak anlayışıyla çalışma ilişkileri arasında, püriten herhangi bir önem/değer yükleme arasında çok net bir içsel bağlılık vardır. Weber'e göre Calvinist kişi çalışmayı öte dünyasal bir amaçla yüceltmekte ve kapitalizmin tüm gereksinim duyduğu sermaye ve birikim sürecine katkı sağlamaktadır (Korkmaz, 2013: 58).

Durkheim (1965: 300 – 306), kişilerin değer yargılarının meydana gelmesindeki esas faktörün toplum olduğunu belirtmiş olup, toplumsal faktörlerin kişilere dışarıdan geldiğini ve kişiyi belli davranışlar sergilemeye zorunlu kıldığını ifade etmiştir. Durkheim'e göre toplumsal olaylar ve değerlerin esas temeli, emredici ve zorlayıcı olmasıdır. Değer kavramına yönelik olarak Durkheim, toplumun kişilerin gereksinimlerini tespit edebilmekte önemli rol oynadığına değinerek bunu "sosyal intihar" üzerinden örneklendirmektedir. Kişisel deneyim ve farkındalıklar her ne kadar intiharın sebebi gibi görülse dahi gerçek sebep hiç kimsenin, yaşamından mutsuz olduğundan ötürü vazgeçmeyeceğidir. Bu durumun geri planında ise fikirler, inançlar, örf ve adetler, gelenekler gibi sayılabilecek birçok sosyal etken bulunmaktadır. Bu sebeptendir ki intihar olgusu kişisel gibi algılsa da Durkheim'e göre, toplumsaldır ve toplumsal değerler ve süreçlerin etkisi altında gerçekleşir.

İntihar düşüncesi her ne kadar kişisel bir karar mış gibi düşünülse bile aslında onun arkasında toplumsal bir faktör olarak değerler yatmaktadır. Değerler, toplumsal ölçütleri oluşturan, iyiyi kötüyü bildiren esas temellere dayandığına göre, sosyal eylemlerin de meydana gelişinde de kaçınılmaz olarak önemli rollere sahip olduğu aşikârdır. Durkheim'e göre modern toplum, geleneksel olan toplum türlerinden farklı bir dayanışma ve toplum tipine eşdeğerdir. Modern şehir yaşamında kişi, akılcı – rasyonel ikincil ilişkiler temelinde gündelik yaşamını sürekli organize etmektedir. Bu da bireyin geleneksel ve kırsal kesimden daha farklı bir yaşam şeklini ve sosyal davranışının olduğunu gösterir.

Organik dayanışma biçimini temel alan şehir toplumu, mekanik dayanışmaya dayanan kırsal toplumun yerini almakta ve şehir yaşamını kırsaldakinden farklı bir değer dünyasını, davranış şeklini ortaya çıkarmaktadır. Birbirine yakın ve samimi ilişkiler ve davranış şekilleri sergileyen benzer nitelikteki topluluklar kendilerini şehirde daha da ihtiyatlı bir sosyalleşmeye bırakmaktadır. Her ne koşulda olursa olsun değerler, toplum tarafından icat edilerek nesilden nesile aktarıldıkları için kişisel davranışın şekil almasında önemli bir belirleyici unsur olmaktadır (Korkmaz, 2013: 58 – 60).

Toplumu, bir düzen ve denge unsuru görmek yerine birbiri ile çatışma içinde olan bütünsel yapılar olarak tanımlayan Karl Marx'ın değerlere giden yolda sistemi şöyle özetlemektedir “maddi üretim araçlarını elinde bulunduran sınıf, aynı zamanda, zihinsel üretim araçlarını da elinde bulundurur” (Tekinalp ve Uzun 2004: 62). Değerler gibi zihinsel bir üretimin sağlanması ve toplumsal bütünlüğün tamamlanmasını ancak sınıfsal bir ideolojinin baskınlığı ile sağlanabilmektedir. Yani Marx'a göre “Üretim araçlarına sahip olan egemen sınıfın düşünceleri, o dönemin egemen düşünceleri olur ve düşünsel üretim araçlarına sahip olmayanlar bu egemenliğin altına girer” (Tekinalp ve Uzun 2004: 63). Çatışmacı kuramın öncüsü Marx'ın fikrini Kızılçelik şöyle özetlemektedir, “değerleri ve idealleri toplum kimliğini ve hedeflerini belirleyen araçlar olarak görmeyip, farklı grupların kendi amaçlarını gerçekleştirmek için kullandıkları silahlar olarak görürler” (Kızılçelik 1994:264-265).

Parsons ise temel değerler sistemini “istikrarlı ve etkili bir sosyal sistemin kalb ve damarlarındaki kanı” olarak görür. Herkes ve herşeyin mükemmel bir uyum halinde olması ve sistemin düzgün işlemesi için temel gereksinimin değerler olduğu vurgulanmaktadır (Slattery, 2011: 377). Parsons'a göre kültürel sistem özgün kültürel yapısını oluştururken çekirdek olarak değerler ve normlardan meydana gelmektedir. Bu nedenle kültürel sistemin oluşumuyla ilgili özellikler, yani gelenek ve değerler, toplumun mirasına yansır. Değerler, toplumsal normlar veya davranış kuralları vasıtasıyla ifade edilmektedirler. Parsons açısından “değerler toplumda iç bütünlük ve düzeni sağlarlar” (Layder, 2010: 23).

2.1.3. Değerlerin Genel Özellikleri

Değerler kavramı ve değerlerin tanımıyla alakalı açıklamalara değindikten sonra, değerlerin toplumsal yapıdaki konumlarının daha net bir biçimde anlaşılması için, değerlerin özelliklerine vurgu yapmak gerekmektedir. Sosyal bilimcilerin yakından ilgilendiği değerlerin özellikleri şöyle sıralanmaktadır (Fichter: 2006: 167).

a) Değerler paylaşırlar; bireylerin çoğu değerler üzerinde uzlaşmış bulunmaktadır. Herhangi bir bireyin kararına bağlı durumda değildir. Değerler paylaşımına açıktır ve toplumlar arasında da paylaşırlar. Toplumun çoğunluğu değerler üzerinde aynı düşüncededir ve değerler herhangi bir bireyin düşüncesine, fikrine ve yargısına bağlı değildir.

b) Değerler ciddiye alınırlar; Her türlü değer ciddiye alınır, bireyler bu değerleri, yaşadıkları ortamların refah seviyelerini yükseltmek ve seviyelerini korumak ve sosyal gereksinimlerin karşılanmasıyla beraber görürler.

c) Değerler coşkularla beraber bulunur; bireyler kendileri için yüce sayılan tüm değerler için özveride bulunmakta olup yeri geldiğinde bu değerlerin muhafazası için savaşırlar.

d) Değerler soyutlanırlar; bireyler arası uzlaşma ve oydaşma gerektirdiğinden bahisle kavramsal açıdan da diğer değerli nesnelerden soyutlanabilmektedir.

e) Değerler toplumsaldır; kişinin iradesi dışında kalmakta ve toplumun her türlü baskıcı özelliklerine sahip bulunmaktadır. Kişi, toplumsal olan değerler içerisinde dünyaya geldiği için doğduğu toplum içerisinde değerleri hazır bulur; toplumsallaşma süreci zarfında değerleri örneğin, benimser ve uygulamaya katılarak bir sonraki nesle aktarır. Güven (1999: 163) ise, toplumsallaşma sürecini kısaca kişilere, toplumun temel değerleri, normları, örf ve adetleri ile teamüllerinden öğretildiğini savunur. Kişi, bu değerler çerçevesinde eğitildiği için de genellikle kişinin kararları toplumun değer yargılarına uygun düşmektedir. Toplum içerisinde değerleri öğrenmeyen kişiler “deli” olarak nitelendirilirken, değerleri benimseyenler ile uygulamaya katılmayanlar ise toplum tarafından cezalandırılmaktadır.

f) Sosyal değerler dinamikdir; değerlerin gelecek nesillere aktarılması aile, arkadaş çevresi, okul, meslek ve iş örgütü ile kitle iletişim araçları sayesinde olmaktadır. Bu araçlar neticesinde gruplar, kurumlar ve toplumlar pek çok sosyal değeri bünyesinde taşır, geliştirir ve gelecek nesillere aktarırlar.

g) Değerler dil ve sembollerle aktırılır; toplumun sahip olduğu dil ve ortak sembolleri bulundukları toplum içerisindeki grup ve kurumların ortak değerlerini hem yaşatır hem de diğer topluluklara yansıtır. Mesela, şeref, şan, gibi kelimelerle evlilik süreci zarfında gerçekleştirilen törenler toplumun sosyal değerlerini yansıtmaktadır.

h) Değerler değişime açıktır; Felsefede sıklıkla cevap aranan ve çeşitli tartışmalara neden olan soru, değerlerin gerçekliği veya mutlaklığı sorusudur. Değerlerin zaman içerisinde değişmediğini savunan görüşlere karşıt olarak, değerlerin gerçekliğini savunan görüşlere göre, “mademki farklı toplumlar ve çağlar aynı ‘değer’den başka başka şeyler anlıyor veya aynı ‘şeye’ bazen ‘iyi’ deyip herkesçe yapılmasını bekliyor, bazen da ‘kötü’ deyip yasaklıyor, değişmez bir değer yoktur.” (Kuçuradi, 1971: 19). Kuşdil ve Kağıtçıbaşı’nın (2000: 60) aktardığına göre; Rokeach (1973) ve Williams (1979) de değerlerin değişiminde açık yapılar olduğunu, özellikle de zaman içerisinde meydana gelen gereksinimleri tedarik etmek maksadıyla değer önceliklerin değişim geçirdiğini bahsetmektedirler. Değerlerin farklılaşmaya açık olduğu görüşüne karşılık olarak ise birtakım değerlerin evrensel nitelikte olduğu, hangi yüzyılda olursa olsun, her kültürün bazı değerlerinin var olduğu görüşü de ileri sürülmektedir. Fichter’e göre (Fichter, 2006: 167), “sosyal bilimcilerin çoğu değişmeyen ve mutlak değerleri incelemeyi reddederler. İnceleme yapanlar ise genellikle filozof, etikçi ve teologların analiz konusudur.”.

i) Değerler anlam veren standartlar, inanç veya ahlaki ilkelerdir; Değerler, kültür ve topluma önem ve anlam veren ölçütler içerisinde (Fichter, 2006: 166 – 167).

j) Değerler, olayların, insanların ve davranışların seçilmesi ya da değişimine yön veren standartlardandır. Bilsky ve Schwart (1987)’nin farklı kuramcılarının üzerinde uzlaştıkları özelliklerinden hareketle yapmış oldukları değerler betimlemelerinde tespit ettiği hususlardan biri de değerlerin, olayların, insanların ve

davranışların seçilmeyi veya değişimine yön veren standartlar olarak işlev gördükleridir (Kuşdil ve Kağıtçıbaşı, 2000: 61 – 62).

Değerler, yukarıda bahsedildiği işlevleriyle sosyal algı ile sosyal değişimin yönünü doğrudan etkilemektedir. Bahse konu özelliklerde yer alan sosyal değerlerin örf ve adetler olarak ele alındığında sosyal değerlerin üç temel niteliği söz konusu olup bunlar (Aytaç, 2002: 183):

- Süreklilik özelliğine sahiptirler.
- Akla ve mantığa uyma zorunluluğu yoktur.
- İnsanları kendilerine uyum sağlamaya zorlayıcı bir nitelik taşımaktadır.

2.1.4. Değer Sınıflamaları

Sosyoloji literatürü incelendiğinde, değerlerin çeşitli tanımları yapıldığı gibi çeşitli sınıflandırmaları da yapılmıştır. Rokeach (1973), değerleri sınıflandırırken “Amaç/Gaye değerler” ve “Araç/Vasıta değerler” olarak ikiye ayırmaktadır. Güngör (2010: 85), Rokeach’ın gaye değerlerinin elde edilmesi yolunda ihtiyaç görülen araçları temsil ederler. Rokeach’ten örnek verilecek olursak; adalet, eşitlik, aile güvenliği, kendine saygı, sosyal itibar hususlarının her biri gaye değerlerindendir. Bu unsurların yanı sıra nezaket, sorumluluk, zekâ ise birer vasıta – değer teşkil etmektedir (Aydın, 2011: 40; Güngör, 2010: 85 – 86).

Lenski, değerleri tanımlarken herhangi bir grubun üyelerinin kabul ve onayladığı genelleştirilmiş inançlar olarak tanımlamaktadır. Lenski’ye göre değerler “Pragmatik” ve “İdeal” değerler olarak iki grup halinde sınıflandırılmaktadır. Pragmatik değerler, bir toplumun ya da grubu meydana getiren üyelerin sosyal yaşamlarını devam ettirmeleri için birbirlerine olan ihtiyaçları ve inancından kaynaklanan hem kişinin hem de grubun yararı amacını güden, uygulama şansları ve olanakları “ideal değerler”den daha çok olan; çalışkan olmak, grup üyelerinin birbirlerinin mallarına, canlarına ve ırzlarına tecavüz etmemek, güven verici olmak gibi ahlaki inançları kapsar. İdeal değerler, empati gücünün yüksek olduğu bir anlayışı benimsemekte olup “kendini sevdiğin gibi karşındakini de sev”, “tüm insanlar kardeştir” gibi gerçek yaşama uygulanabilme

olasılığı pragmatik değerlerden daha az ve gerçekten uzak ve ideal beklentilere dayalı olan inançlar olarak ifade edilmektedir (Erdoğan, 1989: 54 – 55).

Güngör (2010: 84 – 86), öncelikle Spranger'den daha sonrasında ise Allport, Venan ve Lindzey (1960)'den sonra değerleri altı gruba ayırmaktadır. Güngör bu değerleri, Estetik, Teorik, İktisadi, Siyasi, Sosyal ve Dini olarak ele almış olup kendisinin de bu sıralamaya Ahlaki değerlerin doğrudan ve dolaylı olarak etki ettiğini belirtmiştir. Schwart (1994: 21 – 22) ise, kullandığı Schwartz'ın Değerler Envanteri'nde değerleri; Güç, Başarı, Hazcılık, Özyönelim, Evrenselcilik, İyiliksever, Geleneksellik, Uyma ve Güvenlik olmak üzere on grupta sınıflandırmıştır.

Değerlerin sınıflandırılması ele alınırken sürdürülmekte olan tartışmalardan bir diğeri de değerlerin önem sırası olmuştur. Fichter (2006: 169 – 170), bir değer in sıralamadaki yerinin o değerin daha geçerli olduğunu ve toplumdaki yaygınlığına ve atfedilen öneme bağlı olduğunu ileri sürmüştür. Fichtter'e göre, en yüksek sosyal değere sahip olan davranış biçimi, aynı zamanda en geniş ölçüde uyulan ve üzerinde en çok sosyal baskı yapılan değerdir.

2.1.5. Değerler Hiyerarşisi ve Değerler Sistemi

Toplumsal şartlar değişime uğradıkça, bu şartlara bağlı olarak toplumun sahip olduğu değerler hiyerarşisi de değişebilir. Herhangi bir birey belli bir hiyerarşiye sahip toplumun sahip olduğu değerleri önemseydiği ve diğer değerlere kıyasla öncelikli kabul ettiği herhangi bir değeri, karşılaştığı başka bir toplumsal durumlarda benimseyebilir ve öncelikli olan değer yargısını göz ardı edebilir. Örneğin, anarşi döneminin yaşandığı zamanlarda güvenliğe en üst seviyede önem verilirken, böylesi bir tehlikenin olmadığı dönemde ise birey özgürlüğünü öncelikli değer olarak görebilir. Bu durum aynı zamanda toplumun değer hiyerarşisi ve değer sisteminin farklı zamanlardaki değerler arasındaki zorunlu göreceliğin vurgulanmasına imkân sağlar. Ayrıca, eşzamanlı şekilde iki değişik toplumun aralarındaki sosyo–ekonomik ve kültürel farklılıklarından kaynaklı farklı değer yargılarına sahip olabilecekleri öngörülebilir. Yaşanabilecek bu durum ise ayrıca kültürel rölâtivite konusunu da işaret etmektedir. Bu sebeple değerlerin hiyerarşisi ve sistemin işleyişinin araştırılabilmesi için öncelikle değerlerin göreceliğinin ve yarı sabit durumlarının sürekli göz önünde bulundurulması ile mümkün

olmaktadır. Bu hususta değerlerin hiyerarşisi ve değerlerin sistematik açıdan ele alınıp incelenmesindeki en önemli güçlüklerden biridir (Ayvalıoğlu, 1994: 19 – 22). Değer hiyerarşisi kişinin fizyolojik ihtiyaçlarını, güvenlik ihtiyaçlarını, ait olma ve sevgi ihtiyaçlarını, değer ihtiyaçlarını ve kendini geliştirmeye yönelik tüm gereksinimlerini kapsamaktadır.

Değer sistemi, göreceli bir önem boyutu üzerine tercih edilen davranış biçimleri ya da yaşam amaçları ile ilgili inançların kalıcı bir organizasyonudur (Rokeach, 1973). Herkes, değer sistemini meydana getiren bir değerler hiyerarşisine sahiptirler ve bu sistem veya hiyerarşik yapı, değerlere atfedilen göreceli önem tarafından belirlenmektedir (Robbins, 1986). Değerler, davranış şekillerine veya ulaşılması istenen amaçlara göre farklılık göstermektedir. İnsanlığın varoluş amacının esas amacı olan değerler, kişi olarak varılmak istenen esas hedefleri işaret etmektedir. Davranış biçimi aracı olarak değerler ise, ana temel değerlere nasıl erişilebileceğini tarif etmektedir (Ayvalıoğlu, 1994: 28).

2.2. Değer Değişimleri

2.2.1. Bireysel Değer Değişimleri

Değerler, insana özgü bir alandır. Rokeach (1973: 24) değerlerin sosyal, kültürel ve bireysel tecrübelerin dâhilinde, kişilerin kendi eseri olan psikolojik yapılanmaları olarak ifade etmektedir. Yani değerler sosyolojisinin teleminde insan bulunmaktadır. Çünkü insan, değerlendirme sürecinin önemli işlevlerinden olan değer verme, yargılama, sıralama ile seçme işlevlerini yerine getirebilecek canlıdır. Bu nedenle değerler, kişi, toplum ve çevresel tüm faktörlerin birbirleriyle olan ilişkilerinin ve etkileşiminin neticesinde oluşur. Kişinin yaşamış olduğu sosyal ve fiziki yaşam koşulları, onun değerlerinin de biçimlenmesinde etki etmektedir. Lakin değer oluşumu yalnızca çevresinin etkisine bağlamak, üzerini kurulu insani yapıyı sosyal dünya bünyesinde göz ardı etmeye neden olur. Nitekim çevreden gelen belirleyici etkiler, bireyin kişilik yapısının birer unsuru olan ve kalıtımla gelen fizyolojik yapının, ihtiyaçlarının, ilgilerinin, duygularının, hedeflerinin ve tecrübelerinin süzgecinden geçerek en son şeklini almaktadır.

Nelson (1975: 10 – 11), insan değerlerinin oluşumunda kalıtım ve çevre ilişkilerinin rolünün oldukça büyük olduğuna değinmiş olup kalıtımın sosyal hayat içerisinde kazandığı anlam itibariyle, genetik ve sosyal olmak üzere iki türden bahsedilebilirliğini ele almıştır. Her ne kadar değerler, genetik olarak kalıtsal olmasalar bile kalıtımın sosyal yönü ve değerleri tespit etmedeki rolü etkili olmaktadır. Öte yandan kalıtımın bir çeşidi olarak nitelendirilen “sosyal miras”, aile şekillerini, komşuluk ilişkileri ve inanış şekilleri vs. gibi çeşitli sosyal şartları da ifade etmekte ve değerlerin tespit edilmesinde etkili olmaktadır. Ancak, genetik kalıtım da değerlendirme süreci zarfında önemli rol oynamakta ve dolaylı olarak değerleri de etkileyebilmektedir. Bireyin değer değişim sınırlarını çevre çizmekle beraber, organizmanın sahip olduğu zihni kapasite ve kabiliyet, algılama ve yargılama gücünün kullanımı, değerlendirme süreci zarfında çeşitli farklılıkları meydana getirmektedir. Yine organizmanın fiziki durumu kişinin psikolojisine olumsuz ya da olumlu bir biçimde yansması, değerlerin ortaya çıkmasına etki etmektedir (Ersoy, 2006: 52).

Ayrıca kişilerin değişik istek, amaç ve hedefleriyle, geçmişte yaşayarak tecrübe ettiği olayların, onların değerlerinin oluşumunda etkili olabileceğini de ifade edebiliriz. Değerler, kişinin hedefleri, gayesi ve niyetleri üzerine, normatif yapının yansması olarak meydana gelirler. Bu hususları bilmek hareketin gerçek doğasını tam anlamıyla anlamamıza neden olur. Berger (1997: 337), değerler anlamının bir özel kategorisi olarak kabul edilebilir olduğunu savunmuştur. Ancak bu durum, “gerçekliğin belirlenmesi” olup, sosyal bir gerçekliktir ve toplumdaki tüm durumları kapsamakta ve kabul edilmesine hizmet etmektedir. Sosyal gerçekliğin tespit edilmesi hem “normatif” hem de “kognitif”dir. Normlar ve bilgiler sosyal durumların çoğunu belirlemektedir. Gerçekliğin bu iki belirlenmesi de birbirleriyle ilişkilidir. İşte sözü edilen normatif ve kognitif yapının etkileriyle tanımlanan sosyal gerçeklik, kişideki değer oluşumunun da ana temel yapısını ifade etmektedir (Ersoy, 2006: 52).

2.2.2. Toplumsal Değer Değişimleri

Bireyin dünyayı her yönüyle tanıması, her şeyden önce onun içerisinden çıktığı fiziki ve sosyal çevrenin durumuna bağlıdır. Değerler, ister fiziki isterse sosyal olsun, çevre ürünlerinin ve üretimlerinin öğrenilmesiyle meydana gelir. Bu açıdan değer kaynakları çevrelerdir. Çevrenin büyük bir alana sahip olması ve değişikliği kişinin

değerleri üzerinde etki etmesi anlamına gelir (Nelson, 1975: 13 – 15). Bu doğrultuda dahil olunan sosyal çevre, belirli değerleri bireye sunarak bunların gerçekleştirebilecek davranışları yerine getirmesini bireyden istemektedir.

Toplumsal çevrenin değerleri ve kuralları, kolektif topluluk bünyesinde ne kadar yaygın biçimde destek görebiliyorsa, bu durum kişinin bu değer ve kurallar kapsamı göz önünde bulundurarak uyma zorunluluğu o kadar artış göstermektedir. Nitekim bu kurallar, kolektivite içerisinde benimseme seviyeleri ve paylaşımları nispetinde yaptırım gücüne sahip olmaktadır. Yaptırımın şiddetiyse kolektivitenin vicdanında gizlidir. Bu gizlilikte derin yaralar meydana getiren ve kuralların ihlali ile bu yöndeki sapmaya yönelik davranışlar, yüksek seviyede bir tepkinin oluşmasına neden olur (Ersoy, 2006: 53).

Değerlerin toplum açısından ele alınması gerekmektedir. Zira bireyin değerleri üzerinde sosyal çevre faktörleri olan örf, adet, gelenek ve normların büyük etkisi bulunmaktadır. Birey doğumu itibarıyla belirli bir sosyal yapı içerisinde hayatını sürdürür. Toplum içerisinde yaşayan bireyin diğer bireylerle olan sosyal ilişkileri ile hayatını yalıtılmış olarak sürdüremeyen bireylere oranla çevrenin yoğun belirleyici bir tazyiki ile de karşı karşıya kalmaktadırlar. Toplumsal çevrenin bireyde yaşattığı bu biçimlendirmedeki gücü oranında bireyler benzer şeylere inanır, önem ve değer verirler. Değerler topluma, toplum ise sosyal tabiatın rengini belirler. Bu düşünceden hareketle aynı sosyal çevre içerisinde yetişerek, benzer şeylere önem ve değer veren bireylerle diğer sosyal çevrelerde yaşayan bireylerin değerleri arasında gözle görülür farklılıklar meydana gelir. Örneğin Kadıköy’de bulunan Bağdat Caddesi ile Etiler semtinde yetişmiş olan bir bireyin Harput’taki insanın dünyayı idrak tarzları arasında ciddi farklılıklar olacaktır (Ersoy, 2006: 53).

Bütün bunlarla birlikte bireyi saran sosyal yapı, durgun ve statik bir yapılanma değildir. Sosyal yapı işleyen dinamik bir bütün olmakla beraber, zaman içerisinde bazı değişimleri de yaşamaktadır. Sosyal yapıda ve kültürde yaşanan bu değişimler, bireylerin değerleri üzerine de tesir etmekte ve onları değiştirmektedir. Ancak her ne kadar kültür, medeniyet gibi toplumsal yapı değişimlerinin, değerler üzerine belirleyiciliği söz konusu olsa da esas belirleme ve değişim insanın içinde başladığı

kabul edilmektedir (Köseoğlu, 2002: 7). Bu açıdan sosyal yapı ve değerlere giden yol, bireysel değer ve değerlendirme süreçlerinden geçmektedir (Ersoy, 2006: 53).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BİLGİ VE TEKNOLOJİ TOPLUMUNDA DEĞER DEĞİŞMELERİNİN SOSYOLOJİK ANALİZİ

3.1. Bilgi Toplumunda Değerler ve Dönüşümler

Toplumların hayatına giren her yeni teknoloji, devrimlere ve yeniliklere neden olmuş, bu durum bazı dönüşümleri de beraberinde getirmiştir. Tarım toplumundan bilgi toplumuna kadar yaşanan tüm bu dönüşümlerin içeriğinde, aslında insan hayatında elzem olan teknolojik gereksinimler vardır. Bu gereksinimlerin giderilmesi doğrultusunda bilgi toplumunun teknolojik ilerlemesi ile birlikte, toplumdaki değer değişimleri hız kazanmaya başlamıştır. Böylece yeni ve modern toplumsal yapı, beklenmedik bir şekilde taklitçi ve eskici toplumu, değişim ve yenilik ikilemine zorlamıştır.

Bilgi toplumu olarak bilinen enformasyon toplumu kuramcılarından Daniel Bell'e (2001:317) göre, sanayi sonrası teknolojik ilerlemeler toplumun kontrolü ve planlaması dahilindedir. Yeni bir entellektüel teknoloji yine ancak toplumun karar alma gücü doğrultusunda gerçekleşecektir. Yapım yolunun yeniden üretilebilir oluşu, endüstri sonrası toplumun stratejik ve dönüştürücü kaynağının temelini bilgi ve enformasyon olduğunu gösterir, Enformasyon toplumunu teorileştiren bu yaklaşım gösteriyor ki bu yeni toplum yapısını dönüştüren unsur, bilgisayarın bilgi üretim gücünü arttırıp, enformasyonun kitleler halinde üretilmesi ve işlevsel hale getirilmesi sağlanarak tüketiminin yaygınlaştırılmasıdır (Bayhan, 2001:52).

Toplumsal yapılanmadaki bu farklılıklar, daha çok toplumu var eden enstrumanlar ve rollerin değişimini içermektedir. Söz konusu değişim yine ancak insanların gereksinimleri doğrultusunda mal ve hizmetlerin evrilmesi ve bu gereksinimlerin karşılanması sonucunda oluşmaktadır (Bell, 2001:310). Durkheim'a göre hızlı toplumsal değişim ve toplumsal bütünleşmedeki eksik Anomi'ye sebep olmaktadır. Hızlı değişim sırasında fiziksel yapı kültürel yapıya uyumlanamadığı için bir dengesizlik meydana gelmektedir. Böylece toplumsal değişimlerde bireyin

eylemlerini tetikleyen dış çevresel etmenlere eğilmek daha doğru olacaktır (Abay vd., 2014: 127).

Toplumların kaderini belirleyen değişim, yine o toplumun teknolojiye olan uyumuna ve ustalaşmasına bağlı kabiliyetine ya da kabiliyetsizliğine dayanır. (Castells, 2008: 8) Elbette bu kabiliyet toplumların ekonomik bağlamda gelişmişliği ile de ilintilidir. Zira iletişim teknolojilerine sahip olanlar daha çok ekonomik bakımdan gelişmiş toplumlardır ve teknolojinin toplum üzerindeki gücünün denetimi de bunlardadır. Özetle “teknolojik akılsallık aynı zamanda egemenliğin akılsallığıdır” (Dellaloğlu, 2003: 102). Rekabetçi bir tutumla teknolojiyi elinde tutmaya çalışarak her tür sanayi veya teknolojik ürün için bir pazarlama alanı yaratmakla kalmayıp, kültürel ürünlerin de yayılması sağlanmaktadır (Avcıoğlu, 2009: 49). Böylece bilgi üretim alanını elinde tutanlar yeni dijital ekosisteme uyum sağlama kabiliyeti olan toplumlarda gözle görülür değişimlere sebep olurlar. Bu değişim o toplumun kimliğine, dinî, millî, tarihî, kültürel, geleneksel ve toplumsal bütün değerlerine temas eder. Söz konusu yeni koordinasyon ve yapılanma yatay bir akış gerektirir (Kumar, 2004: 27).

Enformasyon çağının ruhunu özetleyen akışkan modernite kavramı, bilgiye ulaşmak isteyen bireyin her şartta ve koşulda esnemesi ve o koşula uyumlanması olarak tanımlanır (Yıldırım, 2020: 9). Bauman’ın “esneklik” olarak sloganlaştırdığı “Akışkan Modernite” kavramı Marx’ın “Komünist Manifesto”da geçen “katı olan her şey buharlaşıyor” sözünden hareketle ortaya çıkmıştır. Bauman bu kavramı katı olanın buharlaşıp yerine yeni katılıkların inşa edildiği bu çağdan daha fazla buharlaştırılacak birşey bulunamayıp akışkan ve esnek bir çağa geçildiğini vurgulamaktadır. Bu esneklik yalnızca emek piyasasına değil bireylerin kimlik tasarımlarına da yansımakta ve toplumu var eden değerlerde de mevcut bir esneme meydana getirmektedir (Bauman, 1999, 46). Akışkan dünyaya ayak uydurabilmesi için herşeyden her an vazgeçebilecek hazırlıkta ve esneklikte olan birey, zamanla değerlerinde de esnemeye ve değişime gitmektedir.

Hayatta kalabilmesi için uyumlanmaya ve değişmeye mecbur bırakılan bireyi kültür endüstrisi kendisi üretmektedir. Adorno ve Horkheimer’e göre bu endüstri yatırımını bedenlere değil ruhlara yapmaktadır. Yani bireye verdiği mesaj “benim gibi düşünmemekte serbestsin. Yaşamını ve sana ait olanları da koruyabilirsin. Ancak o

andan itibaren aramızda bir yabancısın” demektedir (Dellaloğlu 2003:104). Kültür endüstrisinde bireysellik, bir yanılsama hatta nesneden ibaret görülerek geçersizleştirilir. Böylece dünyada ortak zevklerin, inançların, değerlerin benimsendiği bir başkasına algısal olarak entegre olma yani homojenleşme başlamaktadır (Güneş, 1996: 73).Bireyin özdeşim kurup içine aldığı kimlik iletişim ağı ile kolayca sağlanmakta ve bireyi şekillendirmektedir. Küresel bilgi teknolojileri tarafından kazandırılan evrensel kimlik, değer ve davranış örüntüleri her sınıftan bireyi etkilemekte ve dönüştürmektedir (Avcıoğlu, 2009: 54).Böylece yeni ve köklü bir sosyal değişim başlamaktadır.

Sosyal değişme kavramı, değerden bağımsız olarak bir değer taşımamasına rağmen, bu alandaki her bir değişim, değer kavramı içerisinde bir farklılaşma da yaratmaktadır. Bu minvalde toplumsal değişimle beraber birey ve grupların değerlerinin farklılaşması olabileceği gibi, tüm grupları kapsayacak nitelikte değer kaymaları ve değişimleri de meydana gelebilir (Ersoy, 2006: 99).Bireyin değişimi bir sarmal şeklinde toplumla ilişkili olarak ilerlerken değerler de bu doğrultuda değişip dönüşüme uğramaktadır.

Toplumsal arka planda grupları şekillendiren unsurlara bakıldığında çevrimiçi medya araçları, yeni sosyalleşme ürünlerinin çokluğu ve sınırlanamayışı, bireyin zamanın ruhuna uyum sağlama çabası, değişimi hızlandırmaktadır. Bilimin teknolojiye boyun eğmesi, insanı tüketim makinesi haline getiren haz kültürü, görünür olmanın ve teşhirin çağın ruhunu yakalamak adına bireyi modern kılan ilkeler haline gelmesi; kişinin varlık dünyasını şekillendirirken değerlerini de dönüştürüp farklı bir yapıya girmesine neden olmaktadır.

Çalışmanın bu kısmında bilgi toplumunda değer değişimlerini etkileyen temel unsurlar ve araçlar ele alınacak aynı zamanda kurumsal değişimlerin boyutlarına da değinilecektir. Bu kapsamda, bilgi toplumunda aile ve kuşaklar arası değer farklılaşmaların yanında, sosyal medya, ağlar ve değer değişimleri, mobil teknoloji araçları ve mahremiyetin dönüşümü, gözetim teknolojileri ve değer değişimleri, elektronik ticaret ve tüketim toplumunda değer değişimleri konularına değinilecektir.

3.2. Bilgi Toplumunda Aile ve Değer Değişimleri

3.2.1. Aile Kurumunun Tanımı ve Özellikleri

Aile, aralarında gerçek ya da varsayımsal olarak kan bağı bulunan, birbirlerine karşı hak ve sorumlulukları olan toplumun en küçük yapısı diye tanımlanır (Erkal, 2016: 109). Toplumsallaşma sürecinin temellerinin atıldığı aile, kurulan bağlar sayesinde duygusal doyumun hayat boyu yaşandığı yerdir (Zencirkıran, 2018: 91). Derin toplumsal dönüşümün merkezi olan aileyi yalnızca duygusal tatmin kaynağı olarak görmemeli, aynı zamanda toplum tarafından önceden belirlenmiş kalıplardan gelen değerleriyle yoğrulmuş bir yapı olarak düşünmelidir (Giddens, 2013:127). Bu yapı da beslendiği kaynaklar üzerinden iki farklı gruba ayrılarak geleneksel aile ve modern aile olarak nitelenmektedir.

Geleneksel aile, merkezinde sosyalleşme, çalışma ve neslin devamlılığı adına yüksek doğurganlık etkisi ile oluşan geniş aile yapısındadır. Toplumsallaşmayı öngören bu yapıda bireysel başarı ikinci plandadır, otoriteye uyum ve milliyetçi düşünce yapısı hakimdir. Geleneksel toplumda aileyi birbirine bağlayan, vicdani ve iradi gücü besleyen kaynak dindir. Değerlerin ve ahlaki hükümlerin toplumsal norm kalıpları dahilinde oluşumuna büyük etkisi olan din olgusu, tayin edici ve düzenleyici bir güç niteliğindedir (Ersoy, 2011: 96).

Modern aile yapılanmasında geleneksele oranla aileler giderek çekirdekleşmekte, evlenme yaşı büyümekte ve çocuk sayısı azalmaktadır. Toplumsallaşmadan bireyselleşmeye kayan modern aile yapısının başat dayanağı ekonomi olmuştur. Zira yaşlıların artık ayrı evde yaşamaya başlaması onları emeklilik dönemlerinde daha rahat bir hayat sürmek adına gençliklerinde yoğun çalışmaya sürüklemiştir. Aynı zamanda, modern ve tüketen aile modelinde gelir getirici pozisyona giren kadının sorumlulukları artmıştır. Böylece çevresi ile daha az bağı olan fakat daha fazla dış dünyaya bağımlı bir aile yapısına geçilmiştir (Müftüler, 2019: 107).

Toplumda kültürün aktarıcılığını üstlenen aile; inanç, yaşam tarzı, değerler gibi birçok bağlamda farklılık göstermektedir. Toplumsal değerler ve ilişkilerdeki bu farklılıklar aile yapılarındaki değişim sonucunda ortaya çıkmaktadır (Bayer, 2013). Simmel, bireyin toplumsal kavramların çoğunu öğrenebileceğini fakat anlık değişimlere

karşı toplumsal değerleri içselleştirmede problemler yaşanabileceğini düşünmektedir. Aynı şekilde, toplumsallaşma olgusunu, bireyin kendi değer ve tutumlarını, medya, okul ve aile vasıtasıyla içselleştirebileceği bir süreç gibi tanımlamaktadır (Lotfi vd., 2013: 96)

Ailenin sosyal yapılanma üzerindeki kuvvetli etkisini aile içi dinamiklere bağlayan birçok sosyal bilimci vardır. Bunlardan Kongar, bilgi toplumunda ortaya çıkan sosyal değişmelerin, kişiler arasındaki ilişkinin değişmesi ile bağlantılı olduğunu ve bu değişimin de toplumun temelini oluşturan aile kurumunda başladığını vurgulamıştır (Kongar, 2006: 21). Talcott Parsons ise “Toplumsal Sistem Teorisi”nde toplumsal yapının devamlılığı ve entegrasyon işlevleri için, değerler ve normların öncül etkenler olduğunu ve bunun ancak ailede kazandırılacağını vurgulamaktadır (Müftüler, 2019: 120). Yine Parsons, ailenin toplumsal işlevlerinden en önemlilerini; çocukların toplumun değerlerine ve normlarına göre toplumsallaşması ve ailede yetişkin kişilik gelişiminin sağlanması olarak sıralamıştır (Gillies vd., 2004: 26).

3.2.2. Aile Yapısında Meydana Gelen Dönüşümler, Roller ve Değerler

Bilgi ve teknoloji döneminde birey değerden ve toplumsallaşmadan uzak bireyselliğine vurgu yaparak otoriteleri yoksayar haledir. Birey biopsikososyal bir varlık olmanın gerektirdiği bütünlüğü gözardı ederek kurumlara ve dine olan bağlayıcılığını da ortadan kaldırmıştır. Yalnızca duygusal doyum merkezi olarak görülen aileye olan bağlılık azalmakta yerini sosyal ağa bağlanma ve ağla bağlantıda olma hakimdir. Sosyal ilişkilerini teknoloji tabanında gerçekleştiren birey artık eskisi kadar mutlu olmasa dahi bunu arzulamaktadır (Bauman, 2009: 14). Aile olma, eş seçme gibi ihtiyaçlarını yine sosyal ağ araçları yolu ile sanal arkadaşlık siteleri, evlilik programları, İslami evlilik sitelerine başvurarak gidermektedir. Bu kapsamda, ortaya çıkmasından, aktarılmasından, sürdürülmesine ve etki alanından yapısına kadar her bağlamda dönüşüme uğrayan ailedeki değerlere bakış ve yaklaşım da etkilenmiştir. Değişime neden olan unsurlara bakıldığında, kuşaklar arası farklılığın artmasının yanında ailedeki sosyo-ekonomik, demografik ve düşünsel değişimin başlaması sıralanabilir.

Geçtiğimiz yüzyıllar içerisinde Batıdan tüm dünyaya modern toplum ve modern aile olmanın mutlak iyi ve doğru olduğu bilinci yayılmaktadır. Bu değerler sistemi doğrultusunda modern ailelerin modern toplumları oluşturduğu, modern toplumlarınsa modern aile yapısını oluşturması gelişimsel idealizmi doğurmuştur. (Kavas ve Thornton, 2013). Gelişimsel idealizm teorisi, bireylerin normatif duruşlarının yani düşünce yapılarının, bireysellik karşısında konumlanmalarının, tutum ve ahlaki değerlerinin, aile olmaya dair algılarını (çocuk sahibi olma, boşanma vs.) şekillendirdiği ve aile yapısında oluşan değişimler üzerinde yoğun etkisi olduğunu göstermektedir (Thornton, 2001; Thornton 2005; Thornton vd., 2014).

Gelişimsel idealizm teorisinde sözü geçen modern aile, evlenme yaşının yüksek olduğu, tercihen çocuksuz çekirdek aile olan, gençlerin geniş imtiyaz sahibi olduğu, evlenme kararını çiftlerin romantik bir aşk ilişkisi doğrultusunda aldıkları, doğurganlığın planlı ve kontrollü olduğu, toplumsal cinsiyet rollerinin eşit olduğu aile yapısıdır. Bu ideal aile yapısı kadınların toplumdaki yerinin, ailelerin kurulma şeklinin, çocuk yetiştirme algısının ve çocuğun toplumdaki yerinin değişmesine sebep olmaktadır (Koç, 2018: 46) Türk aile yapısının keskin bir dönüşüme girmesine ve toplumsal yapıda değişimlere neden olmuştur. Son dönemde Türkiye'de yapılan *Türkiye Aile Yapısı Araştırması* ve *Türkiye Nüfus ve Sağlık Araştırmaları* analizlerine göre bu dönüşüm şu üç yöndedir: 1) Sosyoekonomik değişim, 2) Demografik değişim, 3) Düşünsel değişim (Koç, 2014: 46)

Aile yapılanması modern öncesi/modern sonrası çizgisi üzerinden değerlendirildiğinde, modern sonrası süreci içine alan büyük bir sosyal değişim söz konusudur. Gelişimsel idealizm bakış açısı üzerinden bakıldığında, ailenin yapısında, görevlerinde ve üyelerinin sayısında toplumsal ilişkileri ve değerleri kapsayan değişimler olmuştur. Geniş aileden çekirdek aileye geçilmesi ile kadının evdeki ve iş yaşamındaki statüsü ile birlikte sosyo-kültürel değişimler de olmuştur; eş seçimi, evlenme yaşının farklılaşması, ailenin kurulumu ve çözülümü üzerine değişimler gibi. Değişen hukuki haklar ve bireylerin evlilikten beklentisinin bireysel hazlara indirilmesi, boşanmaların keyfiliğe dönüşmesi, değişen bazı ahlaki ve kültürel değerlerin habercisi olmuştur (Timurturkan, 2012: 201-202).

Açık rol farklılaşmasının olduğu bir yapıdan, rollerin paylaşıldığı bir yapıya geçilerek aile içinde hiyerarşik yapılanmanın da ortadan kalktığı görülmektedir (Bayer,

2013: 104). Toplumsal cinsiyet rollerinin de birbirine yaklaşması ile toplumda daha görünür hale gelen kadın gelir getirici pozisyonuna geçmiş, annelik ve çocuk yetiştirme rolü değişime uğramıştır. Örneğin, kadınların çalışma hayatına başlaması ile kreş kültürünün doğması ve “erken çocukluk dönemi” dediğimiz daha küçük yaş çocuklarının gün içerisinde aile atmosferinden uzak büyümesi, modern aile yapısının gündemindedir. Böylece küçük yaştaki bireylerin toplumsallaşma parametrelerinde ailenin etkisi hızla düşmektedir. Gelenekçi toplum modelinde ailenin üstlendiği rol ve yapı daha fazla iken, modern toplum modelinde aile bu sorumluluğu diğer kurumlarla paylaşmaktadır (Lotfi vd., 2013: 96). Modern toplumun dayattığı argümanlardan olan tüketim olgusu, aile dinamiklerini de etkilemektedir. Zira üreten, eğiten, geliştiren ve destekleyen aile yapısında daralma meydana gelmiştir (Subaşı, 2002: 4).

Değişen aile ilişkileri, rol ve beklentiler mikro düzeyde ailenin çözülmesine neden olurken makro düzeyde toplumsal değişimleri doğurmaktadır. Kadının eğitim durumundaki yükselme ve çalışma hayatında aktif olması çocuk doğurma ve bakma işini ikinci plana aldığını göstermektedir. Geleneksel norm ve değerlerden kopamayan ama modern olmaya çalışan ve değişen cinsiyet değerleri ile karşılaşan bireyler aynı çatı altında kimisi adapte olamayıp çatışırken kimi uyumlanmaktadır (Ersoy, 2009: 228). Fakat modernitenin yaptırımı olan mutlak tüketim anlayışı doğrultusunda bireyin çıkarlarının ön plana alınması ile, toplumun sıhhati ve dengeli yapılanması için gerekli olan aile içi uyumdan bahsetmek zorlaşmaktadır. Yani geleneksel geniş ailenin parçalanması ile doğan ve daha fazla parçalanamaz düşüncesi ile oluşturulan “çekirdek” ailenin de artık parçalanması gündemdedir. Parçalanmış aile yeni aile türlerini ve yaşam biçimlerini meydana getirmiştir (Keskin, 2020: 88). Geniş aileden çekirdeğe dönüşen aile tipolojisi yeni bir türe dönüşmüş ve “dağılmış aile” kavramı ile adlandırılmıştır. ASAGEM tarafından yapılan araştırmaya göre “Türkiye’de son 50 yıl içinde, çekirdek aile oranının %11; dağılmış aile oranının %57 artmış olduğu; geniş aile oranının ise %138 azalmış olduğu görülmektedir. Türkiye’de çekirdek aile oranının artışında özellikle çocuksuz çekirdek ailenin önemli bir katkısı olduğunu göstermektedir. Sadece eşlerden oluşan karı koca ailesindeki bu artış temel olarak Türkiye’de evlilik içi doğurganlığın ertelenmesi ve yaşam beklentisinin artması biçiminde kendisini gösteren demografik dönüşümün bir sonucudur” (ASAGEM, 2018).

Tablo 3.1. Türkiye’de aile yapısının değişimi, 1968-2016 (ASAGEM, 2018).

Aile Yapısı	1978	1988	1998	TAYA-2006	2008	TAYA-2011	2013	TAYA-2016
Çekirdek	58,0	63,4	68,4	72,5	69,9	67,0	70,2	69,3
Çocuksuz Çekirdek	8,3	9,9	13,5	15,7	14,3	14,7	17,9	19,5
Çocuksuz Çekirdek (<45 yaş)	6,1	5,7	5,3	4,0	4,0	3,6	4,2	3,9
Çocuksuz Çekirdek (≥45 yaş)	2,2	4,2	8,2	11,7	10,4	11,1	13,7	15,6
Çocuklu Çekirdek	49,3	57,4	54,9	56,8	55,5	52,3	52,1	49,9
Çocuklu Çekirdek-1 Çocuklu	9,5	12,1	13,3	17,4	17,7	15,8	17,2	17,9
Çocuklu Çekirdek-2 Çocuklu	12,7	19,1	18,7	21,5	21,2	19,4	20,5	19,3
Çocuklu Çekirdek-3+ Çocuklu	27,1	26,3	22,9	17,9	16,6	17,1	14,5	12,7
Geniş	33,9	25,5	19,5	14,6	15,9	13,5	12,4	10,8
Ataerkil Geniş	19,3	14,3	10,4	6,6	7,4	5,6	6,1	5,1
Geniş Aile	14,6	11,2	9,1	7,9	8,5	7,8	6,3	5,7
Dağılmış	8,1	11,1	12,2	13,0	14,3	19,5	17,4	19,9
Tek Kişilik	3,0	4,3	5,2	6,2	6,3	11,8	8,5	11,4
Tek Kişilik-Erkek	1,0	1,7	1,9	1,7	2,0	4,4	3,5	4,1
Tek Kişilik Kadın	2,0	2,6	3,3	4,5	4,4	7,3	5,0	7,3
Tek Ebeveynli	4,8	5,4	5,0	5,0	5,2	4,2	5,7	5,0
Tek Ebeveynli-Erkek	0,5	0,7	0,6	0,5	0,6	0,5	0,6	0,5
Tek Ebeveynli-Kadın	4,3	4,7	4,4	4,5	4,6	3,8	5,0	4,5
Diğer Dağılmış	0,3	1,0	1,1	1,5	1,6	2,8	2,0	3,1
Akraba Olmayan	0,1	0,5	0,9	0,3	1,1	0,7	1,2	0,4
TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Ailenin hem içerden hem dışardan kurulan bir kurum olduğu varsayılırsa zaman içinde meydana gelecek değişimlerinden de hem iç hem dış faktörlerden olduğunu unutmamak gerekir. İç faktörlerden önceliklisi sosyo ekonomik olan kadının iş sahasında istihdam edilip, ailede kişi başına düşen gelirin artması ile kadının toplumsal rollerinin değişimidir. İkinci olarak demografik değişim ailede ilk evlilik yaşının yükselmesi, doğum kontrol yöntemlerinde bilinçlenilmesi ve boşanma oranlarındaki artış olarak sıralanabilir. Üçüncü ve en önemli faktör ise düşünsel değişim yani

zihniyetin değişmesidir (Koç, 2013:243). Aileyi ayakta tutan bu üç saç ayağında değişimin başlaması ile birlikte ailedeki yapısal değişmelerle beraber değer değişmelerinin de başladığından söz edilebilir. Zira değerleri yaşayan ve yaşatan aile üyelerinin fikriyatında başlayan değişim davranışlarına dönüşür o da belli bir süre sonra yaşam tarzı haline gelmeye başlar. Bu minvalde öncelikle değerlerin değişimi ailenin zihninde başlamaktadır.

3.3. Bigi Toplumunda, Kuşak Farklılaşmalarının Değerlere Yansıması

Toplumsal hayat içerisinde etkileşim içerisinde olan bireyler farklı yaş ve dönem özelliklerine sahiptirler. Doğanların tanımlanması için kullanılan kuşak ifadesi bir nesil ile öteki nesil arasındaki yaş ve kültür farkını ifade etmek için kullanılmaktadır. “Bir kuşağın diktiği ağacın gölgesinde öteki kuşaklar serinler” atasözünden de yola çıkarak iki kuşak arasında ortalama 25-30 yıllık fark olduğu söylenebilir. Aynı kuşakta olanlar, toplumsallaşma sürecinde, ortak sosyal, politik, ekonomik vb. olaylardan etkilenmiş, yaşadığı dönemin yüklediği sorumluluklar ölçüsünde ortak değer, inanç, tutum ve davranışlara sahip gruplardır (Kon, 2017).

Sosyal bilimciler kuşak araştırmalarında aile değerleri, kuşaklar arası değer farklılıkları, toplumsal yapı ve değer ilişkisi, değerlerin değişimi gibi konuları öne çıkarmaktadır. Kuşak farklılıklarına göre toplumlar özgün değerlerini aktarmakta problemler yaşamaktadır. Özgün değerler, kişilerin eylemlerinin sınırlarını çizmekte, toplumsal yapının ve ilişkilerin oluşmasını sağlamaktadır. Toplumsal değişimler, bu bağlamda hem anne-babaları hem de çocukları etkilemektedir. Etki oranı kişisel ve aile bazında değişimler gösterebilmektedir. Değişen yapıların aileler ve toplumun genelinde kabul veya ret görmesi, farklılıklar üzerinden kuşaklar arasında kopmalara sebebiyet vermektedir.

3.3.1. Kuşak Türleri ve Sınıflamaları

*“İnsan, içinde yaşadığı çağa babasına benzediğinden daha çok benzemektedir”
(Twenge, 2013: 15).*

Twenge’nin yukarıdaki ifadesi, toplumlarda bireyi şekillendiren ortak bilinç ve algının, gelecekte nasıl bir kuşağın ortaya çıkaracağını göstergesi niteliğindedir. Özellikle gençlik yıllarında kişinin maruz kaldığı sosyal, politik, ekonomik olayların, bireyin değerler sistemini oluşturduğu ve hayat boyu kimliğinde sabit kaldığı

bilinmektedir (Hung vd., 2007; Strauss ve Howe, 1991 akt. Deniz, 2019). Yani bir kuşaktan bahsediliyor ve tanımlama yapılıyorsa öncelikle etraflica bakılması gereken yer o kuşağın dünyaya geldiği dönem ve o dönemde gerçekleşen olaylardır. Bu anlamda aynı dönemi yaşayan bireylerde benzer değer ve kimlik örüntülerine rastlamak şaşırtıcı değildir. Ancak kuşak farklılıklarını alanyazındaki terminolojiden incelendiğimizde kuşakların birbirinden ayrılmasında, gruplamalarda ve tarihlerde farklılıklar olduğu görülmektedir.

McCrindle toplumların yüzleştiği en önemli ayrım, cinsiyet, ırk, gelir ve teknoloji ayrımı değil, kuşak ayrımı olduğunu vurgulamıştır. Kuşaklar tarihsel olarak sıralanacak olursa; Sessiz Kuşak (1927-1945), Baby Boomer (1946-1964), X Kuşağı (1965-1979), Y Kuşağı (1980-1999) ve Z Kuşağı (2000 ve sonrası) olarak adlandırılmaktadır (Berkup, 2014; Dewanti ve Indrajit, 2018; Toruntay, 2011; Tutgun-Ünal, 2013).

Sessiz kuşak olarak bilinen 1925-1945 doğumluları kapsayan erişkin kuşak, 2. Dünya Savaşı'nın geçtiği dönemlerde ekonomik buhranın yaşandığı, kıtlık dönemlerini gören kuşaktır. Daha tedbirli, sadık, güven duygusuna önem veren günümüzün en yaşlı üyelerinden oluşmaktadır. Bebek Patlaması 1946- 1964 2.Dünya Savaşı sonrasında doğum oranının artmasıyla oluşan nesil ise savaş sonrası dönemde yaşayan, toplumsal sorunlar sebebi ile topluma karşı yoğun vefa duygusu hissetmekle birlikte itaatkâr bir nesil özeliği gösteren kuşaktır (Adıgüzel vd., 2014:171).

X kuşağı ise 1965 ile 1980 yılları arasında doğanları kapsayan bir gruptur. Bu kişiler saygın bir statüye sahip olma eğiliminde olup, yüksek oranda sosyalleşme ile kendi varoluşlarını açıklamaya çalışmaktadırlar (Coupland, 1989). Teknoloji çağına denk geldikleri için iyi bir statüye sahip olmak adına bir dayatma nesnesi olarak teknolojiyi kullanmışlardır. Bu kuşağın üyelerinin özgürlük alanları geniş ortamda tek başlarına çok iyi çalışırlar, sabırsızdırlar ve iş odaklıdırlar (Aydın ve Başol, 2014). Türkiye'deki yoğun siyasi olayların olduğu bir dönemde büyüyen bu nesil "Kayıp Kuşak" olarak da ifade edilmektedir (Mücevher ve Erdem, 2018: 63) Paranın refah için bir araç olarak kabul edildiği bu kuşak, standartları kabul etmeyerek aslında kendi standartlarını oluşturma gayretinde, yoğun çabaları içinde kaybolmuştur (Twenge vd., 2010: 1117-1142).

1980-1999 yılları arasında doğan kişiler ise Y kuşağını oluşturmaktadır. Kendini kanıtlamak adına yaratıcı ruhunu kullanan, sorumluluktan kaçmayan hatta çokça gönüllülük gerektiren işlere giren lider ruhlu bireylerden oluşmaktadır. Bürokrasi gibi ciddiyetlerden hoşlanmayan bu kuşak otoriteyi sevmeyen bir yapıya sahiptir. Diğer kuşaklara oranla Y kuşağı sebep-sonuç ilişkisi kurma eğilimleri yüksek olan bir grup olduğundan, hızlı öğrenmelerine ve körü körüne birilerine saygı duymamalarını sağlamakla beraber otoriteye daha az uyum sağlamalarına neden olmuştu. Birçok sosyal bilimci kuşağın sonunu 2000’li yıllar kabul etmesine rağmen son çalışmalarda bunun 1994-1995’li yıllar olduğu kabul görmeye başlamıştır (Gürbüz, 2015: 41-42). Teknolojinin gelişmesiyle kuşağın toplumlarda çözölmeyi başlatan nesil olduğu bilinmektedir. Bu durum küresel çapta yaşanan etkilere anlık ulaşan kuşağın bireyleri, yoğun bilgi akışı nedeniyle yalnızlığa daha yatkın hale gelmiştir (Twenge vd., 2010: 1117-1142).

Z kuşağı doğum yılları 2000’den günümüze kadar devam eden, Y kuşağından farklı olarak teknolojinin içinde doğan bir kuşaktır. Dijital dünyanın zirve olduğu bir dönemde doğan bu bireyler, hızlı tüketim ağının tam ortasında büyümüşlerdir. Z kuşağını tanımlarken ‘Kristal Kuşak’, ‘Dijital Kuşak’ ya da ‘Yeni Suskun Kuşak’ gibi ifadeler kullanılmaktadır. Sosyal ağ ve yeni iletişim teknolojilerinde kendilerini bulan bu kuşağa suskun denilmesinin nedeni ise, tepkisini sesini yükselterek, fiziksel güçle değil, iletişim araçları ile göstermesidir (Tandoğan, 2013: 26). Z kuşağı oyuncakların yerine cep telefonu ve tablet gibi araçlarla büyüdüğü için, çocuklarının odaklanma sorunu yaşadığı bilinmektedir. Ipsos KMG Medya Araştırmalarına göre “çocukların %77’si TV reklamlarından etkilenmekte, %96’sı TV izlemekte ve 8-14 yaş aralığındaki çocukların %22’si hayran olduğu ünlü ürünlerini tercih etmektedir. Online etkinliklerde çocukların %77’si oyun oynadığı, %47’si sosyal paylaşımında bulunduğu, %66’sı ders çalıştığı ve %29’unun ise müzik dinlediği saptanmıştır” (Özer, 2020: 14 akt Ipsos, 2012).

Tablo 3.2. Kuşaklar ve genel özellikleri (Yazıcı, 2019: 21)

Kuşakların İsimleri	Sessiz Kuşak	Bebek Patlaması Kuşağı	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı
Alternatif Kuşak İsimleri	Geleneksel Kuşak	Patlayıcılar	X'ler	Milenyum Kuşağı	Anında Çevrimiçi Kuşağı
	Emektarlar	Soğuk Savaş Dönemi Çocukları	13. Kuşak	Gelecek Kuşak	Kuşak İ
	Sadık Kuşak	Orta Kuşak	Bebek Kırıcılar	www Kuşağı	İnternet Kuşağı
	Uyumlu Kuşak	Sandviç Kuşak	Patlama Sonrası	Dijital Kuşak	Gelecek Kuşak
	Olgun Kuşak Gaziler	Patlama Kuşağı	Geçiş Dönemi Çocukları	Patlama Kopyası	Net Kuşağı
	Bebek Patlaması Öncesi Kuşak		Kayıp Kuşak		
	Depresyon Kuşağı				
	Radyo Kuşağı				
	Yönetimsel Sorunlar Kuşağı				
Kuşakların Özellikleri	Sadakat Duyguları Yüksek	Sadakat Duyguları Yüksek	Sadakat Duyguları Değişken	Sadakat Duyguları Az	İşbirlikçi
	Yardımlaşmayı Seven	İşkolik	Otoriteyi Sorgulayan	Otoriteyi Zoe Kabullenen	Yaratıcı
	Risk Almaktan Kaçınan	Takım Çalışmasını Önemseyen	Topluma Duyarlı	Bağımsızlığına Düşkün	Gerçekçi
	Otoriteye Saygılı	Kanaatkar	İş Motivasyonları Yüksek	Çok Sık İş Değiştiren	Teknolojiyle Doğan
	Güven Duygusunu Önemseyen	Rekabetçi	Teknolojiye İlgisi Zayıf	Bireyci	
	Özgüven Duygusu Eksik	Teknolojiden Uzak	Kaygılı	Teknolojiyle Büyüyen	
Önemli Detaylar	II. Dünya Savaşı	İnsan Hakları Hareketi	Petrol Krizi	Körfez Savaşı	11 Eylül Saldırısı
	Ekonomik Buhran	Radyonun Altın Çağı	1968 Kuşağı	9/11 Çalışma Saatleri	Irak Savaşı
	Televizyonun Doğumu	1960 İhtilali	Sinemanın Doğuşu	İnternet	Gezi Parkı Olayları
				İpod	Facebook
				PlayStation	Twitter
				Cep Telefonu	Instagram

3.3.2. Kuşaklararası Farklılaşmalar ve Değer Değişimleri

Her kuşağın bilgi ve birikimlerini kendisinden bir sonraki kuşağa aktarması, sosyal ilerlemenin devamlılığını göstermektedir. Geçmişin geleceğe çaldığı bir maya gibi bu aktarım devam ettikçe toplumsallaşma ve bütünleşme sağlanacaktır. Kelime terminolojisine bakıldığında “gelen-ek” ifadesi, gelene eklenerek devam eden bir silsileyi vurgulamaktadır. Geçmişin inkarına dayalı bir yeniliğin mümkün olmayışı ve bireyin kendisini sıfırdan oluşturabilen bir varlık olmayışı sebebi ile birey geçmişle bağ kurmak zorundadır (Karadeniz, 2007: 40). Fakat görünen odur ki gelişen ve hızla yenilenen teknolojiye ayak uydurmaya çalışan birey, kendinden önceki kuşaktan bihaber yetişip, değerlerini kendi referanslarına göre şekillendirmektedir. Modernitenin dayatması olan bu bireyselleşme anlayışı değer çoğulluğuna ve kuşaklar arası farkın fersah fersah artmasına sebep olmaktadır (Ersoy, 2011: 97).

Kuşaklararası değer farklılıkları üzerine önemli çalışmaları olan Inglehart, yaşlı kuşağın genç kuşağa göre değişimde daha dirençli olduğunu vurguluyor. Bireyin bulunduğu toplumsal ve ekonomik dönemin onun değer tercihlerinin belirlenmesinde önemli bir etkisi vardır (Inglehart, 1994: 62). Günümüz yaşlı ve genç kuşak arasındaki ekonomik kaynaklı tüketim algısı farklılığı bunu açıklar niteliktedir. Sosyal ilişkilerin dahi tüketildiği genç kuşakta, ruhlara geçicilik ve güvensizlik işlenmiştir. Zira eşyaya sadakatin olduğu, maddeyle insan arasında duygu dolu bağ kurulduğu, bundan sebep eşyanın kadrinin kıymetinin bilindiği kuşağın, üretilen yeni ile elindekinin işlevselliğini yitirdiğine inanan bir kuşak arasında bariz farklılıklar vardır (Ersoy, 2011: 98).

Gündelik yaşam pratiklerimize kadar inen teknoloji tek tıkla hamur yoğuran, yumurta pişiren, yoğurt mayalayan makinelerle yaşlı kuşağın önüne iş beceremez, tembel bir yeni nesil sermektedir. Bu minvalde “tembel bir sedirden diğer sedire geçmiş de insanoğlu kuş misali demiş” cümlesinden hareketle teknoloji kuşağı, “tık”ladıkça yorulan ve vaktinden acizlenen bir nesle dönüşmüştür. Makineleşen dünyalarımızı Uruguaylı bilge gazeteci Eduardo Galeano’nun Aynalar kitabında teknolojik devrimin kısa hikayesi şöyle özetlenmektedir (Galeano, 2015).

“Büyüyün ve çoğalın dedik, makineler de büyüyüp çoğaldılar.

Bizim için çalışacaklarına söz vermiştiler.

Şimdi biz onlar için çalışıyoruz.

Gıda miktarını arttırsınlar diye icat ettiğimiz makineler açlığı çoğaltıyorlar.

Kendimizi savunmak için icat ettiğimiz makineler bizi öldürüyorlar.

Hareket etmek için icat ettiğimiz otomobiller bizi hareketsiz hale getiriyorlar.

Buluşmak için icat ettiğimiz şehirler bizi yalnızlaştırıyorlar.

İletişim kurmak için icat ettiğimiz önde büyük iletişim araçları ne bizi dinliyor ne de bizi görüyorlar.

Biz makinelerimizin makineleriyiz.

Onlar masum olduklarını iddia ediyorlar.

Ve bunda haklılar.”

Teknoloji devrimini özetleyen bu alıntı, elektriksiz, makinesiz dönemde yaşayan neslin etrafını saran demirlere ve cihazlara haykırışıdır. Hala özümseyemedikleri “şeyleşen” dünyaya yaptıkları bir serzeniş belki de. Zira “makinelermizin makineleriyiz” ifadesinden de anlaşılacağı üzere makineler için çalışan, kendisine veya bir başkasına ayıracak zamanı olmayan birey, toplum olmanın gerekliliği üzerine düşünmekten bile imtina etmektedir. “Nerde o eski bayramlar” ifadesinin çokça kullanıldığı şu günlerde acaba bayramlar mıydı değişen yoksa insanın ona yüklediği değer miydi bilinmez. Fakat günümüzde biraraya gelinmeye vesile olan, büyük aile olunduğunun hissedildiği bayramları bile tüketim toplumu tatil için fırsata dönüştürmenin derdindedir. Bu olguyu 5.sezonunda işleyen disütopik bir dizi olan “Black Mirror” işlemiştir. Bir bayram sabahı babaanne evinde yemek sofrasında birleşen kalabalık ailenin şen kahkahaları ortalığı inletirken birden ses tizleşir yerini hüznün kaplar herkes donar. Zira o mutlu bayram karesi bayramını tatilde şezlongda geçiren evin büyük oğlunun gözüne takılı çipte izlediği görüntüdür. İlgili sahne, aynı buruklukla huzurevinde olan babaanne ve dedenin de gözlerine takılı çipte izlediği karedir. Düşlerde kalan bu mutlu aile tablosu çiplerin gücü ile sanal olarak yaşanılır kılınarak, kişi sahte dünyasında kendini mutlu ettiğini sandığı yalnızlığını yaşamaktadır. Makineleşen ve gerçeklikten uzaklaşan dünyalara yarın böyle yön verilmeyeceğinin garantisini hissetmeden, yaşamaya ve gün geçtikçe daha da bağımlısı olunan teknolojinin kollarına atılmaya devam edilecektir. 1991 yılında William Gass insanlığı şöyle özetlemektedir “Eski insan tanımımız; akıl yürüten, kendi üzerine kafa yoran, araç yapan, konuşan yaratıklar, şimdi mikroçip dükkânında tamirde.” (Sanders, 1999: 154).

İletişimsizliği doğuran en büyük gerekçe sözlü kültürün yani insanların kendilerini, yaşantılarını, tecrübelerini anlattıkları yolakların kapanmış olmasıdır. Kendi duyduklarını, biriktirdiklerini sonraki kuşağa aktarma hevesi ile yaşlanan bir kuşağın kendisini dinletecek bir nesil bulamayışı da yaşlı kuşağın yalnızlaşmasına ve anlaşılmamasına sebep olmaktadır. Zira her toplumun bir hikâyeye anlatıcısına, her hikâyenin de bir dinleyici kitlesine ihtiyacı vardır. Barry Sanders “Öküzün A’sı” isimli kitabında şöyle ifade etmektedir “Her kabilenin bir masalcıya, her masalcının da bir kabileye ihtiyacı vardır çünkü dikkatle dinlenmediği sürece anlatılan öyküler önem taşımaz. Bir öykü ne kadar ilginç olursa olsun, etkili olabilmek için dinlenilmelidir. Konuşkan bir dil her zaman dost bir kulak arar.” (Sanders, 1999: 143). Kendisine

anlatacaklarını dinletecek bir kitle arayan yaşlı kuşak değerlerini aktaramamanın ızdırabı içerisinde.

Sözlü kültürün “selfie” kültürüyle girdiği savaşta mağlup olması, gördüğü herşeyi fotoğraflayarak kaydeden, gösteren ve hafızaya gerek duymayan bir neslin zahirde galip gelmesinden kaynaklıdır. Yüzyıllardır süregelen sözlü kültürün kırılma noktasının yaşandığı günümüzde, genç kuşağın buna kayıtsız kalması, önceki kuşaklarla bağının koptuğunu göstermektedir. Sosyal ağ yoluyla yüzlerce insanla etkileşimde olan genç, aile içindekilere sırt çevirip yalnızlaşmakta ve yabancılaşmaktadır (Ersoy, 2014: 5) Yaşadığı devirde anlaşılmayan, yabancılaşan Y ve Z kuşağı nasihat dinlemeyi reddedip ve öfkesini şiddetle yansıtmaktadır. Değişen değerlerden etkilenecek şiddet meyilli olan genç kuşağı Atabek (2010) şöyle anlatmaktadır:

- Hızla değişen değer yagılarına ayak uydurmaya çalışırken oldukça zorlanmaktadır. Hızlı değişimin etkisi ile geleceği bulanık gördükleri için geçmişin kattığı değerlere ve onun “değişmezliğine” inanmaktadır.
- Gençlik, gelişim dönemi özelinde sabırsızdır. Önündeki yılları değil beklemek, istekleri doğrultusunda zorla dahi olsa şekillendirmek ve değiştirmek istemektedir. Bu şiddet örülü yaklaşım; davranışlarının kabulünü kolaylaştırmaktadır.
- Engellenme, şiddet doğuran kaynaklardandır. Birey engelin üstesinden gelebilmeyi ancak zaman içinde eğitim ve deneyim yolu ile öğrenmektedir. Bu süreçten geçmemiş olan gencin, şiddet meyili yüksektir.
- Yoksunluk da şiddeti besleyen kaynaklardandır. Sürekli olarak birşeylerden yoksun bırakılan birey isteklerinin doyurulmasını ister. Cevap alamadığında, şiddeti kendisine bir hak olarak görür.
- Yeterince anlaşılmadığını düşünen birey, engellenme ve yoksunluk duygularını da temel alarak umutsuzluğa düşer. Hayata dair hiçbir umudu olmayan gencin şiddete meyletmesi olasıdır.
- Birey yalnızca yaşantıları ile öğrenmez, gördüğü ve duyduklarından da etkilenecek kendine şekil verir. Ekrandan, çevresinden şiddete maruz kalan genç bunu çok rahat aynalar ve etrafına yansıtır. Böylece toplumda her geçen gün artan şiddetin kişi bazlı değil aynı zamanda maruz kalanların etkisiyle de oluştuğunu gözardı etmemelidir. Bunlara ek olarak teknolojiyi dost edinen

genç yalnızlaşmakta ve anlam dünyasını sanal alemde var etmeye çalışmaktadır.

3.4. Sosyal Paylaşım Ağları ve Değer Değişmeleri

Değerler üretmek ve değerlerler birlikte yaşamanın yanında, iletişimin insan için en temel ihtiyaç olduğunu söyleyebiliriz. İnsan yaşadığı dönemin ruhuna hitap edecek iletişim biçimleriyle var olma sürecini şekillendirip, toplum olma eğilimine uyumlanarak yeniliklerin dışında kalmamaya çalışır. Geleneksel iletişim araçlarına nazaran, bilgi toplumunda yer alan yeni medya araçları toplumsallaşma biçiminde bireyi niteliksel bir değişime zorlamakla beraber sunduğu kolaylıklarla bireysel ve toplumsal iletişimi sanallığa taşımıştır.

Zaman, mekân ve coğrafi sınırların kavramsal değişime uğraması 1970'li yıllara tekabül etmekle birlikte, internet kullanımı bu yıllarda başlayıp 1990 itibariyle yaygınlaşmasında hız kazanmış, 2000'lerde ise zirveye ulaşmıştır. Bu gelişim sıralması kitlesel iletişimin kitlesel öz iletişime (mass self communication) evrildiğini bize göstermektedir. Kitlesel öz iletişim ile başlayan yeni iletişim dönemi ile kullanıcının mesaj üretip, onu iletme ve dinleyici kitlesine ulaştırması kendi seçimi doğrultusunda gerçekleşmektedir (Castells, 2016: 1). Geleneksel toplumda son derece sınırlı olan iletişim, daha sonraları kablolu telefonla, radyoyla, televizyonla tek yönlü sağlanan bilgi akışı, devrim niteliğinde imkanlar sunan web 2.0 ile alıcı ve kaynak arasında etkileşimli bir iletişim yaratarak yeni bir boyutta sağlanmıştır (Başer 2010: 43).

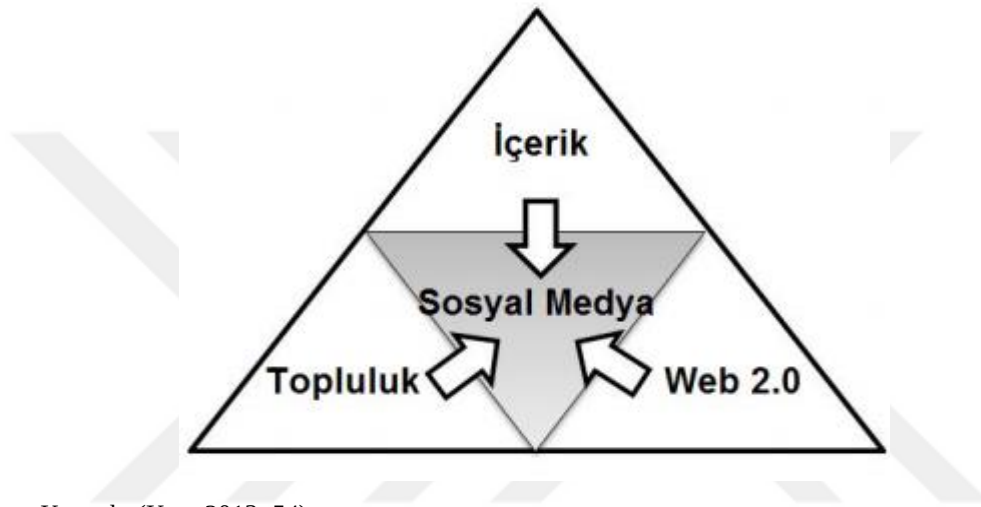
İnternet kullanım ivmesini yükselten en önemli etken ise www'nun ortaya çıkışı ile birçok firmanın arama motorlarını üretip, bilgiye kolay ulaşım pratiğini geliştirmeleridir. Böylece Google'ı, Yahoo'yu daha sonra MSN'yi, Hotmail'i, blogları (MySpace, Blogger.com, Blogcu.com gibi), YouTube'u ve son olarak Online sosyal ağ sitelerini (Facebook, MySpace gibi) sosyal ağ araçlarının keşfi başlamıştır. Sosyal ağ dünyası, Web 1.0'den Web 2.0 ye geçişi sağlayarak, gündeme yeni sosyal ağ araçları ile gelmiş ve gündemden kalkmamak üzere bir yenisi ile güçlenerek büyümüştür. Halen de büyümeye ve gelişmeye devam etmektedir.

Sosyal ağ araçlarının bugünkü geldiği noktayı ve yapısını analiz edebilmenin ve kavrayabilmenin en güzel yolu, konunun tarihsel sürecini ortaya koymaktan geçmektedir.

Sosyal ağ araçlarının tarihsel süreçte gelişimi 1989’lu yıllardaki bazı yeniliklere dayanmaktadır. 1989’da Bruce ve Susan Abelson tarafından oluşturulan çevrimiçi platformda günlük yazanları Open Diary Web sitesi üzerinde toplaması ile önemli bir gelişme yaşanmıştır. Blog kavramı da buradan doğmuş ve böylece “Weblog” kavramı insanların hayatlarına dahil olmuştur. Blogluyoruz anlamına gelen weblog sosyal ağların atası niteliğine sahip olup zamanla MySpace (2003) ve Facebook (2004) gibi oluşumlarla sosyal medyaki gelişim süreci büyük bir hız kazanmıştır (Kaplan ve Haenlein, 2009:60). Daha sonra 2005 yılından itibaren kullanıcılara video oluşturup, yükleme ve diğer kullanıcıların videolarını uzun süreli izleyebilme imkânı sunan Youtube sırayı izlemiştir. (Ayan, 2016:390). Bunlara ek olarak 2006 yılında kullanımı gerçekleştirilmesiyle ilk sıraları alan twitter mikroblog sitesi olarak kurulmuş, insanlığa 140 karakterle dünyaya hitap eden bir alan yaratmıştır. Şimdilerde sosyal medya denildiği zaman akla gelen Instagram ise fotoğraf paylaşım platformu olarak 2010 yılında kurulmuş ve şu an 400 milyondan fazla kullanıcı ile aktif kullanılmaya devam edilmiştir. Son olarak yine 2010 yılında kurulan Whatsapp internet aracılığıyla fotoğraf, video, ücretsiz arama, sesli ve yazılı mesaj gibi hizmetleri kullanıcıya sağlamıştır (Küçükylmaz vd., 2014 :133).

Bireyselleşme değil de sosyalleşme olarak tanımlanan sosyal paylaşım ağları “sosyal medya” şemsiyesi altında toplanabilir. Sosyal bilimlerin en popüler konularından biri olan sosyal medyayı Bruns ve Bahnisch, “Web 2.0 teknolojileri üzerine kurulan, daha derin sosyal etkileşime, topluluk oluşturmaya ve işbirliği projelerini başarmaya imkan sağlayan web siteleri” (Akar, 2010:48) şeklinde tanımlamaktadır. Kaplan ve Haenlein ise “Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media” adlı makalede sosyal medyayı tanımlarken; kullanıcılarına içerik üretimi ve paylaşımı imkânı veren, web 2.0’ın ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine bina edilmiş, internet tabanlı uygulamaları olarak nitelemiştir (Kara, 2013: 54). Kaplan ve Haenlein’in vurguladığı üzere sosyal medya, yalnızca bir ağ örgüsü temelinden oluşmamaktadır. Onu bütün kılan, Web 2.0 alt yapısında serbest bir veri akışı sağlayıp, görsel uygulamalara izin vererek içerik paylaşmaya olanak sunmasıdır.

Sosyal medyayı tam anlamıyla kavrayabilmek için Web 2.0 kavramını iyi bilmek gerekmektedir. Web 2.0 ağların daha çok teknolojik yönü ile ilintilidir, yani sosyal ağlar bu teknolojinin yansımasıdır. Söz konusu teknoloji; içerik yazma, var olan içeriği geliştirme, bunları kitlelere yayınlama özetle hem üretme hem de tüketme olanakları yaratmasıdır (İşlek, 2012:15). Kullanıcılara içerik üretme kolaylığı veren web 2.0, Web 1.0'ın aksine tek kişilik üreticilikten sosyal tabanlı olması, sosyal medyanın doğuşuna imkân sağlamıştır (Bozarth, 2010:11).



Kaynak: (Kara,2013: 54)

Şekil 3.1. Sosyal Medya'nın Temel Kavramları

Web 2.0 ye geçiş ve internet kullanımının artışı ile birlikte, toplumun iletişim şekli monologdan interaktif yapıya geçmiştir. Bireyler kendilerini icra edecekleri bir alan bulmuş, bu doğrultuda internette geçirilen zaman ve kullanım pratikleri artmaya başlamıştır. Bireylere bir benlik inşası imkânı sunan tüm yeni medya araçları Laughey'in de vurguladığı gibi "kullanıcılarına kendi profillerini oluşturma, görsel işitsel veri oluşturma, oyun oynama, çeşitli topluluk ve ağlara katılma, yabancılar ya da 'eski dostlar' ile iletişim kurma olanağı sunmaktadır" (Laughey, 2010:19).

"Digital 2020 Turkey" raporu Türkiye internet kullanım istatistiklerine göre 2020 yılı itibarı ile 16-74 yaş grubundaki bireylerde %79,0 olmuştur. Bu oran, bir önceki yıl %75,3'tü. İnternet kullanım oranı cinsiyete göre incelendiğinde; bu oranın erkeklerde %84,7, kadınlarda %73,3 olduğu görülmüştür. Hanelerin %90,7'sinin evden İnternete erişim imkanına sahip olduğu gözlenmiştir. Bu oran bir önceki yılda %88,3 idi. İnternet

üzerinden kişisel kullanım amacıyla mal veya hizmet siparişi veren ya da satın alan 16-74 yaş grubundaki bireylerin oranı, 2019 yılı Nisan ayı ile 2020 yılı Mart ayını kapsayan on iki aylık dönemde %36,5 oldu. Bu oran önceki yılın aynı döneminde %34,1 olarak gözlemlendi. Cinsiyete göre İnternet üzerinden mal veya hizmet siparişi verme ya da satın alma oranı, erkeklerde %40,2 iken kadınlarda %32,7 olmuştur. Bu oran, bir önceki yılın aynı döneminde sırası ile %38,3 ve %29,9 olarak gözlenmiştir. (TUİK, 2020).



Kaynak: <https://data.tuik.gov.tr/>

Grafik 3.1. Türkiye’de yıllara göre internet kullanımı.

3.4.1. Sosyal Medya ve Değerler

Son yirmi yılda teknoloji ve iletişim alanındaki gelişmelerin büyük hız kazanması, sosyal medyayı kitlelerin odak noktası haline getirmiştir. Bir fenomen haline gelen sosyal medya, bu değişimin altındaki sosyolojik etmenleri işaret etmektedir. Toplum yapılanmalarındaki değişikliğe bakıldığında sosyal medya, yeni bir toplum inşa etmese de bunu mümkün kılan araçları sunmaktadır (Stevenson, 2008:298). Zira iletişim teknolojisindeki hiçbir ilerleme sosyal medya kadar kitle kültürünü ve toplumsal yapının harcı olan değerleri etkilememiştir (Babacan, 2012:47).

Geleneksel toplumlara kıyasla, süregelen bir değişimin söz konusu olduğu bir dönemde yaşıyoruz ve bu değişimin hızı devamlı artıyor. İnsanlar değişen iletişim yapısına hızla ayak uydurup, bu yapıya entegre olmuştur. İnternet yolu ile vermek istediği mesajı anında ve sınırsızca ileten bu büyük güç, ilk olarak akıllara Mc Luhan’ın

“Global Köy” kavramını getirmektedir. Erarslan’ın (2016: 14) deyimi ile de tek tıkla uzakları yakın eden sosyal ağ mecrası küresel köyden de öte, dünyayı bir evin odaları kadar birbirine yakınlaştırmıştır. Böylece mekân insanın bedensel sınırlamalarından kurtarılmış, dijital ağ terminalleri ile uzak-yakın arasındaki ayrım kalkmıştır (Aydoğan, 2010: 4). Örneğin; Türkiye’nin herhangi bir yerindeki biri, din, dil, ırk, eğitim, yaşam tarzı gibi hiçbir ayrımı gözetmeksizin kilometrelerce uzaktakilere ulaşp, kolaylıkla ağ kurabilme ve etkileşimde olma imkanına sahiptir.

3.4.1.1. Sosyal Medyada Benliğin İnşası ve Sahte Kendilik

Dünya üzerinde zamanının büyük çoğunu sanal platformda geçiren milyarlarca sosyal ağ üyesi, kendine güven, yaratıcılık, meydan okuma gibi değerlerle varlık sahalarını genişlettikleri bir alan bulmuşlardır (Aydemir, 2014: 70). Birey bu alan sayesinde başkalarının hayatlarını izleyebilme, takipte kalma ve benliğini bir başkası ile özdeşim kurarak inşa etme eğilimine girebilmektedir. İmaj göstergelerine dönüşen kimlikler siber dünyanın kendilerine sunduğu imkanlarla sanal alemde kurgusal bir gerçeklik oluşturup, anlam arayışlarını bu doğrultuda yapmaktadır.

Sosyal medyanın gerçekten daha gerçek bir simulasyonu canlandırma imkânı sunması, bireyler de sahte bir kendilik yaratma duygusunu uyandırmıştır. Kendilik dediğimiz kavram kişinin toplumda edindiği rolü belirleyen, kişisel farklılıkları belirtmek için kullanılan, bireyin ilgi alanlarını, tutumlarını, yeteneklerini, dış görünüşünü yani kişiyi ayırt edici tüm nitelikleri vurgulayan kısmıdır (Ertürk, 2010: 90). Kendisine dair bilinçli bir farkındalıkla, toplumdan gelen yorumlamaların etkisi ile kendiliğini inşa eden birey, bunu ancak sosyal ilişkileri ile gerçekleştirebilir. Erving Goffman, sosyal ilişkiler sırasında bireyin kendisini nasıl yeniden ele aldığını, nasıl tanıttığını ve bunun için nasıl yeni argümanlar oluşturduğunu “benlik sunumu” kavramı ile açıklamaktadır (Goffman ve Cezar, 2009). Sosyal paylaşım ağları bireylere çevrimiçi yolla, kişiliklerinin hangi yönünün kendilerini daha iyi gösterdiği, hangi fotoğrafın kendilerini daha güzel gösterdiği, hangi cümlelerin kendilerini daha iyi anlattığı hakkında söz hakkına sahip olmaktadır (Ertürk ve Eray, 2016). Böylece ideal benlik sunumu, sosyal medyanın kişiye dayattığı kimlik oluşturma performansı üzerinden kişinin mutlak kontrolünde gerçekleştirilir.

Dijital imaj teknolojileriyle, gerçeklikle kuvvetli bir bağı olmayan sanal hayat sayesinde, gerçek yaşamın karmaşasından uzaklaşmak bir yanılsama ile mümkün kılınır (Robins, 1999: 49). Gerçek dünya ve zorlukları artık arka plandadır. Gerçek deneyim ve getirdiği başa çıkılması zor duygular yok sayılarak, kişi yarattığı yeni kimlik ile duygularını regüle edip daha mutlu ve daha var hisseder. Oluşturduğu ideal tipoloji ile benlik dünyasını çevreleyen bireyin sergilediği hayat; ısıltılı tatil kareleri, lüks marka alışverişi, estetik ve makyajla süslediği bedeni ile oluşturduğu kimliğin ideal nesnesi niteliğindedir (Ersoy, 2014: 50).

Son tahlilde bu durum, Goffman'ın 'benliğin sunumu' (presentation of self) diye nitelediği durumdan 'benliğin reklamı'na (advertisement of self) dönüşmektedir (Özdemir, 2015). Bunun en güzel örneği Instagram fenomeni olarak geçen "influencer" kavramıdır. Güçlü bir takipçi kitlesi olan, sunduğu benliği ve fikir dünyası ile takipçi kitlesinin davranışlarını, değerlerini, yaşam tarzlarını etkileyen bu fenomenler topluma yön vermektedir. Özellikle gençlerin kariyer hedefleri arasındaki yeni meslek figürü "influencer"lar, bir bilirkişi edası ile tüketimin yönünü belirlemektedir. Gençler kısa yoldan ünlü olmak adına instagramda influencer diye geçen belki de gerçek hayatlarında kendilerini ifade etmekten yoksun olan bireyleri takip edip, onlar gibi olmak için onlar gibi giyinip, onların gittikleri mekanlarda bulunup, onların yaşamını kopyalamaktadır. Özellikle kimlik bütünlüğünü tamamlamamış ergenlerde, özümseyen karakterin yansıttığı herşey içe alınarak onun aktardığı kimlikle bütünleşme meydana gelir. Düne kadar ebveynini örnek alan genç için, artık örnek kimlik aslında kim olduğunu tam anlamıyla bilmediği "influencer" olmuştur. Bu doğrultuda gençlere yüklenen değer, aile ve çevre kontrolü dışında sanal bir gerçeklik algısı üzerinden gerçek olmayan yaşamlardan aktarılmaktadır. Birbirinin benzeri yaşayıp, birbirinin kopyası olan bireyler zamanla toplumda homojen bir kitleye sebep olmaktadır.

Birey sosyal medyada kullandığı hesabın gerçek olup olmadığını kanıtlama zorunluluğu olmadan ve sahte hesap yolu veya kendi kimliği üzerinden istediği şekle bürünerek, olmak istediği kişiyi iki boyutlu bir platformda tiyatro sahnesindeymiş gibi canlandırır. Bu idealleştirilmiş benliği sunan birey, oluşturduğu imgeyi istediği gibi sergilemektedir, bu da Goffman'ın dramaturjik yaklaşımının özetidir. Goffman'ın set olarak tanımladığı bu sahne; gerçek dünyada bir alana tekabül ederken sanal dünyada

sınırsız bir sahne ve devamlı süren bir oyun gibidir. Goffman, “günlük yaşamda başkalarını etkilemek için takılan maskelerin ‘doğru’ kimliği baskı altına alıp gizlediğini ifade eder. Fakat anonim çevrimiçi ortamlar, takılan maskeler yoluyla baskı altına alınıp gizlenen doğru kimliklerin rahatlıkla açığa çıkarılabilmesi için uygun koşullara sahipken; anonim olmayan çevrimiçi ortamlar, bireylerin umut edilen olası kimliklerini açığa çıkarmaktadır” (Goffman, 2018: 33). Köksüz gibi davranarak herkesin doğruları sakladığı bir alan yaratmak kullanıcıların elindedir. Sosyal medya artık bir oyun seti gibidir, hiçbir kısıtlılığı olmayan bu set oyuncunun yazıp oynadığı hareketli bir yerdir (Kavut, 2018: 1-12).

Özellikle sanal ortamlardaki "Kimliğim nasıl olsa bilinmiyor" veya “Nasıl olsa başka biri gibiyim” düşüncesi kişilerin daha rahat söylem ve hareketlere yönelmesine sebep olmaktadır. Çevrimiçi anonim olma hali sahte ve gerçeğin içiçe geçmesine sebep olurken bireye paylaştığın ikinci planda, muhim olan “bağlantıda olmak” mesajını vermektedir (Uluç ve Yarcı, 2017: 96). Böylece kişiler bu platformu kullanarak, herhangi bir değere yaslanmadan kötülük, kabalık, sözlü saldırı, siber zorbalık, iftira gibi zarar verici davranışlara yönelmektedir (Rösner vd., 2016). Bu noktada kimlik sunumundaki farklılık kişinin içinde yaşadığı toplum dikkate alınarak incelendiğinde, teknoloji devri öncesi bireylerin değer farklılıkları ile günümüz vitrin toplumu arasındaki fark açığa çıkmaktadır. Söz konusu sürekli vitrinde olma hissine sahip olan histerik nesil için doğruluk, dürüstlük gibi değer kavramlarının benlik sunumunda değersizleştiğini göstermektedir.

3.4.1.2. Sosyal Medyada Kültürel Kimliğin Değişen Yansımaları

Kültürlerarası iletişimi arttıran sosyal medya, farklı kültürden insanların temasını kolaylaştırarak kültürel değiş tokuşa fırsat vermektedir. Çevresiyle etkileşimi oranında kimliğini şekillendiren birey için mutlak beslendiği kaynak kültürdür. Kültür vasıtası ile kimlik bütünlüğünü oluşturan bireyin, sanal yaşamın etkisi ile farklı kültürleri sentezleyip yeni bir kültürel kimlik yaratma eğilimi de artmıştır. Farklı kültürel değerleri özümseyen birey, evrensel değerlere yönelip zaman zaman kendi kültürel değerlerini ikinci plana atmış hatta bu değerlere sırt çevirmiştir (Chen ve Zhang, 2010: 801-815).

Söz konusu küresel melez kültürün; selamlaşmadan, vaktini geçirdiği alana, beğenilerine, davranış örüntülerine ve hatta değerlerine kadar sentezlendiği kültür ile benzerlikler göstermesi şaşırtıcı değildir. Sosyal medyanın kitleleri aynılaştırma etkisi benzer algılar, benzer tutumlar ve benzer gündelik yaşam pratikleri ile gün yüzüne çıkmaktadır. Baym ve Boyd’a göre “sosyal medya varlık ve yokluk, zaman ve mekân, kontrol ve özgürlük, bireysel ve kitlesel iletişim, özel ve kamusal, sanal ve gerçek arasındaki sınırları bulanıklaştırmaktadır” (Baym ve Boyd, 2012: 320). Toplumlara farklı kılan mayanın değersizleşmesi, toplumun heterojen bir yapıya sahip olmasını sağlayan derinliğin azalması, sosyal medyanın kitleleri etkileyen gücünü göstermektedir.

Kullanıcılarına baskın kültür ortamı sağlamayarak herkese özgür ifade yetkisi veren sosyal medya, bir akültürasyon oluşturmaktadır. Bu doğrultuda amaç, kültür hegemonyasını yok edip tüm kültürleri eriterek kültürsüzlük ortamı yaratmaktır (Medin, 2018: 145). Bu kültürsüzlük ortamında değer aktarımının oldukça güç olması yine dijital dünyanın kendine has oluşturduğu sosyal medya jargonu ile ilintilidir. Sadece çektiği fotoğraf veya videolar üzerinden dahi “bak bana” kültürünü oluşturan, sürekli beğenilme ve onaylanma dönütü bekleyen bu kişiler, narsistik bir kültürün doğmasına neden olmuştur (Uluç ve Yarcı, 2017: 95).

Geçmiş zaman panayırlarına benzetilen sosyal medya, gösteri dünyasının merkezidir. Görünür olma derdiyle ‘kişisel yaşamlarının özel detaylarını açık etmekten’, ‘eksiksiz bilgi göndermekten’ ve ‘fotoğraf paylaşmaktan’ mutluluk duyan birey, narsistik eğilimlerini bu davranış örüntüleri ile göstermektedir (Bauman ve Lyon, 2013: 36). Toplumu aynalar koridorunda yaşıyormuş gibi bir yola iten yeni medya araçları, bireye bir zamanların kişisel gelişim kitaplarının sesi ile “sen mükemmelsin, daha da mükemmel olmalısın” alt mesajını vermektedir. Bir benlik parametresi olarak takipçi sayısına göre belirlenen yeni stereotipler, insanlara kabul görmek için dayatılan rekabetçi bir tüketim ortamı sunmaktadır (Robinson, 2007: 96). Örneğin, 30 yıl öncesine kadar icra edilen yetenek ve nitelik üzerinden ünlü olup popüler olma hali yaygın iken, bugün hiçbir özelliği olmadan bazen sadece aykırı davranarak kitlelerin dikkatini çekip, bir anda milyonların takip ettiği bir fenomen olunabilmektedir.

Fenomen kalmak adına ise “her türlü şey mübahtır” düşüncesi ile değerlerden yoksun davranışlar sergilemekte bir beis bulunmamaktadır.

Narsizmi av-avcı modeline benzeten Mario Jacoby, nasıl ki avcı avını yakalar anlık haz yaşar, sonrasında başka avlara yönelirse narsist kişi de beğenilmek ve onaylanmak için herşeyi harcamaya müsait yapıdadır. Yeni dünya düzeninin narsist benlikleri, vitrinde sundukları imajlarla donatılmış bedenler, parlatılmış hayat hikayeleri, noksanlıkların giderilmesi ile doludur. Bütün bunların gözler önüne serilmiş metalara dönüşümü, “ben özelim” vurgusu için düzenleme sistemi sunmaktadır (Uğurlu, 2015: 239). Sunulanların orijinalliği kayboldukça teşhirin de çıtası yükselmektedir. Bu durum bazı değerlere dair sosyal normların dönüşümüne neden olmaktadır (Uyanık, 2013: 4).

Birey tüketecek nesne bulamayınca, sınırlarını belirleyen değerleri tüketmeye başlar. Hayatın içine akmak yerine sosyal medyada zaman tüneline akmayı tercih etmektedir. Tiktok videoları bunun iyi örneklerden biridir. Zira en hızlı akışın olduğu Tiktok mecrası, kişiye hipnotik bir haz sunup anlık değişen videolarla “herşeyi kenara it, keyfine bak” duygusu yüklemektedir. Kişi birkaç saniyeden oluşan bu videoları izlemeye başladığı anda tüm biliş ve duyuş alıcılarını kapatır, bu videolarla uyuşmaya başlar. Videoyuyu çekenin izlenmek uğruna tükettiği tüm değerler, beğenilmenin etkisi ile narsist benliğini doyururken bireyden topluma sirayet eden sosyal narsizmi ve değer dejenarasyonunu kimse görmemektedir.

Toplumsal değişimin en önemli ayaklarından biri olan değer değişimlerinin kimlik krizine sebep olduğu aşıkardır. Kendini konumlandırılamayan birey sosyal ağ araçları yolu ile maruz kaldığı fazla uyaranlar, sosyal hareketliliğe uyumlanma çabası bu krizin başlıca sebepleridir. Bireyin nesne ilişkilerinde meydana gelen bu değişiklik, kalıcılık yerine gelip geçiciliği vurgulayarak “kullan-at kültürü”nü oluşturmuştur. Hayatına kolaylığı ve pratikliği zerk eden bilgi toplumu insanı için eşya minvalinde tüm ilişkilerini” kullan at” formatına alıp yaslandığı tüm değer ve tutumlarını değiştirmektedir. Böylece gerçeklikten uzaklaşan birey önce kendine sonra da ait olduğu kültüre yabancılaşmaya başlamaktadır (Atabek, 2013: 27). Son tahlilde, küresel kültür yaygınlaşırken aynı hızla gerçekleşmeyen toplumsal değişim neticesinde küresel kültür değerlerini benimseyen bireylerin yaşadıkları topluma ve kendilerine

yabancılaşması olağan bir durumdur. “Bireyciliğin yalnızlık sarmalında boy vermesi” ile hayatta kalmaya çalışan modern birey, böylece kendisini ancak tüketim çılgınlığına adapte ederek romantik ve yapay sevgililerin kollarında veya terapist odalarında teselli bulmaktadır (Ersoy, 2011: 97).

3.4.1.3. Sosyal Medyada Kullanılan Dil ve Değerler

Dil, değerleri dünden bugüne, bugünden yarına taşıyan önemli bir unsurdur. Değerler dil sayesinde hayatiyet bulmakla beraber, dil ve söylemlerle gelecek kuşaklara aktarılmaktadır. Değerlerin dil içerisinde ifadesi ve kullanımı, onların gündelik hayat içerisinde yaşanmasına ve davranışlara yansımaya da tesir etmektedir. Aynı zamanda dilin gelişen teknolojik araçlardaki değişen doğası, değerlerin anlam, içerik ve tanımlama biçimlerini dönüştürmektedir.

Bir toplumun teknoloji ve bilimde gelişmişlik düzeyi ile dil varyansı arasında bir bağlantı vardır. Nasıl ki yaşayan kültürleri ayakta tutan etmen dil ise, bir toplumu var eden de dil ve kültür sistemidir. Çünkü her dil, temsil ettiği toplumun kimliğidir (Karahisar, 2013:3). Etkileşimli dönüşüm içerisinde olan bu kavramlar “sosyal süreçler bileşkesi” olarak bir bütünü temsil etmektedir (Güvenç, 1994:25). Sosyal medya ile hayatların hızlanması, etkileşimsellik ve aktarım endişesi bulunmaksızın iletimin yapılması, dilde yeni bir devri yansıtmaktadır. Yazılan kelimelerden sesli harfler çıkarıp, konuşma dilindeki bazı kelimeleri kısaltarak, duygu durumları emoji dediğimiz yüz ifadeleri ile yer değiştirerek “yeni nesil dili” meydana getirilmiştir.

Saussure’nin “Bireylerin çoğunda görsel izlenimler işitimi izlenimlerinden daha belirgin, daha sürekli. Yazı görüntüsü sesin yerini alarak kendini benimsetir” görüşü üzerinden zamanla değişen yazı dilinin konuşma diline yansıdığını göstermektedir (Karahisar, 2013: 71-83). Kuşaktan kuşağa aktarımı sağlayan dil, Gökalp’in de dediği gibi “sahip olunan duygu ve düşüncenin kabı gibidir” (Göçer, 2012: 50-57). Özünden kopmuş ve değişmiş kelime yığınlarından oluşan yeni nesil dil, sınırlı kelimelerle ifade edilen sınırlı düşünme yapısını ve anlattığı kavrama atfettiği değeri de göstermektedir. Örneğin; yeni nesil gençliğinin yaşlı kuşağı tanımlarken kullandığı “Ok Boomer” kavramı fikrini beğenmedikleri büyükleriyle alay etmek amacı ile kullandıkları hitap şeklidir. Kökeni İngilizceden alınan bu ifadenin kaynağı kuşak ayrımı yapılırken ikinci

dünya savaşı sonrasında 60'lı yıllara kadar doğan nesle tekabül eden “baby boomer” kavramına dayanmaktadır. Sosyal medyanın etkisi ile hızla yayılan bu ifade, bir gencin düşünce süzgecinden geçirilmeden kullanması ve büyüğe saygı gibi mutlak bir değerimizin yavaş yavaş önemini yitirmeye başladığının göstergesidir. Zira Türk Toplumu olarak düne kadar yaşlılara “Pirifani” gibi kelimelerle güzellemler yaparak onların önemini ve değerini en güzel ifadelerle anlatmaya çalışan bir toplum iken sosyal medyanın bariz etkisi gençler üzerinde görülmektedir (Şahin, 2020 :68-70).

Düşünceye yapılan yatırım her zaman kelimelere yansır, kelimelerin bittiği yerde ise iletişim bütünlüğünü, jest ve mimikler devralır. Dijital dünyada kelimelerin sınırlı kullanılmasının yanında, duyguların ifadesi hatta kelime ile ifade edilmek istenmeyen anların aktarımı için “emoji” diye geçen ifadeler kullanılmaktadır. Emojiler popüler kültürün ürünü olmakla beraber sanal alemde duygu kodu diye adlandırılmaktadır. Zipf’in 1949 yılında vurguladığı “En az çaba yasası” ilkeleri bireyin bir işi en kısa, en kolay ve en az gayretle yapma eğiliminde olduğudur (Mete, 2020: 1044). Emojilerin yardımıyla bireyler, sözcüklere ihtiyaç duymaksızın kendilerini daha kuvvetli ifade etmektedirler. Bu durum gösteriyor ki kullanıcılar kelimeleri dahi kullanmadan iletişim yöntemini geliştirmiş, az kelime çok ifade yolunu bulmuşlardır (Kurtoğlu ve Özbölük, 2016: 153).

Enformasyon çağını özetleyen kısa yoldan ifade gücünün örneği emojiler, karşılıklı iletişime geçip dil ve duygu yardımı ile aktarılanların tek karaktere sıkıştırılmış halidir. Bu argümanlar, insanların kendilerini ifade ederken dahi en az enerji ve uğraşı ile kendilerini en kolay aktarma yoluna girdiklerinin göstergesidir. Netice itibari ile, bu durum toplumda üslup zenginliğinin azalmasına, detaylarla var olan bir milletin kıvrımlarının törpülenmesine böylece bir diğeri tarafından anlaşılıp anlaşılmadığını önemsemeyen bir topluma dönüşmektedir. Söz konusu nüans kısırlığı bireylerin tutum, dararış ve değerlerine yansımaktadır.

Toplum tarafından üretilen ve bir kültür kodu olan dil; biliş, duyuş ve hatta kurallar ekseninde çağrışımları olan kültürel bir kargo niteliğindedir (Avcıoğlu, 2019: 85). Dijital dünyanın dayattığı “az kelime çok ifade” mottosu üzerinden hareketle, günde milyarlarca insanın etkisi altında kaldığı bu yaptırım, geleneksel aktarımın kesilmesine sebep olmaktadır. Prensky, sosyal medya kullanıcılarının dijital dünya ile

tanışma dönemine göre dijital yerliler ve dijital göçmenler olmak üzere iki ayrı kuşağa ayırmaktadır. Dijital yerliler diye adlandırılan 1980 ve sonrası doğumlular, dijital teknolojilere uyumlanmış ve gündelik yaşam pratikleri sanal dünya üzerinde yürümekte olan kuşaktır. Dijital göçmenler ise 1980 öncesinde doğan dijital öncesi pratiklerinden vazgeçmeyip, birtakım gereksinimleri karşılamak adına teknolojiyi kullanan kuşaktır (Saatcioğlu, 2019:31). Göçmenler ve yerliler arasındaki en derin fark dijital dünyaya hakimiyetteki boyutlardır. Göçmenler için bir araç olan internet diğeri için bir amaç olmuş yani dijital dünyayı kullanma algısına göre durum farklılık göstermektedir. Dijital göçmenlerin zaman zaman eğlence, sohbet etme gibi farklı hedefler doğrultusunda teknoloji ile ilgilendikleri görülse de genel bağlamda hedefleri bilgi edinmektir (Karabulut, 2015: 16). Kuşak farkına yansıyan dili kullanma şekillerine göre iki kuşak arası farkın büyüdüğünü söyleyebiliriz. En büyük anlaşma aracı olan dilde dahi anlaşmazlığa sebep olan kuşak farkı, iç bütünlük ve düzeni vurgulayan değerlerin etkisinin azaldığını gösterir (Layder, 2010: 23).

3.5. Mobil Teknoloji Araçları ve Mahremiyetin Dönüşümü

Bilgi ve enformasyon çağı, yeniliklerin baş döndürücü bir hızla ortaya çıktığı bir çağdır. Bu toplum, her bir teknolojik yeniliğin ortaya çıkışı ile bir öncekinin eski diye nitelendiği ve böylece her zaman en yeninin arzulandığı bir toplumdur. Dijital iletişim teknolojileri gelişip çeşitlendikçe bireysel ve toplumsal hayatın temel unsurları haline gelmiştir. Bu doğrultuda vücutlarımızın bir uzvu niteliğinde kullandığımız iletişim araçları hayatlarımıza bilgisayarlar, laptoplar, tabletler, cep telefonları ve akıllı cep telefonları olarak girmeye başlamıştır. İnsan yaşamlarını kolaylaştırmaya başladıkları günden beri kullanımda olan bu araçlar, ‘en yeni modelleri/versiyonları’ piyasaya sürüldüğünde güncel ürünler ‘eskimeden’ ‘yenileşmeye’ mahkûm olmuştur. Süregelen yenileşme toplumun tüm insani faaliyet alanlarını yeniden düzenlemekte ve sağladığı kolaylıklar kadar birçok sorunlar doğurup var olan problemlerin da daha derinleşmesine neden olmaktadır.

Modern dönemde dijitalleşen iletişim ile birlikte tüm yaşam izleri takip edilebilir ve kayıt altına alınabilir durumdadır. Siber uzamın üzerine yoğunlaştığı enformasyon ve veri mahremiyeti gibi sorunsallar sadece bireyleri değil büyük şirketler ve hükümetleri de ilgilendirmektedir. Zira gündelik yaşam pratiklerinin izlenmesinden, askeri disiplin

ve istihbarata, devlet yönetiminden tüketimi kısıktan ticari faaliyetlere kadar tüm alanlar dijital gözetim kısıkına girmektedir. Öyle ki modern öncesi süreçlerdeki gözetlenen ve gözetleyen arasındaki etkileşim ortadan kalkmış, iki özne arasında bir bağın olmadığı, gözetlenenin durumdan bihaber olduğu bir sürece girilmiştir (Çaycı ve Çaycı, 2017).

Enformasyon toplumunun gözetim toplumuna evrildiği günümüzde zaruri kılınan siber uzamda görünür olma hali, mahremiyet ekseninde ele alındığında özel kamusal sınırlarının giderek silikleştiği görülmektedir. İnternet ile bir tıkla her türlü bilgiye erişen birey zaman ve mekân mefhumunu yapı bozuma uğratıp özgürlüğünü ilan etmiştir. Fakat gözetim teknolojileri ile de mahremiyet sınırlarını belirleyen kapıları sonuna kadar açmıştır. Kamusal alanda güvenlik gerekçesi ile her anı kayıt altına alınan birey kendini panoptik bir yapılanmanın içinde bulmuştur. Jeremy Bentham, Panopticon adlı kitabında gözetimi “Bugüne kadar örneği olmayan, zihin üzerinde zihinsel iktidar elde eden yeni bir yöntem” olarak tanımlamaktadır (Bentham, 1995). İktidarlar böylece teknoloji ile beslenerek kendini daha güçlü kılmakta ve yeni teknolojik imkanlarla toplumlar gözetim altında tutularak denetim daha kolay hale gelmektedir.

Yeni teknoloji araçlarıyla gözetim objesi haline gelen bireyin özel-kamusal kavramı ekseninde mahremiyet inşası değişmiştir. Mahremiyeti dönüştüren ise merkezde panoptikon, sinoptikon ve omniptikon gibi gözetim teknikleridir. Gelişen bu teknikler bir dikizleme kültürünü oluşturmuştur. Dikizleme kültüründe mahremiyet, seyirci kitlesi için yaşayan ve var olan, yaşam arzusunu tıpkı ünlüler gibi izlendiği kitleden alan bireyin zihninde erimektedir (Niedzwiecki, 2010: 24-27). Niedzwiecki, mahremiyetin dönüşümündeki temel dikizleme motivasyonunu “ruhun başka bir ruha ulaşma ve hayatın anlamını paylaşma çabası ve popüler kültürün bize dikte ettiği ilgi çekme ve farkına varılma arzusu” olarak vurgulamaktadır. Dikizlenmek isteyen bireyler kendi yaşamını teşhir ettikçe bir başkasını daha fazla gözetleme hakkına sahip olduğuna inanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında mahremiyet Giddens tarafından “öteki tarafından özümsemek değil, onun özelliklerini bilmek ve kendi özelliklerini açıkça ortaya koymak” şeklinde tanımlanmaktadır (Giddens, 2010:89). Mahremiyetin dikizleme ve teşhir kültürü ile dönüşümü gözetlenenin gözetleyende aradığı gözetlendiğini görmektir ifadesi ile özetlenebilir.

Alanyazında mahremiyetin dönüşümü gelişen teknoloji ile bireylerin kamusal özel ayrımını kendi rızaları ile silikleştirmelerine dayansa da her şeyin kayıt altına alındığı ve kitle iletişim araçlarında anında yayınlanabildiği günümüzde mahrem alanını korumak oldukça güç hale gelmiştir. Bauman'ın anlam fabrikası olarak nitelediği toplumların; anlamlarını yitirmeye başlamaları ile birlikte tehdit altında olan değerlerin sorgulanması ve yoklanması gerekmektedir. Toplumsal dönüşüm sürecinde belirleyici unsurun modernite oluşu bu sorgulamaların artmasını gerektirmektedir.

Son tahlilde, mahremiyet bedenden başlayarak düşüncede şekillenen, kültür ve toplum tarafından harmanlanan bir anlayıştır, sadece kişileri ilgilendiren psikolojik bir ihtiyaç değildir. Aynı zamanda toplumsal yaşamı derinden ve yakından ilgilendiren sosyolojik bir olgu ve değerdir. Gerek bireysel yaşam gerekse toplumsal yaşam bakımından böylesine önemli bir olgunun yalnızca konuşulur olması çözüm odaklı olmayacaktır. Mahremiyetin dönüşümünü anlamak ancak teknolojinin kolaylaştırdığı gözetim tekniklerinin mahremiyete olan etkisini anlayarak gerçekleşecektir.

3.5.1. Mahremiyet Kavramı

Mahremiyet, modern dönemle birlikte toplum bilimciler tarafından tanımlanmaya ve önemsenmeye başlayan kavramdır. İletişim halinde olan insanın her alanda kendi sınırlarını çekmeye ehil olduğunun kabulü anlamına geldiği için, insanlık tarihinden beri varlığı inkâr edilemez bir kavramdır. Mahremiyet kavramının bugünkü haline gelmesi, bireyin kendi başına bir değer olarak görülmeye başlandığı uzunca bir tarihsel sürecin ürünüdür. Bu süreçler, aslında kentleşme, sanayileşme ve modernleşmenin yarattığı değişikliklerle birlikte hızlanmış ve toplumun bireye atfettiği değerlerde değişimler gerçekleşmiş ve bireyin kimliğinde dönüşümler meydana gelmiştir. Saint Simon bu durumu “tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş” olarak isimlendirirken, Tönnies “cemaatten cemiyete geçiş” olarak değerlendirmiş, Spencer ise “basit toplumdan karmaşık topluma geçiş” olarak yorumlamıştır (Karagülle, 2015: 43). Bu durumda gelişen koşullar bireyi bütünden ayırıp tekleştirmeye ve böylece mahrem alanını genişletmeye itmiştir.

Geleneksel toplum yapısında ev ile dış dünya arasında duran pencere tam olarak mahremiyeti temsil ederken, pencereler evin gözleri mesabesinde görülür ve perde ile

kamusal- özel ayrımı keskinleştirilirken (Ergenç, 1984: 67) bilgi çağında bu durum değişmiştir. İnsanlık tarihindeki en büyük ve hızlı dönüşümün meydana geldiği bilgi ve enformasyon çağında internet devrimi ile birlikte ağ toplumuna pencere açılmıştır. Bu pencereler işletim sistemine “Windows” adını koyan Bill Gates in de öngördüğü gibi dış dünyaya açıldığımız, uçan halı misali tüm dünyayı dolaşabildiğimiz pencerelerdir. Birey benliğini dış dünyaya açılan pencereler yolu ile ifşa edip etmemeye karar vererek mahrem alanını belirlemektedir.

Mahremiyet; inançların, davranışların ve fikirlerin ne şekilde ve ne ölçüde paylaşılacağı ya da ne ölçüde saklanacağı konusundaki özgürlüğü ifade etmektedir. Genel hatlarıyla mahremiyet üç ana başlık altında toplanabilir. Bunların ilki, bireyin içerisinde yaşadığı alanın gizliliğini ifade eden “mekânsal mahremiyet”, ikincisi bireyin dış müdahalelere karşı korunmasını tanımlayan “bireysel mahremiyet” ve üçüncüsü de kişisel bilgilerin toplanmasını, saklanmasını ve dağıtılmasını tanımlayan “bilgi mahremiyeti”dir (Rosenberg, 1992). Mahremiyet boyutları öncelikle fiziksel alanın korunması, hemen ardından suç içeren müdahalelere karşı bireyin korunması son olarak da kişilerin bilgi güvenliğinin korunmasının önemini kapsamaktadır (Kokolakis, 2017). Özel bir kavram olan mahremiyet, bu özelliğinden kaynaklanan bir görecelilik barındırmaktadır. Yani bazılarına göre mahremiyet içeren, özel olarak görülen bilgiler başkası için önemsiz olabilmektedir. Mahrem alan kimi yerlerde özel alan diye nitelenmektedir. Dolayısıyla mahrem alan, sınırları belli olan bireye ait olan alandır ve bu alan kültür ile doğrudan ilgilidir. Birey, içerisinde yaşadığı toplumun değerler sistemi çerçevesinde kendisine bir mahrem alan belirlemekte ve inşa etmektedir.

Gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri ve hızlı şehirleşme süreci de bireyin mahremiyet alanını belirlemesi üzerinde etkilidir. Mahrem alanı anlamlandırmak adına kamusal alana değinmenin de faydası olacaktır. Modern zamanlarla birlikte özel alan, eve ve aileye ait; kamusal alan ise toplumsal ve siyasal olana ait şeklinde bir ayrım geliştirilmiştir. Buna göre özel daha renkli ve daha kişisel bir alandır, oysa kamusal alan soğuktur ve görevlerin alanıdır (Karagülle, 2015:54). Genel bağlamda, mahremiyeti anlamlı kılan bireyin kamusal alan ile özel alanı arasına koyduğu sınır ve bu sınırlar içindeki özgürlüğüdür.

Modernleşme sonrasında toplumsal hayatta meydana gelen dönüşümün sonucunda, insanlar birtakım doğal ihtiyaçlarını kendi mahrem alanlarına taşımak isterler. Alman sosyolog Norbert Elias’a göre, mahrem alan-kamusal alan ayrımı insanların modernleşmesiyle birlikte ortaya çıkmıştır. Elias bu iki durum arasında bir neden-sonuç ilişkisi kurmaktadır. Uygarlaşan dünyada birey toplumsal hayatta “kendini tutma” alışkanlığını devreye sokmaktadır. Böylelikle birey, doğal ihtiyaçlarını mahrem alanının duvarları arkasında yaşamayı tercih etmektedir. Bu sayede kamusal alan, bireyler açısından doğal güdülerin gizlenmesi gereken bir alan olarak kabul görürken; mahrem alan toplum içerisinde yapılması uygun olmayan ya da ayıp olan davranışların bütünü olarak kabul edilmiş ve sınırlar daha net çizilmiştir (Elias, 2002).

Bireyin hem kamusal hem de özel alana ihtiyacı vardır. Özel alan ve kamusal alan sınırlarının farkında kontrollü olarak hangisinin nerede bittiğini bilmek kişiye özgün bir benlik sunmaktadır. Özgür birey sosyal rollerinin farkında olarak içinde bulunduğu şartlara göre hangi kişisel bilgiyi kimlerle paylaşacağına dilediğinde kendisi karar verebilir. Mahremiyet ise özel alanın yanı sıra kolektif ve toplumsal olanın işleyiş biçimi kamusal itibarın korunması için gereklidir. Mahremiyetin en elzem taraflarından biri de özel bilginin denetiminin devlet tarafından sağlanmasıdır. Vatandaşın itibarının toplum içinde korunması, özel hayatına saygı; özgür bireyin bütünlüğünün vazgeçilmez bir parçasıdır (Lokke, 2018 :24).

Bilgi ve teknoloji çağı ile birlikte özel ve kamusal alanlar silikleşmeye, daha doğru bir ifadeyle birbirinin içine geçmeye başlamıştır ve bu nedenle iki alan arasında ayırım yapmak giderek güçleşmektedir. Bir yandan kamusal alan hızla özelleşmekte diğer yandan özel alan da kamusallaşmaktadır (Sennet, 2010:46). Tisseron, içinde yaşadığımız dönemde “mahremiyetin dışı vurumuna dayalı bir kültür”ün geliştiğinden ve “kendi olma arzusu”nun yaygınlaştığını vurgular. Modern süreçte bireyi önceleyen ve öne çıkaran bir düşünce yapısı ortaya çıkmıştır. Bu düşüncenin etkisi ile bireye kendi yaşam biçimini kendi istediği gibi şekillendirme, inançlarını ve değerlerini seçme, atalarından daha farklı bir hayat tarzı sürdürebilme imkânı tanınmaktadır. Tanımladığı yaşam biçimini yeni medya teknolojileri ile aktarma ihtiyacı hisseden birey, gelenekselde mahrem kabul edilen resimler, videolar ile bugün siber uzamda kendine bir alan yaratmaktadır. Kimlerle arkadaşlık kurduğundan, dini inancına, siyasi

düşüncesine ve sürekli mekân güncellemesi yaparak nerede olduğuna kadar her türlü kişisel enformasyonu paylaşmaktadır. Böylece mobil kimlikler şeffaflaşmakta ve mahremiyet algısındaki dönüşüm teknoloji merkezli gerçekleşmektedir (Çaycı vd., 2014: 191).

Birey kavramının bu denli önemli bir yere sahip olması, özel hayat konusunu da tartışılabilir hâle getirmiştir. Zira mahremiyetin ön koşulu olan özel alan olgusu ortadan kalkmakta birey kendisi ile başbaşa iken dahi özel alanı muhafaza edememektedir. Bentham'ın "panoptikon"undan ve Orwell'ın "tele-ekran"larından daha gelişmiş bir gözetim aracı olarak akıllı telefonlar, günümüzde insan bedeninin yeni uzuvları olarak işlev görmektedir. Yine hemen her köşe başında yerini alan gizli kameralar tüm adımları takip etmekte, kimi zaman birey kendisini ana haber bülteninin aktörü veya en azından bir figüranı olarak bulabilmektedir. Bireyin sürekli izleniyor hissinden rahatsızlık duymayıp bunu gerekli görmesi aslında güvenlik ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Kendini güvende hissetmeyen birey, bir güvenlik arayışına girmekte ve ait olduğu devlet mekanizmasına gözetlenme rızasını kendisi vermektedir (Vatandaş, 2020: 447). Lyon ve Bauman da aynı doğrultuda kentlerin güvenlik gerekçesi ile sayısız kameralarla çevrilmesini, büyük bir panoptikona dönüşen kamusal alan olarak görmektedir (Lyon ve Bauman, 2013: 9-12).

Mahremiyet üzerine bazı sosyal bilimciler tarafından üretilen ve hala geçerliliğini koruyan kuramların başında Westin, Altman ve Petronio'nunkiler gelmektedir. Bu kuramcılar, mahremiyetin toplumsallaşma sürecinde kişinin kendisiyle ilgili ne kadar enformasyon paylaşıp paylaşmadığı fikrine dayanmaktadır. Dolayısıyla mahremiyet fikri, her şeyden önce iletişimle ilgilidir, onun aracılığıyla gerçekleşmektedir. Westin'e göre mahremiyet; bireylerin, grupların ya da kurumların kendileriyle ilgili enformasyonu ne zaman, nasıl ve ne ölçüde ötekilere aktaracağına karar verme hakkıdır. Petronio "İletişim ve Mahremiyet Yönetimi Teorisi"ne göre bireyler her zaman mahremiyete ihtiyaç duymaktadırlar ve mahremiyet kuralları belirleyerek, mahrem ile ifşa etmek arasındaki diyalektik gerilimi düzenleme arayışına girmektedir. Teoride mahremiyet sınırları açıklık ve kapalılık arasında değişen bir durumdadır. Açık sınırda kendisiyle ilgili bilgiyi görme izni ve erişime izin vermedir. Kapalı sınırda ise bilginin özel olduğu erişimin zorunlu olmadığını ifade etmektedir (Şener, 2013). Bu bağlamda

Westin ise mahremiyeti şöyle özetlemektedir “Bireyin, toplulukların veya kurumların kendilerine ait her türlü enformasyonu hangi ölçüde, nasıl ve ne zaman ötekilere aktaracağına karar verme hakkıdır.” Yani mahremiyet algısı, iletişim teknolojileri ve küresel dünya düzeni merkezinde yeniden inşa edilmiştir (Westin, 1967:7).

Bilgisayar ve internetin yaygınlaşması ile ortaya çıkan mobil kimlikler, yalnızca cebinde taşıdığı akıllı telefonla bu özelliğe sahip olup her zaman ve her yerde olma şansını doğurmaktadır. Poster’a göre internet sadece yeni bir iletişim teknolojisi değil, aynı zamanda toplumsal bir mekândır ve bu mekânda yeni iletişim ve sosyalleşme biçimleri ortaya çıkmaktadır. Bir yönüyle hiçbir şeyin ve hiç kimsenin gizli kalma hakkına sahip olmadığı, her şeyin görünür olmak zorunda olduğu bir kültür doğmuştur.1990’lı yıllarda kişisel bilgisayarların ev ve ofislerde kullanımının yaygınlaşması dijital devrimi başlatmış, bu devrimle beraber telefonların hayatımızdaki işlevini arttırmak adına cep telefonları ortaya çıkmıştır.Hemen takibinde 2000’li yılların ortalarından itibaren geliştirilen akıllı telefonlar, kendisinden önce geliştirilen telefonların aksine sadece uzak mesafeler arası aramalar yapmaya yaramamakta, bunun yanında kamera, müzik çalar, video oynatıcı, oyun konsolu ve bilgisayar gibi pek çok işlevi yerine getirebilmektedir. Akıllı telefonların taşıdığı bu özellikler, kullanım oranlarını kısa sürede artırmıştır (Bulduklu vd., 2016: 2961).

Bütün bu gelişmelerle birlikte mahremiyet, gözetim ve denetimin normalleştiği, teşhirciliğin ön planda olduğu bir yapıda yeniden inşa edilmeye ve tanımlanmaya başlamıştır. Mahremiyet algısındaki değişimde büyük payı olan teknolojik ve bilimsel gelişmeler, insanların neyin mahrem neyin olmadığını ayırt edememelerine, böylece hem kendi sınırlarını hem de ötekinin sınırını görememelerine sebep olmaktadır. Görsel ve işitsel içeriklerin aynı mecrada sunulmasını sağlayan internet, kullanıcılara birçok yönden iletişime geçme imkânı tanıyarak ilişkilerin bu platforma kanalize olmasını sağlamaktadır. İnternet kullanımının yaygınlaşması ile yapısal olarak değişen toplumlarda, değer değişimlerini bilgi toplumunu oluşturan tüm yapılarda görmek mümkündür. Örneğin, eskiden mahremiyet kapı deliğinden bakarak ihlal edilirken, günümüzde akıllı telefonlar, gizli kameralar, ses kayıt cihazı gibi teknolojik araçlar mahremiyetin ihlaline neden olabilmektedir. Yine eski zamanlarda haberleşme mahremiyetini ihlal etmenin yolu, gizli mektupların açılıp okunmasıyken, günümüzde

telefon dinleme, elektronik posta veya sosyal medya hesabının ele geçirilmesi gibi yollarla mahremiyet ihlali gerçekleştirilebilmektedir.

3.5.2. Gözetim Toplumu ve Mahremiyet

20. Yüzyıldan itibaren elektronik ağlar ve siber-uzay ile panoptik bir dünya oluşturulmaya çalışılmaktadır. Özel hayatın en ince ayrıntılarını izleme bakımından teknolojinin sahip olduğu potansiyelin incelenmesinin ardından, gözetim toplumu kavramı ilk defa Gary T. Marx tarafından kullanılmıştır. Marx'ın ardından "Gözetim Toplumunda Mahremiyetin Korunması" isimli makalesinde Anthony Giddens, gözetim toplumunu gündelik hayatı esir altına alan enformasyon teknolojileri sonrasında; kişisel bilgilerin veri tabanlarında saklanması, eşleştirilmesi, işlenmesi, pazarlanması ve dolaşıma sokulması şeklinde yorumlamıştır (Dolgun, 2004:15).

David Lyon ise gözetim toplumu ve enformasyon teknolojilerini ilişkilendirmektedir. Lyon, bireylerin artık kodlanmış numara ve harf dizileri olarak tanımlanmasına vurgu yapmaktadır. Kişisel verilerin sürekli olarak büyük şirketler ve devlet dairelerine ait bilgisayarların veri tabanlarında toplanması ve işlenmesini, gözetim toplumu olarak tanımlamaktadır. Lyon'un bu tanımından hareketle, enformasyon teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler vasıtasıyla, toplum hatta tüm dünya "küresel panoptikon" a dönüşmektedir. Bu noktada, enformasyon üretiminin artık eskiden olduğu gibi iletişim yoluyla değil de bireyler ve onlara ait etkinliklerin izlenmesiyle elde edilmektedir (Lyon, 2013).

Gözetim toplumu ve panoptikon kavramları anıldığında ilk akla gelen toplum bilimcilerden olan Foucault'nun "panoptikon" düşüncesidir. Bu düşünceye göre gözetim insan davranışı üzerinde büyük bir güce sahiptir. Modern toplumlardaki gözetimi anlatmak için, Foucault, Bentham'ın Panoptikon metaforunu kullanmıştır (Özbay vd., 2011:8). Foucault, Panopticon'u görünmeyen gözler tarafından izlenen ve denetlenen hapisanedeki mahkumlar ve onları gözetleyen otoritenin görünmezliği üzerinden tasvir etmektedir (Foucault, 1992: 251). Foucault, "Hapishanenin Doğuşu" isimli eserinde gözetimi şöyle vurgulamaktadır, iktidar halkı bireyselleştirmeye çalışmaktadır çünkü topluma göre bireyi gözetim altında tutmak daha kolaydır. Yani askeri orduya, suçluyu hapisaneye, deliyi tımarhaneye, hastayı hastaneye, çocuğu

okula kapatarak onları kaydetmiş, sayısal hale getirmiş bireyselleştirerek onlara egemen olmuştur (Yücel Spahıu, 2002: 275). Yani panoptikon, sürekli gözetime tabi olunan, denetim/ödöl ve ceza mekanizmaları üzerine kurulu bireylerin belli ölçütlerde dönüştürölmesini öngören iktidar biçimidir (Dolgun, 2008: 105).

Medyatik görünürlüğün ön planda olduğu radyo ve televizyon gibi iletişim araçları ile ünlü kimselerin takip altına alındığı “synopticon” modelinde ise bir grup azınlığın gözetim altında olması söz konusudur. Günümüzde ise dijital ekonominin içinde yaşamak zorunda olan gözetim toplumu için gözetleyen ve gözetlenen ayrımları ortadan kalkmış, zaman mekân kavramı yapıbozuma uğramış ve eş güdümlü olarak birey hem gözetleyen hem gözetlenen konumuna geçmiştir. Sosyal ağların insanların yaşam biçimi haline gelmesi mevcut gözetim tekniklerine ek olarak günümüzde “omnipticon” kavramını doğurmuştur. Herkesin herkesi izlediği bir yapı olan Omnipticon bireylere bir kimliklenme pratiği yaratmaktadır. Zira gözetim ortamında herhangi bir baskı olmaksızın haz duyularak daha çok görünür olma çabasına girilmektedir (Okmeydan, 2017: 61). Diego Velazquez’in “Nedimeler” (Las Meninas) adlı sanat eserindeki gibi Omnipticon yapılanmada herkes hem gözetleyen hem de gözetlenen konumdadır. Ressam da dahil herkesin herkesi izlediği tabloda Velazquez, İspanya Kralı IV. Felipe ve eşi Mariana’nın resmini yapmaktadır. Geri planda olan kral ve eşi aynada silik bir silüetle durmakta, onları seyredenler ve ressam daha önde yer almaktadır. Günümüz gözetim toplumunu özetleyen aşağıdaki bu ilginç tablo dijital dünyanın sunduğu sosyal medya araçları ile oluşan herkesin bir başkasını gözetlediği yeni gözetim tekniği Omnipticon’u tanımlar niteliktedir (Uluç vd.,2017: 90).



Şekil 3.2. Diego Velázquez’in Nedimeler Eseri, 1656, Las Meninas

Dijital hizmetlerin en büyük tüketicisi olmak Omniptionun bir parçası olmak anlamına gelmektedir. Günümüz mobil araçlarının çok yönlü gözetleme aracı olması insanların yaşam pratiklerinin bu araçlara bağlı olması ile ilintilir. Zira akıllı telefonsuz, internetsiz, bilgisayarsız tamamen analog bir yaşam sürdürmek oldukça zor olacağı için bu sistemden çıkmak oldukça zor görünmektedir. Wall Street Journal’da çalışan gazeteci Julia Angwin, *Dragnet Nation: A Quest for Privacy, Security, and Freedom in a World of Relentless Surveillance* (Kuşatma Altındaki Ulus: Sürekli Gözetlenen Bir Dünyada Mahremiyet, Güvenlik ve Özgürlük Arayışı) isimli kitabında gözetlemeden kaçmanın ne kadar mümkün olduğunu göstermeye çalışmaktadır. Gözetleme mekanizmasından kaçmaya çabalayan birey resmi mercilerin dikkatini çeker ve dijital dünya içerisinde bu sistemin bir mahkumu olduğunu, sistemin dışında kalmanın mümkün olmadığını göstermektedir (Angwin, 2014).

Dijital devrimin derinden yaşandığı günümüzde teknolojinin faydalarının olduğu kadar kitlelere zarar veren tarafı da vardır. Teröristler, suçlular gibi kötü amaçlı kimseler tarafından kullanılarak kişilerin hak ve özgürlükleri sınırlandırılmaktadır. Liberal demokrasilerde kişilerin hakkını korumak zorunda olan devletin izleme araçlarını kullanması olağandır. Eirik Newth, *İzleme Toplumu* kitabında demokrasilerin ayakta kalabilmesi için izlemenin kesin şart olduğunu Alan Dershowitz’den alıntı yaparak vurgulamaktadır (Newth, 2014). Bu durum “devlet kamusal yarar için, bireyler ise kendi özel yararları için çalışır” şeklinde özetlenebilir (Habermas, 2005:70-71). Bilgi güvenliği için tüm sadakatiyle devlete güvenen bireyin, bu güveninin kendisini tehlikeye atma ihtimali de her zaman söz konusudur zira tarihte de örneklerine rastlanmaktadır. Bauman’a göre “toplumun gözetlenmekten haz alması, iktidarın istemesine gerek kalmaksızın kendisinin gözetlenmeyi istemesi toplumun iktidara teslimiyeti anlamına gelir.” (Vatandaş, 2020:447). Bu sebeple, akıllara gelen soru şu olmaktadır; bir gün özel hayat hakkının yok olduğu gerçeği ile yüzleşmek olası mıdır?

Kamusal alanda giderek daralan özel hayat kavramı, artan güvenlik kameralarıyla izlenmenin hat safhalara ulaştığının kanıtı niteliğindedir. Gerçekçi gerekçesi olan herkesin kamusal alanda kurduğu kameralar mahremiyeti ihlal etmektedir belki ama güvenliği uğruna adım adım izlenmeyi kabul eden birey mahremiyet sorgulamasına dahi girmemektedir. Bu durum internet ekonomisinde ticaret yaparken tüm bilgilerin

ifşa edilmesi ile benzer niteliktedir. Onaylananın ne olduğu bilinmeden konum bilgisinden, kimlik bilgilerine kadar ifşa edilen kişisel bilgilerin bir veri pazarına dönüşmesi söz konusudur (Lokke, 2018: 72). Evgeny Morozov, yeni teknolojinin ticari mantığa hizmet ettiğini ve bu minvalde kişisel verilerin pazarlaştırılmasına izin verilecekse bile nereye kadar izin verilmesi gerektiği üzerinde durur. Morozov, büyük ticari değer taşıyan kişisel veri pazarını, canlı organ pazarı ile kıyaslamaktadır (Morozov, 2013).

İnternet üzerinden sunulan her bir ücretsiz hizmet için bedel olarak tüm kişisel veriler istenmekte ve aslolan hizmet karşılığında istenilen ödeme türü tüketicinin kendisi olmaktadır. Kişinin internet üzerinde ne yaptığı, neleri beğendiği, neleri tıklayıp, nelerle ilgilendiği bir değer kazanır. Tüm bu veriler ve bireyin kendisi bir bütünlük oluşturur ve bir sonraki ticari adımında kolaylık sağlar. Özel hayat ile ilgili endişe duymaksızın daha iyi ve ucuza hizmet almak adına mahremiyetinden ödün veren birey değiş tokuş ettiği şeyin kısıpaca alınmış hayatı olduğunun farkında değildir (DeLuca, 2016). Dünya Mahremiyet 2016 raporunda *Veri Koruma Kurulu ve Teknoloji Kurulu* ticaret yolu ile kapsanan özel hayatlar şöyle ifade edilmektedir “Bizler için bu kötü bir alışveriş çünkü, kendimizden gerçekten ne verdiğimiz ve izlemenin aslında ne kadar kapsamlı olduğu ortaya konmuyor. Hayatlarımız giderek artan bir şekilde tümüyle izlenme altında –internet ekonomisinin karanlık yanı sürekli daha da belirginleşiyor.” (Lokke, 2018: 69). Kişisel verilerin korunması uzun süredir üzerinde çalışılan bir konu olmakla beraber, hızla gelişen teknoloji ile farklı bir boyut kazanmaya başlamıştır. Küresel boyutta yaşanan veri trafiği ve hareketliliği sebebi ile veri koruma konusu global bağlamda değerlendirilip uluslararası önlemler almayı gündeme taşımıştır (Akıncı, 2017). Kişisel verilerin korunmasının uluslararası düzenlemelerde mahremiyet teması üzerinden yürütülmektedir.

“Mahremiyet, özel hayatın gizliliği ve kişisel verilere yönelik uluslararası düzenlemelerde aşağıdaki gibi ele alınmıştır:

- Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi 12. Maddesi: “Kimsenin özel yaşamına, ailesine konutuna ya da haberleşmesine keyfi olarak karışılmaz, şeref ve adına saldırılamaz. Herkesin bu gibi karışma ve saldırılara karşı yasa tarafından korunmaya

hakkı vardır” şeklinde düzenlenmiştir (İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, 1949)

- Birleşmiş Milletler’in Kişisel ve Siyasal Haklar Sözleşmesi’nin 17. maddesi “Mahremiyet Hakkı” (Right to Privacy) olarak düzenlenmiştir (Kişisel ve Siyasal Haklar Sözleşmesi, 1966)
- Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD-Organizatin for Economic Co-operation and Development-) 1980’de “Mahremiyetin Korunması ve Sınırışı Veri Akışına Dair Rehber İlkeler” başlıklı metni yayımlamıştır (OECD, 2013).
- Avrupa Konseyi’nin Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi’nin 8. Maddesi özel hayata ve aile hayatına saygı hakkı olarak tanımlanmıştır (Avrupa Konseyi, 1950).
- Avrupa Birliği’nin 95/46 sayılı “Kişisel Verilerin İşlenmesinde Gerçek Kişilerin Korunması ve Bu Verilerin Serbest Dolaşımı” isimli Yönergesi, Birlikteki her üye ülkede kişisel verilerin eşit seviyede korunmasının garanti altına alınması amaçlanmıştır.
- Avrupa Komisyonu tarafından üye ülkelerde uygulanmakta olan AB veri koruma kurallarında, Veri Koruma Direktifi’nde benimsenen ilkelerin modernize edilmesi ve gelecekte vatandaşların mahremiyet hakkının garanti altına alınması amacıyla, kapsamlı bir reforma gidilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede Avrupa Parlamentosu tarafından 14 Nisan 2016 tarihinde “Genel Veri Koruma Tüzüğü (General Data Protection Regulation–GDPR)” onaylanmıştır” (Akıncı, 2017).

Kişi hak ve hürriyetini koruyan yukarıdaki karalar dışından Türk hukuk düzenlemelerinin de kişi mahremiyeti ve kişisel verilerini korumaya yönelik olduğu görülmektedir. Tüm bunlara karşın yakın zamanda Hacettepe Üniversitesinde yapılan Dijital Yaşamda Mahremiyet (Gizlilik) Kavramı ve Kişisel Veriler konulu araştırma gösteriyor ki; öğrencilerin kişisel verilere yönelik kullanılan temel yasa olan 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu’ndan bihaber olmakla birlikte kişisel verilerinin

kurumlar tarafından kullanılmasında bir sakınca görmemektedirler. Gizlilik ve mahremiyete yönelik algılarının değiştirilmesi gereken genç kitlenin bilgi eksikliği sebebi ile sorgulamadan tüm bilgilerini paylaşmakta bir beis görmemektedir. İnternette dolaştıkları zaman zarfında verilerinin toplanması konusunda ise daha az oranda kötü kullanım olarak değerlendirdikleri görülmüştür (Eroğlu, 2018 :150).

Mahremiyet algısındaki değişikliğin temelinde yatan bilgisizlik ve kişisel verilerin ihlali durumunda yaşanacak sonuçların ön görülememesi yatmaktadır. Zira literatürde yapılan birçok çalışma gösteriyor ki bireylerin mahremiyete yönelik kaygıları oldukça yoğun seviyededir. Çalışmalarda genel olarak konuya yönelik bilgi eksikliğinin ve kontrolün bireylerin ellerinde olmadığı düşüncesinin mahremiyete yönelik kaygıları artırdığına değinilmektedir (Dinev ve Hart, 2005; Dwyer vd., 2007; Goettke vd., 2007; Miltgen, 2009; Ridley-Siebert, 2015; Tan ve Pivot, 2015 akt. Eroğlu, 2018). Mahremiyete yönelik kaygılardaki değişiklikler günümüz dünyasında mahremiyete olan bakış açısını da değiştirmiştir. Zeldin’e göre mahremiyet algısındaki bu değişim insanoglu için seçtiği iki mit doğrultusunda değişmiştir. Bunlardan ilki özel alana ait olanın kamusal alana çekildiğinde kamusal alanı zenginleştirdiği düşüncesi, ikincisi ise nesnelerin vitrinlenip çekici hale getirilmesi isteğidir. Özel alanda doyurulamayan arzuların kamusala çekilmesiyle görünür olma ve ifşa etme halinin daha zevkli ve doyurucu olması vurgulanmaktadır (Zeldin, 2014: 288). Lyon ve Bauman’a göre (2013), mahremiyet hakkını bireyler kendileri yok eder. Kendilerine sunulan güzellikler karşılığında mahremiyeti vermeye rıza gösterip neyi kaybettiklerini fark etmezler. Mahremiyetin mihenk taşı olan “örtmek” ifadesinin anlamından uzaklaşırken “alenileştirmek” merkezi konuma alınmaktadır. Bu durum bireysellikten duygu düşüncelere, bedenden hatıralara kadar her alanı kapsamaktadır (Vatandaş, 2020: 452).

Son tahlilde, tüm yeryüzünün panoptik bir alana dönüştüğü günümüzde mahremiyete ilişkin algıların değişmesinde teknolojik ve bilimsel gelişmelerin önemi azımsanamayacak kadar fazladır. Siber uzamda anlık izler bırakan birey, gözetlenmekten rahatsız dahi olsa bunun bir gereklilik olduğuna kendisini inandırarak söz konusu panoptik hapishanenin bir mahkûmu olmuştur. Bireyler tarafından transparan hale gelen hayatlar durmaksızın sergilenir konuma getirilmiştir. Sanal

teşhirin seyircisi ve aktörü olmak için bu sayfalar arasında varlığını devam ettirmekte isteklidir (Güven, 2011:15).

Mahremiyet kavramı yalnızca devlet tarafından kontrol altına alınan bireyin gözetilmesi ile dönüşüme uğramamıştır. Aynı zamanda bireyin bizzatı kendi rızası ile kendisini vitrinlediği dijital göstergelerle de yapıbozuma uğramıştır. Daha çok gözetlenir olmak adına bir başkasını yakından gözetleyen kişi, zamanla sahip olduğu organik bağımlılık halini kanıksamadan kabullenmiştir. Böylece zamanla kendine ait olan kamusal ve özel alan çizgisini silikleştiren birey, sosyal ağlarla bunu zirveye taşıyarak mahremiyetin anlam bütünlüğünü değiştirmiş ve böylece bu ifadenin esas manasını tüketmiştir.

3.6. İnternet- Oyun Bağımlılığı ve Değer Değişmeleri

Çağımızda, insana ve doğaya dair verilerin aktarılmasında, teknolojik gelişmeler sayesinde ortaya çıkan internetin ve dijital programların rolü oldukça büyüktür (Törenli, 2005:7, Ayhan ve Köseliören, 2019). Ancak teknoloji her kuşaktan insanı ayırmaksızın etkisi altına alıp insanlara sınırsız yenilik ve imkân sunmasına rağmen bazı sorunların da kaynağı konumundadır. Bu problemlerden en büyüğü teknoloji ile insan hayatlarına nüfuz eden internet ve internette geçirilen vaktin niteliği ve niceliğidir. İnternet gibi yeni medya ortamlarının sayesinde insanlar, haberleşme, oyun, habercilik ve alışveriş gibi işlemleri gerçekleştirebilmektedirler (Balcı vd., 2013:5). İnternetin bu işlevlerinin gün geçtikçe artması sebebiyle önemi de artmaktadır. İnternetin öneminin artması ve teknolojiideki gelişimler, sanal gerçeklik, yapay zekâ, blockchain, sosyal medya yayıncılığı gibi pek çok alanın da gelişmesine neden olmuştur. Tüm bu teknolojik gelişmeler internet kullanım oranının hızlı bir şekilde artması ve dolayısıyla bağımlılık paradigmalarının doğmasına da yol açmıştır. Zira kullanım amacıyla ilintili olarak internet başında geçirilen sürenin aşırılığı, internet kullanımını bağımlılık haline getiren unsurlardandır.

Son yıllarda mobil teknoloji ürünlerindeki hızlı gelişmeler, çok kısa bir zaman dilimi içerisinde kişilerin internete ulaşmasını kolay erişilebilir hale getirmiştir. İnternetin akıllı telefon dediğimiz mobil araçlarına girmesi ile birlikte, kullanım mobilitesi yaygınlaşmış böylece bireylerin dijital uzamla bağlantısı yoğunlaşmıştır.

Bireylerde zamanla sürekli internette olup çevrimiçi görünme isteği artmış hatta bu durum obsesif bazı tutumlara sebep olmuştur. Problemlili cep telefonu kullanımının özellikle ergenlik dönemindeki gençlerde yaygın hale gelmesi son dönemlerde araştırma konusu haline gelmiştir. Problemlili olarak adlandırılan bağımlılık seviyesindeki cep telefonu kullanma arzusu % 6.3 olarak gösterilmiştir (Martinotti ve diğ., 2011: 545-551). Yine 2013 yılında Amerika’da yapılan bir çalışma gösteriyor ki her on üniversite öğrencisinden birinin telefona bağımlılığı olmakla beraber, öğrencilerin % 85’inin cep telefonlarını sürekli açıp kontrol ettikleri, % 75’inin ise yatarken bile cep telefonlarını yanlarında bulundurdıklarını ortaya koymuştur. Söz konusu obsesif düzeydeki cep telefonu kullanma isteği erken ergenlik döneminde dahi yaygın bulunmuştur (Griffiths, 2013: 76-78). Problemlili cep telefonu kullanıcılığının tetikleyici unsurlardan olan internetin kolay ve ucuz erişimi olanağı bireylerde yalnızca çevrimiçi olma durumunu tetiklemekle kalmayıp özellikle çocuk ve genç bireylerde oyun oynama eğilimini arttırmıştır. Alanyazında yapılan bir araştırmada problemlili internet kullanımı ile çevrimiçi oyun bağımlılığı arasında çok yüksek korelasyonlu bir ilişki bulunmuştur (Van Rooij, 2010).

Oyun kavramı, insanlık tarihi kadar eski bir süreci kapsamaktadır. Oyunlar, ilkel yöntemlerden, teknolojik cihazlara kadar evrilmiştir. İnternetin gelişmesiyle beraber online şekilde oynanabilen oyunlar da hayatımıza girmiştir. İki veya üç boyutlu olarak tek veya birden fazla kullanıcının teknolojik cihazlar vasıtasıyla oynadıkları bu oyunlar, oyun bağımlılığının da ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu tür bağımlılıkların sonucunda bireylerin yaşamlarında patolojik etkiler ortaya çıkmıştır (Ögel, 2012: 106). Yapılan birçok araştırma gösteriyor ki oyun bağımlılığı; bağımlı olan ergenler de yalnızlık (Wack ve Tantleff-Dunn 2009), düşük yaşam doyumu, yüksek sosyal kaygı (Lee ve Stapinski, 2012; Yen vd., 2012), düşük özgüven (Lemenager vd., 2013), yüksek anksiyete ve depresyon riskine (Mentzoni vd., 2011) sahip oldukları, saldırganlık davranışı sergilemektedirler (Demirtaş-Mardan ve Ferligül-Çakılcı, 2014). Sanal ortamda çok fazla zaman geçiren oyun bağımlısı bireyler yüz yüze iletişim yerine çoğunlukla yalnızlığı tercih etmektedirler (Kuzu vd.,2008). Toplumsallaşmanın kırıldığı noktalardan biri olan kişilerin iletişimi bırakıp yalnızlaşması, özellikle genç bireylerin ailelerinden kopmasına neden olmaktadır. Aile ile ilişkilerin kopuk olması, sosyal ve ailevi ilişkilerin gittikçe bozulması ilişki ihtiyacı karşılanamadığı durumda da oyun

bağımlılığının artacağını destekleyen bir bulgular vardır (Young, 2004). Aile ile organik bağın kesilmesi durumunda ise aile tarafından aktarılması gereken değer, ahlak, kimliğe dair tüm veriler aktarılamamaktadır. Değerlere yatkınlık yetisi ancak bireyin ailesi, arkadaşları, komşuları başta olmak üzere insanlarla kurduğu ilişkilere dayanmaktadır. Ergenlerde internet bağımlılığı ve değerler üzerine yapılan bir araştırmada toplumsal ilişkileri olumlu etkileyen değerlere yatkınlıkla olumsuz etkileyen İnternet bağımlılığı arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Bulgular şöyle vurgulanmıştır “Bireylerin insanlara saygı duyma ve sevgi besleme, dürüst, sabırlı, adil ve tarafsız olma, girişimci ve rol model olma, iş birliği içinde olmaktan hoşlanma gibi tutum ve davranışlarının artmasıyla İnternet bağımlılık düzeylerinin düşeceği söylenebilir” (Ayten, 2019).

Ahlaki kimlik ve değerler konusunda eksiklikleri olan bireylerde öz bakımlarını ve sorumluluklarını aksatma noktasında sıkıntıların olduğu söylenebilir. Özellikle ABD’de Ulusal Medya ve Aile Enstitüsü (2005)’nün çalışmasına göre bilgisayar oyun bağımlılarının öz bakımlarını ve sorumluluklarını aksattıkları noktasında bulguları mevcuttur. Türkiye’de de yapılan bir tez çalışmasında değer ve ahlaki kimlik ile oyun bağımlılığı arasındaki pozitif bir ilişki bulguları elde edilmiştir (Deliktaş, 2020: 94). Bu bağlamda söz konusu oyun bağımlılığı bireyleri sorumluluk alma, empati, kişisel bakımlarıyla ilgili düzenlemeler noktasında olumsuz bağlamda etkilemektedir. Erken çocukluk döneminde dahi söz konusu olan oyun bağımlılığı olgusu, teknoloji ve internet karşısındaki savunmasız konumu özdenetimini yeterince geliştirememiş bireylerin bu minvalde şekillenmesine neden olmaktadır (Doğan, 2018: 266). Bu durum toplumda bazı kilit noktaların değişmesine neden olmaktadır.

Bağımlılığın tarihsel sürecine baktığımızda teknolojinin gelişmesiyle beraber kumar bağımlılığı, cinsel bağımlılıklar gibi paradigmlar da internet ve oyun bağımlılığı içerisinde kendisine yer bulmuştur. Hatta internet bağımlılığı kendi içerisinde online oyun bağımlılığı, online alışveriş bağımlılığı, blockchain çılgınlığı gibi alt kategorileri de bünyesinde barındırmaktadır. Davranışsal bir bağımlılık türü olan internet ve oyun bağımlılığının bireylerin değer kavramına nasıl dokunduğu ve onların gündelik hayat pratiklerine bağımlılığın ne gibi etkilerinin olduğu önemli parametrelerdir.

3.6.1. Bağımlılık Kavramı

İnsanlar, yaşamlarında birtakım nesnelere, olaylara, kişilere ve davranışlara karşı doğrudan veya dolaylı bir şekilde yoğun ilgi ve heyecan duymaktadırlar. Bu duygular süregelen zaman içerisinde bağımlılık durumunu ortaya çıkarmaktadır (Babaoğlu, 1997: 148 akt. Ayhan, 2019). Uluslararası literatürde “addiction” ve “dependence” gibi kelimelerle ifade edilen kavram, bireyin değişime dirençli bir şekilde yaklaşarak bir maddeye veya davranışa bağımlı durumuna gelmesini ifade etmektedir (Günüç ve Kayri, 2010: 220). Dünya Sağlık Örgütü tarafından alışkanlık ve tusaklığı da kapsayan ifade (Hançerlioğlu, 2003: 42) alkol, esrar, kokain, eroin gibi kimyasal maddeleri ilk olarak akla getirse de günümüzde bilgisayar, internet, teknoloji, kumar, alışveriş, oyun gibi kavramları da listesine eklemiştir. Özellikle telefon ve mobil internetteki gelişimler, telefonun aşırı kullanılmasıyla bireylerin hayatlarında patolojik sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Telefon bağımlılığına sahip bireyler, telefonlarını kullanmadıkları zamanlarda anksiyete, uykusuzluk ve huzursuzluk gibi rahatsızlıklara maruz kalmaktadır (Foester vd., 2015: 278).

İnternet bağımlılığı ilk defa 1996 senesinde Goldberg ile literatüre girmiştir. Goldberg’e göre internet bağımlılığı kavramı madde bağımlılığının değişmiş bir halidir (Young, 2004: 403). Bu çalışmadan sonra, internet bağımlılığı, literatürde kendisine daha çok yer bulmaya başlamıştır. İnternetin, telefonlarda kullanımı yani mobil internet ile beraber, online kumar, online oyun, cinsel bağımlılıklar da yeniden gündeme gelmiştir (Block, 2008: 306). Bu bağımlılıkta sadece internet üzerinden bağımlı olmak değil; ayrıca internet üzerinde bireylerin kullandıkları aktivitelere de bağlı veya bağımlı olma durumu görülmektedir. İnternet bağımlılığın ayrımını yapabilmek için belirli tanı ve ölçütlere ihtiyaç duyulmaktadır. Böylelikle Young (1996: 238), patolojik kumar oynama ölçütlerini internet bağımlılığına uyarlanmış ve bu sayede “internet bağımlılığı” için ilk tanı ve ölçütler oluşturulmuştur. Bu tanı ve ölçütlerin internet bağımlılığının ortaya çıkmasında bireylerin fiziksel, toplumsal ve psikolojik özellikleri gibi birçok etken önemli rol oynamakla birlikte (Ögel, 2012: 136) bu bağımlılıkları bireylerde sosyal, akademik, mesleki, ruhsal ve bedensel sorunların yaşanmasına da neden olmaktadır (Young, 2007: 2; Odabaşioğlu vd., 2007: 49).

3.6.2. İnternet Bağımlılığı

İnsan hayatında devrim niteliğindeki en önemli gelişmelerden birisi internetin kullanılmaya başlanmasıdır. İnternetin hayatımıza girmesi, ilkel çağlardaki insanların ateşi bulması, tekerleği icat etmesi gibi etkileri kadar beki de onlardan daha fazla bir öneme sahiptir. (Ögel, 2012:4,5). Meydana getirdiği farklı yeniliklerle kullanıcı sayısını artıran internet, salt eğlenme amacıyla kullanılan bir teknoloji değildir. Dünyayı insanların parmak uçlarına ulaştıran internet, insanların ihtiyacını duyduğu her türlü veriye hızlı bir yöntemle ulaştırmakta; bu sayede dünyanın her yerinde meydana gelen gelişmelerden anında haberdar olunabilmekte, bankacılık işlemleri gibi pek çok ihtiyacı rahatça karşılayabilmektedir (Balcı vd., 2013: 5). Bu yeni medya yapısının bireylerde nasıl etkiler bırakıp, bağımlılığa sebebiyet verdiğini ortaya çıkarabilmek amacıyla ilk olarak tarihsel serüvenine göz atmak gerekmektedir.

İçerisinde bulunduğumuz zaman, Bilgi Toplumu, Bilim Çağı, Bilim Toplumu, Milenyum Çağı gibi ifadelerle adlandırılmaktadır. Bu ifadelerin en önemli sebebi hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelen internettir. İnternet ile beraber insanlar ve dünya için yeni bir dönem açılmıştır (Işık, 2009; 30). İnternet akışındaki enformasyon, kitle iletişim araçlarının pek çok görevini de üstlenmiştir. (Timisi, 2005; 92). Bu görevlerin içerisinde online alışveriş ve oyunlar, bilgiye hızlı erişim, sosyal medya ve sosyalleşme, haberleşmenin globalleşmesi, eğlencenin mobilleşmesi, online bankacılık gibi durumlar bulunmaktadır (Ayhan, 2007; 175). Bütün bu işlevleri ve erişiminin kolaylığı internet bağımlılığını doğurmuştur. Terimsel karşılığı “birbiri ile iletişim” manasına gelen internet kavramı, dünya üzerinde bilginin paylaşılmasında ortak bir payda olarak yeni topluluklar da üretmektedir (Özcan, 2003; 7). Bu toplulukların da bağlı olduğu ortak ağ “World Wide Web” olarak adlandırılan “www” kavramıdır (Dede, 2004: 11). “www” kavramı ile beraber insanların internet kullanım oranı da artmıştır (Karakoç ve Taydaş, 2013; 34). Nitekim 2016 yılı TÜİK verilerine göre internet kullanım oranı 61,2’ye 2017 yılında %66,8’e 2018 yılında ise bu oran %72,9’a ulaşmıştır (TÜİK, 2019). Geleneksel iletişimden, sanal iletişime geçişte metin, ses, resim ve videoların eş zamanlı gönderilmesi, bağımlılık olgusunun ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

İnternetin bağımlılığı kavramı ilk defa 1996 senesinde Goldberg tarafından literatüre kazandırılmıştır. İnternet bağımlılığı kavramı, kimyasal madde alımını barındırmayan davranışsal bir bağımlılık şekli olarak açıklanmaktadır. (Griffiths, 1999:246). Bu bağımlılık şekli, bireylerin akademik, sosyal, iş hayatlarında sıkıntılara sebep olabilen ve genellikle klinik bir sorun şeklinde tanımlanmaktadır (Young, 2007: 671). Bu sorunda, salt internette bağımlı olmayı değil; aynı zamanda internette bireylerin yaptığı aktivitelere de bağımlı olma şekli görülmektedir (Balcı ve Gölcü, 2013: 258). Bu bağımlılık, bireylerin kendilerine mukayyet olma noksanlığı, davranışları perdeleme, yalan, psikolojik yoksunluk gibi durumlarla beraber, bireyler üstünde patolojik etmenler bırakan bir davranış şekli olarak da görülmektedir (Young, 2007: 4). Bu davranış şeklinin bağımlılık olarak kabul görmesi için belirli ölçütlere sahip olmasıyla, bu bağımlılığın ortaya çıkma sebepleri ve sonuçları da gözlemlenmektedir.

İnternet bağımlılığını tespit etmek için kullanılan ölçütlerden biri olan internette geçirilen zamanın uzunluğu, bağımlılığın belirtisi olarak görülebileceği gibi bağımlılığın sebebi veya bir sonucu da olabilir. Ayrıca bu tespitte internette geçirilen sürenin miktarından ziyade bu zamanın hangi amaçla kullanıldığı belirleyici olmaktadır (Günüç ve Kayri, 2010: 221). Alanyazına bakıldığında yapılan bir araştırmada (%74,6) oranında normal internet kullanıcısı olduğu, %21,8'inin internet bağımlılığının sınırında olduğu ve %3,6'sının internet bağımlılığı olduğu saptanmıştır (Şimşek vd., 2015: 10).

Güçlü değer eğilimine sahip ve internet ile daha sosyal bir güç sahibi olacağını varsayan gençlerin, internet yardımıyla kazanmış oldukları sosyal güçlerini kaybetmeyi istemiyor olmaları, internete daha da çok meyletmelerinin ve dahi bağımlılığın da bir nedenidir. Bir diğeri ise özgürlüğüne düşkün kendini gösterme arzusu içerisindeki gençler, oyun toplulukları ve grupları ile daha fazla rekabete girmekte, eğlenmekte ve haz almaktadır, bu sayede de sosyal onay, sosyal ilişki ve iletişim ihtiyaçlarını gidermektedirler. Güç değer yönelimine sahip ve internet aracılığıyla sosyal güç sahibi olduğunu düşünen bu gençlerin internet aracılığıyla kazandıkları sosyal gücü kaybetmek istememeleri, internete daha fazla yönelmelerinin önemli bir sebebidir.

3.6.3. Oyun Bağımlılığı

İnternet bağımlılığının hayatımıza girmesiyle beraber online oyun bağımlılığı da ortaya çıkmıştır. Online oyunlar sadece eğlence amaçlı olarak değil sosyal ve ekonomik kazançlar elde etmek için de kullanılmaktadır. Bu kazançlar da oyunlara karşı olan bağımlılığı artırmaktadır. İnsanlık tarihi kadar eski olan oyun, her dönemde ve her yerde yalnız başına veya topluluk halinde yapılarak zevk alınan ve hayatın farklı dönemlerinde yaratıcılığı, hayal kurmayı, taklidi ve iletişimi içerebilen etkinliklerdir (Ayhan ve Çavuş, 2014; 197). Bu etkinliklere sadece insanlarda değil hayvanlarda da rastlayabiliriz (Huizinga, 2013: 31). Oluşturulan bu etkinliklerde bireyler gerçek hayata dair yeteneklerini, oyun esnasında tecrübe etmektedirler (Binark, 2006; 3). Tecrübe sahası olarak karşımıza çıkan oyun, hareketli ve girift bir insan davranışı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum, sınırlı bir mekân ve zaman içerisinde meydana gelen, belli kurallar çerçevesinde faaliyet gösteren bir mücadele alanı şeklinde tanımlanmıştır (Huizinga, 2013: 31).

Oyunlar, içerisinde hırs, kazanma isteği ve yarışma potansiyeli barındıran çeşitler barındırmaktadır. Bu çeşitler, oyuncuların farklı zevk durumlarına göre konum kazanmakta ve modern dünyada şans, taklit, yarışma oyunları gibi isimlerle anılmaktadır (Sakallıoğlu, Erol ve Akgün, 2014: 5). Tüm bu oyun çeşitleri enformasyon ve internetin gelişimiyle online oyun altında bütünleşmiştir. Online oyun, mobil cihazlarda, kişisel ve tablet bilgisayarlarda, oyun konsollarında oynanabilen ve mücadele kavramını içerisinde barındıran iki veya üç boyutlu oyunlardır (Barnett ve Coulson, 2010: 168). Online oyunlar, kişilerin birbirleriyle işbirliği yaptıkları, yeni insanlarla tanıştıkları (Gürcan, Özhan ve Uslu, 2008: 4) bir platform halindedir. Bu haliyle de offline oyunlarla ayrılmaktadırlar. Offline oyunlar da, kendi içerisindeki rekabetçi yapıdan ötürü bağımlılık paradigması içermektedir.

Online oyunlar, kişilerin hayatlarında olumlu veya olumsuz etkiler bırakmaktadır. Olumlu etkilere, oyuncuların hayal dünyalarının gelişmesi, kişisel özgüven ve başarı duygularının tatmin edilmesi ve sorunlar karşısında yaratıcı çözümler üretilmesi gibi durumlar örnek olarak gösterilebilir. Olumsuz etkilere ise; oyun oynayabilmek için söylenen yalanlar, gerçek hayattaki kişilerarası iletişimlerin kötü olması, erken bir dönemde ergenliğe geçiş ve kaygı düzeylerinin yüksek olması örnek verilebilir

(Horzum, 2011: 58). Ayrıca strateji, mistik, macera, savaş oyunları gibi bazı oyunlar, çocukların ve bağımlı bireylerin şiddet eğilimlerini de artırmaktadır.

Oyun endüstrisinin her bireye uygun geliştirdiği oyun çeşitliliği ile oyun bağımlısı sayısı her geçen gün artmakta, kişilerin sorunluluk bilinçlerinin zarara uğramasına sebep olmaktadır. Günlük yaşamdaki görev ve sorumluluklarından uzaklaşarak uzun süreler oyun oynayan bireylerin bu durumu oyun bağımlılığı ve online oyun bağımlılığı olarak adlandırılmaktadır (Taş vd., 2014: 38). Bu bağımlılık türünde bireylerin az bir emek vererek oyun sürecinden zevk alarak başarı elde etmelerinin yanında bireylerin, kendi aralarında rakip olarak görmeleri ve oyunun amacını çözme çabaları, bu bağımlılığın diğer türlerden ayrılan temel farklılıkları olarak görölmektedir (Brown, 1997: 27 akt. akılı, 2013: 58-60). Bu farklılıklar, bireylerin online oyunun verdiği zevk sebebiyle benzer davranışı psikolojik ve patolojik bir biçimde yinelemesine ve oyuncuların, günlük hayatları içerisindeki görevlerini yerine getirememesine ve bu sebeple ruhsal, toplumsal ve fiziksel bozuklukların yaşanmasına sebep olmaktadır (Ayhan ve avuş, 2015: 85).

3.6.4. Genel Olarak Bağımlılığın Değer Değişmelerine Etkisi

Günümüzde insan hayatının odak noktasında yer alan ve temel ihtiyaçları haline gelen bilişim teknolojileri ve araçları, insanların hayatını bütünüyle kuşatmıştır. Ancak gündelik hayat pratiklerini kolaylaştıran internet, dünyaya erişimi sağladığı ölçüde bireylerin bilişsel yapılarına da erişip, kontrolü ele geçirmiştir. Özellikle bilgi çağında yaşayan gençlerin internete bağı kalmadan yaşam fonksiyonlarından biri eksilmişesine yoksunluk yaşama hali internete olan bağımlılığı açıkça göstermektedir. Fakat literatür gösteriyor ki bağımlılar yaşadıkları toplumdan dışlanmamak adına bağımlı olma durumlarını gizli tutmaktadır (Ayhan ve Köseliören, 2019).

Hayatında aldığı kararlardan, sahip olduklarına yüklediği anlam ve değerlere kadar bireylerin karar alma süreçlerinde etkili olan bu bağımlılık duyguları onları esir altına almaktadır. Bireyi toplum içinde var eden değerleri dahi etkileömektedir. Zira Güngör'e (1998:44) göre bütün değerler bir kimseye sunulur ve birey onu bir sıralamaya sokar ve en üste koyduğu değer onu en fazla etkileyen değerdir. İnternet bağımlılığı neticesinde bireylerde bu sıralama da büyük değerimler meydana gelmiş,

birey değerlerini öncelerken toplumsal yapılanmayı değil internet ve onun üzerinden edindiklerini referans almaktadır. Örneğin, Özcan ve Sengir (2016), değerler ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkiyi araştırdıkları çalışmalarında şöyle bir sonuca ulaşmışlardır “İnternet bağımlılığı ile disiplin ve sorumluluk, dürüstlük ve paylaşım, saygı ve doğruluk değerleri arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. İnternet bağımlılığı ile disiplin ve sorumluluk, dürüstlük ve paylaşım, saygı ve doğruluk değerleri arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunduğunu; güven ve bağışlama, paylaşım ve saygı değerleri arasında ise anlamlı bir ilişkinin oluşmadığını belirlemişlerdir”. Bir diğer araştırmada Zhang ve arkadaşları (2014), problemlili internet kullanımı ile merhamet ve sosyallik arasında negatif bir korelasyon olduğunu fakat canlılık (vitality) değeriyle arasında anlamlı bir ilişki bulunamadığını tespit etmişlerdir. Yapılan çalışmalar alanyazında sınırlı olmasına karşın gösteriyor ki değerler internet bağımlılığının önemli bir yordayıcısıdır.

Araştırmalardaki bulgulara göre “Güç, hazcılık ve uyarılım” gibi değer yönelimlerinin kişilerin en çok benimsediği ve önemsendiği değerler olarak özellikle bağımlı bireylerde görülmektedir. Bu eğilimde olan bireylerin haz yönelimli, eğlence merkezli, bencil ve hayatın sadece maddi boyutuna yönelik yaşayan bireyler olabileceği söylenmektedir (Ayten&Acat, 2019). Buna karşın değerlere yaslanan bireylerin bağımlılık türlerine karşı kendilerinin daha köklü davranacaklarını ve savrulmayacakları alanyazındaki bazı makalelerde yer almaktadır. Örneğin “Ergenlerin Değer Yönelimleri ve Değer Yönelimlerinin İnternet Bağımlılığıyla İlişkisinin İncelenmesi” isimli makalede “evrensellik, iyilikseverlik, geleneksellik, uyma, dindarlık” gibi değerlerin pozitif bağlamda insanları yordaması, hayatı daha anlamlı kılması ve bireyleri varoluşsal krizlerden koruması yönünden internet bağımlılığına karşı tampon görevi göreceği vurgulanmıştır. Yine aynı makalede vurgulanan bir diğer değer “geleneksellik” geleneğe saygılı olmayı önceleyen ve alçakgönüllüğü temel alan insani vasıfları içermekle aşırılıktan kaçınmayı gerektirmektedir. Bu değeri bireylere kazandırmak internet bağımlılığını önlemeye yönelik büyük bir adım olacağını belirtmektedir. Dürüstlük yardımseverlik, bağışlayıcı olmak, sorumluluk sahibi olmak gibi hayatta bir amaç edinmesini sağlayacak değerler ile nazik ve terbiyeli olmak, öz denetim, yükümlülüklerini yerine getirmek ve büyüklerine saygılı olmak gibi uyum değerlerini

özellikle gençlere kazandırmak internet bağımlılığına koruyucu olacaktır (Doğan, 2018).

3.7. Tüketim Toplumu ve Değer Değişimleri

Bilgi çağını yaşamakta olan dünyanın değişen önemli parametrelerinden biri de tüketim olgusudur. Dijital teknolojinin gelişimi ile yeniye olan arzusun artışı tüketimde çarpıcı bir dinamizm yaratmıştır. Ekonomik, sosyal, siyasal, kültürel değişimler toplumların tüketim algısını yapıbozuma uğratmıştır. İnsanlık tarihinin en eski zamanlarında dahi var olan tüketim kavramını yeniden inşa eden unsur, tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar insan kimliği ile bütünleşen bir tüketim olgusunun varlığıdır (Ongur, 2011:34). Bu açıdan, yeniçağda tüketim kavramı yalnızca ekonomik bağlamda değil bireyin kimliği ve var olma süreçlerini belirleyen değerlerle de ilişkilendirilmektedir. Kimlik, “Ben kimim?” sorusuna verilen anlamlı cevaplar bütünü olmakla beraber süreklilik gösteren değerlerin, kolektif eylem ilişkilerinde ortaya çıkması ile kişiye kendini tanıtmaya imkânı veren olgudur (Ersoy, 2005). Bu bağlamda kimliği değerlerden arındırmak mümkün olmadığı gibi tüketimi de insan kimliğinden bağımsız görmek mümkün görünmemektedir.

Toplumsal sistem içerisinde tüketim, Odabaşı (2006:16) tarafından “belirli ihtiyaçlarımızı tatmin etmek için bir ürünü ya da hizmeti arayıp bulmak, satın almak, kullanmak ya da yok etmek” olarak tanımlanmaktadır. Fakat günümüzde değişen değerler özelinde tüketim, geleneksel yapısından uzaklaşarak, salt birey veya topluluk imajı olmaktan çok iletişim ve değişim yapısı içerisinde meydana gelen simgeler bütününe dönüşmüştür (Boulard, 1997:111). Son tahlilde, tüketim insanların toplum içerisinde nasıl betimleneceğini gösteren, bireyi temsil ederek onu anlatan bir dile dönüşmüştür (Topçuoğlu, 1996:161). Tüketim kültürü toplumun değerlerinde ve inançlarında büyük değişimlere sebep olmuştur.

Toplumda meydana gelen bu derin değişimler yalnızca bireysel olarak kalmamış mekansal boyutlara da yansımıştır. Tüketim örüntülerinin alışveriş merkezine taşınması ile tüketim ve eğlence kavramları içiçe geçmiş, böylece tüketim merkezleri tekipleşmeye gitmiştir (Yırtıcı, 2005: 98). Ritzer (1999)’in “tüketim araçları” olarak nitelediği alışveriş merkezleri ve hipermarketler, tüketicinin tüketim alışkanlığını

değiştirmektedir. Kapsamlı olarak satın alma tarzını değiştiren tüketim araçlarının zaman ve mekân sıkıştırma eğilimi olmakla beraber bireyi seyirlik vitrinleri ile kendine çekmekte ve daha çok tüketmeye sevk etmektedir (Ritzer, 2000:183). Bireyi tüketimden alıkoyacak tüm engelleri kaldıran bu mekanlar eğlence ya da gösterilerle daha da cazip hale getirilir. Tüketiciyi harekete geçirecek algı yönetimi o denli titizlikle çalışılır ki bireye ölümü, öteki dünyayı hatırlatacak veya kendisini bu dünyadan koparabilecek uyarıları ortadan kaldırmaktadır. Bauman’a göre ölümsüzlüğün postmodern sloganı “anlık yaşa ve zevk al”a dönüşmüştür (Sungur, 2016:38). Tüketim toplumuna en uygun felsefe olan “Carpe diem” anlayışı, bireyi sadece tüketim ürünlerine yönlendirmekle kalmayıp kimlik ve değerlerde yeniden yapılandırmaya sevk etmiştir.

Kimliğini satın aldığı mallar ölçüsünde şekillendiren birey, değerler sistemine dayalı kimliğinden uzaklaştıkça uzaklaşmıştır (Demirzen, 2010:104). Yeni tüketim algısını oluşturan kimlikle bütünleşme ve statü kazandırma gibi unsurlar gösteriyor ki tüketilen mallar yalnızca ihtiyaç kaynaklı değildir. Tüketim kültürünü oluşturan başat unsurlar sınırsız ihtiyaçlar ilkesi ve nihai olarak bu ihtiyaçların karşılanmaması gerçeğidir. İhtiyaçların sınırsız ve doyurulamaz olma durumu toplumu sosyal ve ahlaki bir hastalığa sürüklemektedir. Tüketirken denetimin insan kontrolünden çıkması, iradenin kaybolmasına ve sadece maddi değerleri önemsemeye neden olmaktadır. Simmel bu durumu bireyin kendisine yabancılaşması olarak görür ve şöyle açıklar: “Böylece insan kendisine yabancılaşmış hale gelir; araçların merkezine, bütünleşen amaçlar noktasına sahip olmuştur ve nihai amaçlar da bunlardan çıkar. Böylece insan kendisine yabancılaşmış hale gelir; insan ile onun en ayırt edici ve esas varlığı arasına medya, teknik icatlar, yetenekler ve hazzardan oluşan aşılmaz bir engel dikilmiştir” (Simmel, 2017: 478).

Modern kültür ise gelenekselden farklı olarak sınırsızca tüketmeyen ve tüketmekten haz almayan, arzularıyla ilgilenmeyene olumsuz bakmaktadır (Corrigan, 1998; Foster, 1965; Nair, 1962). Hazzın ve arzuların dayatıldığı tüketim kültüründeki bu yeni paradigmatik bağlam toplumun değerlerinde değişmelere neden olmuştur. Kendisiyle ve kazandığıyla yetinmeye gayret eden topluma daha fazlasını tüket diyerek tüketmek için arzu üreten ve arzularına mahkûm olan gruplar yaratmaktadır. Bu durum ise insani değerlerin derinden sarsılmasına ve yeniden inşasına neden olmaktadır.

Friedrich Nietzsche (1844-1900) batının değerler krizine şöyle bir yorum getirmiştir; tüketim toplumu toplumsal bir proje olarak oluşturulup gerçek istek ve ihtiyaçlardan ziyade medya aracılığıyla reklam ajanslarının oluşturduğu suni istek ve ihtiyaçlar yaratılmaktadır. Susuzluğunu su değil de kola ile gidermeye çalışan toplumun gündeminden “üretim” çıkarılarak, hayatının merkezine “tüketim” alınmıştır (Demirzen, 2010:103). Üretim kültüründe tüketim kültürüne evrilmenin temelinde toplumsal yapıdaki “inanç, değer ve tekniklerin” değişmesi vardır. Bu değişimler yeni paradigmaların oluşturulmasını sağlamıştır (Özden, 1999: 16). Söz konusu yeni paradigmaya göre tüketim toplumunu oluşturan en büyük etken gelişen teknoloji ile tüm tüketim alışkanlığının online hayata taşınmış olmasıdır.

Elektronik ticaret diye tanımlanan yeni tüketim alışkanlığı, ticaretin dijital mecrada çevrimiçi olarak yapılması ve bilgisayar ağları aracılığıyla tüm ürün ve hizmet satın alma/satma faaliyetinin aktif hale gelmesidir (e-ticaret port, 2017). İnternetin tüketim ürünlerinde sonsuz alternatif sunması ve kişilere iradi seçim haklarının olduğu duygusunu yüklemektedir. Böylece kişiler iradesizleştiklerinin farkına varmadan, kontrolsüzce alışveriş yapmaktadır. Popüler kültür çerçevesinde oluşturulan “imajlar”, bir dayatmaya maruz kalmaksızın bireylerin iradeleri ile ikonlaştırılmaktadır. Oysa ki kişiler bu imaj ekseninde birer tüketicie dönüşürler (Dolgun, 2015:195). E-ticaretle yeni bir tüketim kültürü meydana gelmiş ve bu kültür bireyin kendi denetimi dışında belirlenen ihtiyaçlar silsilesini oluşturmuş ve her bireyi oturduğu yerden tüketici konumuna sokmuştur. Hangi topluma ait olursa olsun bireylerin kendi bulundukları gelişmişlik düzeyinden sosyo ekonomik düzeyine göre bir tüketim alışkanlığı kazanmasına neden olmuştur.

Son yüzyılın toplu tüketim biçimi çığ gibi büyüyen değişimin habercisi olarak bireylerdeki ve toplumdaki tüketim kültürünü özetlemektedir. Değişen tüketim düzeni birey özelinden çıkarak insani ilişkilere ve değerlere dokunmaktadır. Tükettikçe bir bütüne ait hissettiren yeni düzen, bireyi bireyselliğe itmekte ve toplumsallaşma bağlamındaki en büyük unsurlardan biri olan değerlerden kopmasına neden olmaktadır. Kapitalist sisteme dayanan tüketim olgusu teknoloji ile birlikte e ticarete evrilmiş ve yön değiştirmiştir. İnternetteki görsel medya, reklamlar, sosyal ağların etkisi tüketiciyi tüketim bombardımına sürüklemiş ve toplum içinde tükettikçe bir statü kazanma eğilimi

baş göstermiştir (Halis, 2012: 150). Tüketilen nesneler arttıkça toplumda statüsü artan birey tek tıkla e-ticaret ile bunu kolaylıkla yapabilmektedir. Bu bağlamda tüketimi anlamak, tüketimin tarihi gelişimini görmek ve tüketim kavramının nasıl evrildiğini gösterecektir. Ayrıca değişen tüketim alışkanlıkları toplumun mihenk taşlarını yerinden oynatmakta bunun hangi değerleri ne ölçüde etkilediğini görmek gerekmektedir.

3.7.1. Bir Kavram Olarak Tüketim

Tüketme kavramı ilk olarak Raymond Williams (1976) tarafından “tahrip etmek, harcamak, israf etmek, bitirmek” gibi terimlerle kullanılmıştır. Tüketim, kapital ekseninde bir ihtiyacın karşılanması için bir ürünü ya da hizmeti edinme, sahip olma ya da yok etme olarak tanımlanmaktadır (Odabaşı,1999:4). Fakat aynı toplumsal sistemin bütüncül bir parçası olmaktan ileri gelen tüketim olgusu, diğer insanlarla ilişkide olma halidir. Yani birey toplumsal ihtiyacın bir parçası olarak çalışmakta ve bunun sonucu olarak da tüketmektedir (Senemoğlu,2017:69). Douglas ve Isherwood tüketim malzemelerini şöyle vurgulamaktadır “Sunulan yiyecek, içecek ve konukseverlik, paylaşılan sevince işaret eden çiçekler ve giysiler ya da üzüntüyü gösteren matem kıyafetidir.” (Douglas ve Isherwood,1999:7). Toplumsallaşmanın bir simgesi niteliğindeki bu malzemeler anlamlarından kopup sunileşmekte hatta nesneleşmektedir. Zira tüketim döngüsüne giren her şeyin tüketim nesnesine dönüşmesi söz konusu olmaktadır.

Toplumsallaşmanın temelindeki başat unsur olan kişinin kendi kendine yetememesi ve fiziksel, sosyal, kültürel birçok bağlamda ihtiyacının olması hali, insanlık için olağan bir durumdur. İhtiyaçların karşılanması noktasında maddi manevi değerlerin seferber edilmesi tüketim olarak nitelenmektedir. Max Weber’in incelediği geleneksel köylülerin “tanımlanmış geçimlik” dışında çok fazla kazanmaya çalışanlara tuhaf bakmaları gibi, geleneksel tüketiciler de ihtiyaçlarının üstünde tüketenleri yadırgamışlardır (Weber, 1989). Nirvana Felsefesine göre “İstirabın kaynağı ihtiyaçtır. İhtiyaç ortadan kaldırılırsa ızdırıp son bulur”. Biyolojik boyutların da üzerindeki insan ihtiyaçlarının gerçekliği psikolojik boyutlara çekilmiş ve bu ihtiyaçların giderilmesi ve niteliği önceden düzenlenmiş ve şartlandırılmıştır.

Baudrillard (1997:95)'a göre ise tüketim, sosyalleşme ve etkileşimin devamlılığının yanı sıra bir ahlak, kurum ve sosyal değerler sistemini de temsil etmektedir. Yalnızca ihtiyaç karşılığı verilen para özelinde düşünülmemesi gereken tüketim kavramı, zaman ve itibar gibi kavramların da karşılık olarak sunulduğu bir argümandır (Torlak,2000:21). Bu tanım çerçevesinde; fiziksel herhangi bir ihtiyacı karşılamak için para veren kişi, soyut bağlamda parayı kazanırken harcadığı emek ve zamanın değerini sunmaktadır. Baudrillard bunu nesnelerin tüketiminden ziyade sembol ve değer sisteminin tüketimi olarak vurgulamaktadır (Baudrillard, 1998: 22).

3.7.2. Tüketim Toplumunun Oluşumu ve Tüketim Kültürü

Baudliard'ın ifadesiyle 'nesneler çağı'nı yaşamakta olduğumuz günümüz tarihinde, herşeyin hızla tüketildiği yeninin eskimeden "eski" görüldüğü ve toplum denilen bütünlüğün yerini satıp aldıkça kimliğini, statüsünü ve yaşam hedeflerini belirleyen tükettikçe var olan bir yapı almaktadır (Halis, 2012 :150). Illich (1990:26) tüketimcilikle meydana gelmiş bu toplumu, "hayatın eşyalar çevresinde düzenlendiği ve toplumsal ilerlemenin bu metalara ulaşma gücüyle ölçüldüğü toplum tipi" olarak tanımlamaktadır. Bauman (2007:53) ise tüketim toplumunu, bireyin tüketim alışkanlıklarını ve tercihlerini teşvik eden, manüple eden ve kontrollü bir şekilde yönlendiren toplum olarak ifade etmektedir.

Bauman'ın "akışkan modern dünya" olarak tabir ettiği günümüzde, birey sürekli rutinde kalamaz, tek düzelikten çıkmak adına, alınması ve yapılması gereken işleri uzun uzun listeler. Sürekli değişim ve tüketime zorlanan bireyin mutluluğu, ürettiği ya da yarattığı emeğe dayalı olmaktan çıkıp almak istediklerine yer açmak için çöpe attıkları üzerinden ölçülmektedir. Tükettikçe birey bu toplumda metalara dönüşmektedir (Bauman, 2010:53). Akışkan modern dünyanın arzuları böyle bir toplumsal ortamda 'Kurtulma', 'sona erdirmeye', 'atma mutluluğuna erişme' gibi ifadelerle anlam bulmaktadır (Canbek,2017). Bu inanç ekseninde, Descartes'in "Düşünüyorum öyleyse varım" (Cogito ergo sum) mottosu günümüz tüketim kültüründe "Tüketiyorum öyleyse varım" mottosuna dönüşmektedir (Bayhan, 2011: 221).

Yeni tüketim anlayışının tarihsel gelişimine bakıldığında, endüstriyel üretim biçiminin yavaş yavaş baş gösterdiği 18. Yüzyılın son yarısında üretimin teknik, iktisadi

ve toplumsal olarak değişimler gösterdiği görülmektedir (Hobsbawm, 2008; Hobsbawm, 2009). Endüstriyel ekonomi, iktisadi liberalizmin etkisiyle dünya genelinde pazar yapısında değişimler başlamış, sermaye sahiplerinin iktisadi, toplumsal ve siyasal yapılanmaları ile iş gücü kaynaklarında çeşitli dönüşümler başlamıştır (Wallerstein, 2014). Kapitalist ekonomide yalnızca üretim kısmı değil pazarlama süreçlerinde de değişimler başlamıştır. Çünkü endüstriyel üretim arttıkça tüketim de artmak zorundadır. Tüketimi arttırmak ve üretimin devamlılığını sağlamak pazarlama yani reklam yoluyla mümkündür. Pazarlaması yapılamayan ürünün tüketicisi olmaz, bu durum kapitalizmin devam edebilmesi için önemli belirleyici unsurlardan biridir. Üretimin kitleleşmesi ile sömürgeciliğin hız kazanması ve böylece kapitalizmin tüm dünyaya yayılması ile bir politika haline gelmesi ile sanayileşme başlamıştır. Sanayi devrimi koca bir dev gibi dünyanın tam ortasında konumlanıp kapitalist ekonominin gerçek varoluşunu kolaylaştırmıştır (Çoşkun, 2007: 10-17).

Geleneksel tüketimden uzaklaşmaya başlanan sanayi devrimi ile birlikte modern tüketimin kalıplarının temeli yavaş yavaş atılmaya başlanmıştır. Başlangıç temelleri böyle atılan modern tüketimin 19.yüzyıl sonlarına doğru tam olarak geleneksel tüketimdeki temel ihtiyaç karşılama ölçütünden çıkıp tam manasıyla haz ve arzulara hizmet eder niteliklere kavuşmuştur. “Tüketimci hedonizm”in başlangıcı olarak görülen bu dönemleri, lüks tüketim aracılığıyla bireysel haz elde etme güdüsünün desteklenmesi olarak tanımlamak mümkündür (Kırcı,2014:84). Bu dönemde tüketim, eş zamanlı olarak toplumsal dönüşümlere ayak uydurarak değişmeye başlamıştır. Zira özellikle Avrupa’da ve ABD’de 19.yüzyılda toplumsal, siyasal, coğrafi, kültürel pek çok değişimin gerçekleştiği görülmektedir (Hobsbawm, 2009). Maddileşen ve hedonistleşen gündelik hayata bakış, paranın değerinin artmasına ve herşeye para ölçütünde bakılan bir değerler silsilesinin zirveye ulaşmasına neden olmuştur (Zorlu,2006:16). Tüketimi sosyal ve duygusal değerlerin tatmini noktasında ele alan Çelik, benlik inşasında tüketimin büyük rolünü şöyle vurgulamaktadır “Hedonik beklentilerde duygusal tepkiler, duygusal hazlar, düş kurma, fanteziler, eğlence, tensel zevkler, sembolik değerler, statü arayışları ve estetik kaygılar ön plandadır. Yükseltilmiş arzular, genişletilmiş ilgilenimler, algılanan özgürlükler, fantezileri gerçekleştirmeler ve gerçeğin tatsızlığından kaçmalar gibi faktörlerin hepsi hazsal alışveriş deneyimlerinin belirtileridir” (Çelik, 2009:58).

Geleneksel tüketimden modern tüketime geçişin yaşandığı bu dönemde bireyler kim olarak algılanmayı arzuladıkları ölçüde, kimliklerini tükettikleri üzerinden şekillendirmektedir. Saygınlık, mutluluk, başarı vb. gibi duygusal doyumları tüketimle elde etmeye çalışmaktadır. Herbert Marcuse’a göre bireyleri tüketime dayalı bir hayata zorlayarak hem satın alarak hem de yanlış ve sahte ihtiyaçlar üreterek bir tüketim toplumu ve tüketim kültürü oluşturulmaya çalışılmıştır. Bireylerin zaruri ve gerçek ihtiyaçlarına dair bir farkındalıklarının olmadığını vurgulayan Marcuse, manipülatif ihtiyaçların bireylere dayatıldığını ve bireylerin güdümlenmeye açık olabilmesi için bunun zaruri olduğunu söylemektedir. Yani tüketim toplumunda birey hayati ve gerçek ihtiyaçlarının farkına varmaksızın güdümlenmeye açık bir şekilde ideolojik bombardımana maruz kalmaktadır (Marcuse, 1997: 17-19).

3.7.3. Elektronik Ticaret ve Tüketim Davranışı

Bilgi toplumunda, dijitalleşen ekonomide, emek ve sermayenin yerini bilgi almış, gelenekselden farklı olarak kuruluşların en önemli kaynakları beyin gücü olmuştur. Bilginin dijitalleşmesi, bilginin ticarete konu olması sürecini hızlandırmış ve böylece bilgi hızlı, ucuz ve güvenilir bir şekilde alıcılarına ulaşmıştır. Bilgi çağının sunduğu inovatif gelişmeler bireysel bilgisayarlara sahip olma olanağı sağlamış ve böylece yeni bir ekonomik düzene doğru gidilmiştir. Hızla gelişen dijital uzamın bireylere sunduğu tek tıkla dilediklerine ulaşma kolaylığı olarak adlandırılan elektronik ticaret, geleneksel toplumdaki tüketimin değişen yüzü olmuştur.

Bu bağlamda dijitalleşen dünyanın sunduğu bilgi ışığında elektronik ticaret şöyle tanımlanabilir: “işlemleri internet veya hiç kimsenin özel malı olmayan web tabanlı sistemlere kaydıran ticari faaliyetlerdir.” (Elibol vd. 2003:83). Geniş bir yelpazeyi kapsayan e-ticaret, dijital uzamda yapılan reklamlardan bankaların internet şubelerinde yapılan işlemlere kadar çeşitlilik göstermektedir. Bozkurt’un ifadesiyle en genel anlamda elektronik ticaret; “ tarafların fiziki bir bağlantı ya da değişime girmekten ziyade, elektronik olarak karşılıklı alışverişte bulunmaları” şeklinde tanımlanmaktadır. Bir başka deyişle, gelenekselde yüz yüze alışveriş yapanların yerini, fiziksel bağlamda karşılaşmadan alım satım yapmaya imkan veren bir sistem almıştır (Bozkurt, 2000: 63-64).

Yeni teknoloji ile beraber geleneksel alışverişte olan dergi, katalog, fiyat listesi, pazarlık görüşmeleri gibi unsurlar ortadan kalkıp, herşeyin daha fazla standardize edildiği web sayfalarına, elektronik posta tanıtımlarına dönüşmüştür. Aşağıdaki tabloda geleneksel ticaret ile elektronik ticaret arasında öne çıkan bazı farklılıklar karşılaştırılmaktadır (Halis,2012 : 156).

Tablo 3.3. Geleneksel Elektronik Ticaret Karşılaştırması

Satın Almayı Yapan Firma	Geleneksel Ticaret	Elektronik Ticaret
Bilgi Edinme Yöntemleri	Görüşmeler, Dergiler, Kataloglar, Reklamlar	Web Sayfaları
Talep Belirtme Yöntemi	Yazılı Form	Elektronik Posta
Talep Onayı	Yazılı Form	Elektronik Posta
Fiyat Araştırması	Kataloglar, Görüşmeler	Web Sayfaları
Sipariş Verme	Yazılı Form, Fax	Elektronik Posta, EDI
Tedarikçi Firma		
Stok Kontrolü	Yazılı Form, Faks, Telefon	Online Veritabanı, EDI
Sevkiyat Hazırlığı	Yazılı Form, Faks, Telefon	Elektronik Veritabanı, EDI
İrsaliye Kesimi	Yazılı Form	Online Veritabanı, EDI
Fatura Kesimi	Yazılı Form	Elektronik Posta, EDI
Siparişi Yapan Firma		
Teslimat Onayı	Yazılı Form	Elektronik Posta, EDI
Ödeme Programı	Yazılı Form	Online Veritabanı, EDI
Ödeme	Banka Havalesi, Posta, Tahsildar	İnternet Bankacılığı, EDI, EFT

Ticaretin yalnızca elektronik ortama taşınması olarak görülmemesi gereken e-ticaret piyasaları dönüştürme, iş hayatlarını yeniden yapılandırma, reklamcılık ve halkla ilişkilere kadar ekonomiyi ilgilendiren tüm konularda değişikliklere sebep olmuştur. Elektronik ticaretin kapsamlı olarak iş hayatına, ekonomik ve sosyal yaşama, reklamcılık ve pazarlama, tüketici ve alışverişe yönelik çeşitli etkileri bulunmaktadır (Yüksel vd., 2001: 48-9).

3.7.4. Tüketim Toplumunun Toplumsal Değerler Üzerindeki Etkisi

Günümüz modern hayatın her bir cephesine sirayet etmiş olan tüketim olgusu malların alınış ve kullanılış biçimleri ile eş zamanlı olarak bu süreçte ortaya çıkan değerler sisteminden bağımsız düşünülmemektedir. Tüketim toplumunda bireyler tüketimi gereksinimlerini gidermek adına değil daha fazla haz alma aracına dönüştürmüştür. Pazarlamacılar ise ürünlerini sunarken insanların hayat tarzlarına dokunup, onları etkilemek adına sembolik değerler ve haz odaklı mesajlar kullanmaktadır. Zihinlerine, duygularına, değerlerine değen bu pazarlama şekli bireyi bir anlam, prestij ve simgesel bir kimlik oluşumu ihtiyacına yönlendirmektedir (Aydoğan, 2009: 205). Maddi bir değere tekabül etmeyen hiçbir nesnenin yer edinemediği bu pazarda insani ve kültürel değerlerin tümü yeniden şekillenmektedir.

Değerlerden bağımsız ele alınamayan tüketim, tam anlamıyla değer ve ideolojilerin savaştıkları bir alandır. Zygmunt Bauman (2007: 98-99) tüketim olgusunu bu eksen doğrultusunda, “nesnelerin, değerlerin, ilişkilerin ve dolayısıyla bütün hayatın tüketilmesi” olarak değerlendirmektedir. Tüketimi açıklarken tüketimcilik kavramı üzerinden nitelemeye çalışan Bauman, tüketimciliği toplumda sürekli sahte ihtiyaçlar üretilerek bireylere dayatılan bir tüketme kültürü olarak açıklamaktadır. Ötekiler gibi tüketemiyorsa kendisini, değerlerini yitirmiş ve itibarsız olarak gören birey, yaşamın merkezine alınan tüketim kavramı ile kendini yeniden konumlandırarak bağımlılığa kadar uzanan bir yola girmektedir. Bu ekseninde tüketimin sürekli arzulanması ve bağımlılık yaratması bireyleri “tüketici” olma evresinden “tüketimci” olma evresine taşımaktadır (Bauman, 2005:127). Bağımlılığa götüren gereksinimlerin limitsiz ya da doyurulamaz oluşu, sosyal hatta ahlaki bir hastalığı vurgularken, bireylerin sonsuz ihtiyaçlara sahip olabileceği algısı tüketim kültüründe olağan bir ilke olarak görülmektedir (Yanıklar, 2006: 22-27).

Tüketim toplumunu “özüml bir toplumsallaşma tarzı” olarak niteleyen Baudrillard, tüketimin iki toplumsal işlevini vurgulamaktadır. Bunlardan ilki kapitalist düzen döngüsünün devamlılığı için tüketim olgusunun gerekliliğidir. İkincisi ise bir iletişim sistemi içinde farklılık ve ayrıcalıkları vurgulama göstergesi olarak ele almaktadır (Baudrillard, 2016: 87-93). Her ikisi de bir değer oluşumu sağlayarak toplum içerisinde işlevsel olarak toplumsallaşmayı etkilemektedir. Söz konusu değer oluşumu şöyle

özetlenebilir “Ekonomik işleyiş mekanizması içinde insanlar tüketim eylemini gerçekleştirerek ekonomik sermayeyi 'siyasal', 'toplumsal', 'kültürel', ya da 'sembolik' sermayeye dönüştürerek yeni değerlerin oluşmasını sağlamaktadırlar” (Karakaş, 2001: 18).

Endüstri toplumundaki tüketim değişiklikleri bireylerin yaşam tarzlarına da yansımıştır. Tüketim ürünlerini alabilmek için daha fazla çalışmaya yönelen insan, kendisini ücretli bir metaya dönüştürüp toplumdan hatta kendisinden yabancılaşarak kendisini çıkılmaz bir döngüye sürüklemiştir (Oskay, 1994:2). Bireylerin hayat tarzlarına zerk olan bu tüketicilik olgusu her bir alanda kendini göstermektedir. Oskay’ın da vurguladığı üzere “...doğduğu yerde büyümek, iş kurmak, evlenmek, ihtiyarlamak ve ölmek gibi aynı mekânda hayat sürmek yerine; hayat boyu okumak için işten işe geçmek, terfi etmek için durmadan mekân değiştirmeye başlamıştır. Bu durum sürekli ve köklü beşerî ilişkileri zorlaştırmıştır; anlık, kısa süreli, araçsallaştırılmış, yüzeysel/biçimsel ilişkileri arttırmış, insanların yalnızlık içinde yaşamasına neden olmuştur” (Oskay, 2016: 351).

Tarihsel olarak bakıldığında Batı Avrupa’da burjuvazinin yükselmesiyle toplumda birincil yükselen değer kanaatkâr merkezli değerler olmaktan oldukça uzaktır. Daha çok üretileni istifleme ve tüketmeye yönelik bir eğilimin arttığı görülmektedir (İnsel, 1990: 30). Tüketicinin toplumun vazgeçemeyeceği bir döngü haline gelmesini, bireyin toplumsal bağlamda standardize edilmiş bu iç mekanizmayla toplumdaki üretim sistemlerinin tam işlenmesi sağlanarak ancak gerçekleştirilebilir (Bayhan, 2011:10). Sahip olduğuyla yetinmenin ve her zaman aza razı olmanın yanlış görüldüğü anlayışa dayanan bir tüketim anlayışı ortaya çıkmıştır (Bauman, 1999a:13). Kanaatkâr olma değerinin azaldığı bu yeni anlayışla ahlaki bağlamda değer dönüşümlerini kanıtlar niteliktedir.

Parasal çıkarın temele oturduğu tüketim toplumunda artık acıma ve merhamet etme duygusu azalmakta, dayanışma bitmekte ve insan emeği metalaştırılarak ondan daha fazla faydalanabilmek ana hedef haline gelmektedir (Polanyi, 1986: 87, 117, 121). Üretim, sermaye ve güç artırmanın önündeki güçsüzlük gibi engeller değişimin hızını keseceğinden onlara merhamet duymak ve gelişmeyi engelleyecek tutum ve davranışları kabul etmek hiç de ahlâki değildir (Bauman, 1999a: 19). Lefebvre, toplumun

değerlerindeki bu değişimi “kıtlıktan bolluğa, yetersiz üretimden dev boyutlu bir tüketime ve bazen de aşırı tüketime (israf, şatafat ve prestij için tüketim, vs.) geçiş”e dayandırmaktadır (Şahin, 2008:182). Baudrillard ise; “Simülakrlar ve Simülasyon” adlı eserinde değişen sistemin içerisinde bireyin yapay bir gerçeklik içinde kendisinin kölesi olduğunu ve bunun da toplumu yalnızlaşmaya götürdüğünü vurgulamaktadır (Baudrillard ve Adanır, 1998). Söz konusu yalnızlaşmanın kimlik sorunlarına sebep olmasındaki en büyük neden bireyciliği merkeze alarak birincil toplumsal ilişkilerin çözülmesine neden olmasıdır. Tüketim kültürünün dayattığı bu olgu Veblen’in “gösterişçi tüketim” diye adlandırdığı bireylerin tüketirken kimliğini silikleştirip sadece taklit ve rekabet üzerinden yapılandırmalarıdır (Ritzer, 2011 akt. Ersoy, 2014:52). Marcuse, “sosyal kontrol” eşliğinde tüketime zorlanan bireyi, “sahte ihtiyaçlar”ın başkaları tarafından belirlenmesi ile oluşturulan bir tüketim mekanizması olarak görmektedir. Illich’e göre (2002:60) halkın kontrol eşliğinde iyi bir tüketici olabilmesi sağlanmaktadır. Zira tüketen birey istediği şeylerin zamanla istemeye eğitilmiş olduğu şeyler olduğunu görür. Bu mekanizma bireylere satın aldıkları üzerinden kendilerine bir değer atfetmelerini sağlamakla beraber kendi ruhlarını ve benliklerini bunun üzerinden keşfetmelerine neden olmaktadır. Bu minvalde bireyin topluma bağlanma şeklinde de değişiklikler meydana gelmektedir (Şahin, 2008:183).

Tüketim toplumunda insani değerlerin yapısının ve içeriğinin maddi unsurlara dayanarak hiyerarşik bir biçimde şekillendiği görülmektedir. Bireylerin öncelikli kıldıklarının başında toplumsal insani olandan daha maddi ve çıkarıcı olana doğru bir evrilme söz konusudur. Tüketim kültüründe ise baskın olan toplumsal insani değerlerdense bireyin ön planda olduğu ve tüketimciliği ile bir konum elde ettiği maddi bir değerler sistemi söz konusudur (Akkoç,2019: 9). Mutlak hazzı hedefleyen, elde etmeye dayalı, insanlar arasındaki etkileşimi azaltan bir değerler sistemi toplumsal işlev görmek adına kaybolan değerlerin yerine geçmiştir. Oysa ki toplumsal insani değerler yalnızca kendisini değil kendisi ile birlikte bir başkasını da düşündükçe işlevsel olan bir yapıyı temsil etmektedir.

Tükettikleri ölçüsünde kişilerin “Ben kimim?” sorusunu sorarak kendilerini değerlendirmeleri toplumsal hayatta ne kadar var olduklarını gösteren niceliklerdendir (Bocock, 2014: 113). Eric Fromm’un tüketim toplumunun bireylerini seslendirdiği

“Ben, sahip olduğum ve tükettiğim şeyler dışında bir hiçim” ifadesi bu durumu özetler niteliktedir (Fromm, 2016: 49). Maddi tüketim ürünlerine ulaştıkça ve o sistemin içinde var hissettikçe birey kendini değerli görmektedir. Toplumdaki değer yapısının insani değerlerden uzak maddi değerlere dayandırılması zamanla insanların, insani ölçütlerden, güvenden, yardımlaşmadan, samimiyetten ve insana değer verme anlayışından uzaklaşarak yaşamaya başladıkları gözlenmektedir (Akkoç, 2019: 11). Bireysel değerlerin öncelendiği toplumsallıktan bireyciliğe kaydığı tüketim toplumunda artık bencillik, elde etme güdüsü, keskin bir rekabet, övünme gibi bireysel değerler ön plandadır.

Odabaşı'nın da vurguladığı üzere “Tüketim kültürü, toplu değerleri örseler ve toplumdaki gerçek konuların ciddiye alınmasını önler.” (Odabaşı, 2017: 46). Böylelikle toplumların değer yapısı; moda, teknolojik araçlar gibi maddi tüketim unsurları üzerinden şekillenmeye başlamaktadır. “Kadınların ve erkeklerin giyimlerinin ve tükettikleri malların birer iletişim vasıtası, “sınıf statüsünün simgeleri” olarak görülebilmesi giysinin kuşanıcısı/kullanıcısının uygun davranışlarını, hal ve tavırlarını gerektirir...” (Featherstone, 2013: 61). Böylelikle insanların tükettikleri ürünler yani sahip oldukları üzerinden hiyerarşik bir yapılanmaya girmeleri söz konusudur.

“Sahip olma” duygusu üzerinden düzende yer edinen birey, bireysel değerlere dönük yaşamaya başlamıştır. Odabaşı'nın yaptığı çalışmada insanların insani değerlere olan bakış açısındaki değişimi doğrular sonuçlar bulunmuştur “Yaşamdaki en değerli şeyin ne olduğuyla ilgili soruya verilen yanıtlar ise, 1980’lerde ‘sevgi’ iken, bunun yerini ‘para’ almış” (Odabaşı, 2017:141). Maddi değer sistemine doğru olan eğilimi vurgulayan bir diğer araştırmayı da Durning (1998) ifade etmiştir. “...1976-1990 yılları arasında kendileriyle anket yapılan lise son sınıf öğrencilerinde 'yaşamda bir amaç ve anlam bulma'ya karşı azalan bir istek ve tüketim toplumunun eserlerine karşı artan bir iştah görülmüştür: 'Çok paraya sahip olma'nın 'çok önemli' olduğunu belirtenlerin oranı 1977’de yarıdan azken, 1986’da neredeyse üçte ikiye yükselerek, bunu yaşamdaki amaçlar listesinin ilk sırasına yerleştirmiştir. Daha ayrıntılı anket soruları da tüketiciliğin hakimiyetini onaylamıştır. İkinci arabalara, eğlence araçlarına, tatil evlerine, çeşitli ev aletlerine, günün modasına ve son model otomobillere duyulan arzular çarpıcı şekilde artmıştır” (Durning, 1998:19).

Tüketimi kutsallaştıran yeni tüketme bilinci bireye değerlerinin silikleşmesini sağlayarak toplum için kutsal olanın tüketim olmasına neden olmuştur. Tüketim için insanlara sunulan büyülü atmosferler tüketim mallarına büyük önem verilmesini sağlayıp değerler gibi kutsalları “tüketim ürünü” ne dönüştürüp sembollerin içinin boşalmasına neden olmaktadır. Herşeyi hızla tüketen tükettiği için kendini var hissedeni bir toplumda, tüketilenlerin yalnızca fiziksel ihtiyaçlar değil değerler gibi insani kaynakların da tümünün tüketildiği görülmektedir.



SONUÇ

Toplumsal yapı, rast gele ve gelişigüzel olarak değil, belirli düzen, kural ve amaçlar dahilinde meydana gelen, insanların kurmuş oldukları makro bir örgütlenme biçimidir. Bu doğrultuda toplumu, bireylerin birbirleriyle ilişki biçiminden var olan, eylemleri üzerinde dinamik bir etkiye sahip olan, sistemli bir bütün olarak düşünmek daha doğru olacaktır. Zira her birey parçası olduğu toplumdan etkilendiği kadar onu etkileyip şekillendirmektedir. Hayat boyu içinde yaşadığı toplumun, kararları üstündeki büyük etkisini bilen birey, tutum ve davranışlarını belirlerken toplumun değerlerine ve öğretilerine başvurmaktadır. Böylece toplum, kolektif bilincin oluştuğu bireylerinin davranışları vasıtasıyla kendisini yeniden inşa ettiği, aynı zamanda kendisi de bünyesinde yaşayanları, değerleri, alışkanlıkları, kimlikleri ve bütün olarak sahip olduklarıyla var ettiği eylemlere dayalı bütünlüktür. Bu eylemler genel bağlamda toplumsal bazı kodları taşımaktadır ve toplumun bireyden öncelikli olarak davranmasını arzuladığı “iyi”, “kötü”, “doğru” ve “yanlış” gibi değer taşıyan ölçütler bulunmaktadır.

Değerler, bireylerin kendilerini toplumdan soyutlamadan yaşam tarzlarını oluştururken ve seçimlerini yaparken başvurdukları ilkeler bütünüdür. Bireysel bilinçten sıyrılan bu ilkeler kolektif bilinçle şekillenmektedir ve böylece değerler toplumsala mal olmaktadır. Toplumda değerler, arzulanan ve üzerinde uzlaşılan yol göstericiler olarak bireylere dışsal etkenlerle varlığını gösterip bireyin tutum ve davranışlarına yön vermektedir. Böylece bireyin davranış örüntüleri ve arkasındaki değerler, toplumsallıktan etkilenmekte ve içinde yaşadığı aileden, içinde bulunduğu sosyo-ekonomik şartlara ve hatta eğitime kadar tüm bu unsurların etkisi altında kalmaktadır. Öte yandan birey, değerleri sosyalleşme yolu ile içselleştirip toplumun önceliklerini kendi önceliklerinden önde tutmakta, böylece toplum varlığını ve bütünlüğünü devam ettirebilmektedir. Bu sürekliliğin devam edebilmesi için toplumda meydana gelen değişimler neticesinde bireyler ve kurumlar bir uyum dahilinde bulunmaktadır. Değerler bu doğrultuda toplumun bütünlüğü ve dengesi için tam olarak intibak ettirici tampon mekanizmalar olarak işlev görmektedirler.

Toplumda meydana gelen yenilikler, toplumun durağan ve statik konumunu değişime zorlamaktadır. Bu değişimler kimi zaman çok daha tarihi ve köklü olurken

kimi zaman çok daha yüzeysel olmaktadır. Bu doğrultuda özellikle toplumu çok daha derin etkileyen yenilikler toplumda kırılmalara neden olup onu dönüşüme zorlamaktadır. Toplumda meydana gelen değişmelerin yansımaları değerlerde görmek en olası durumdur. Zira değer değişimini yalnızca bireysel bağlamda düşünmemelidir. Bireyi etkileyen bu değişim kültürel kalıpları etkilemekte oradan da toplumsal yapıyı yeniden şekillendirmektedir. Yeni değer kalıplarının işlevselliği toplum için öncelikli unsurdur ve bu bir süreci içerir. Toplumda meydana gelen teknolojik ve kültürel alanlardaki değişimler o toplumun bu alanda ihtiyaçlarının olduğunu göstermektedir. İhtiyaçların değişmesi ve toplumsal bağlamda bu ihtiyaçların karşılanma biçimindeki değişim toplumdaki kurumlara yansımakta ve temelde bireyin değerler sistemini etkilemektedir. Tarım toplumundan bilgi toplumuna uzanan bu değişim serüveni incelediğinde toplumdaki değer değişmelerine olan etkisi de gözlemlenmektedir.

Teknoloji temelli bilgi toplumunda meydana gelen gelişmeler, tüm dünyanın hızına yetişmeye çalıştığı büyük bir değişime neden olmaktadır. Bu dönüşüm teknolojinin ve teknik gelişmelerin özü ile açıklanmaktadır (Kongar, 1985:228-35). Söz konusu değişim kültürel bir üst yapılanma sağlamış ve toplumların bilim teknolojisi ile evrilmesini gerçekleştirmiştir (Zijderveld, 1985:131-32). Bu yeni oluşum geleneksel değerlerin aşınmasını sağlayıp yerine kendi değerlerini getirmiştir. Birey sığınmasız kalmış ve böylece yeni olanı kabullenmesi daha hızlı gerçekleşmiştir. Bilim ve teknolojinin önderliğinde gelişen modernite, bireylere özgür bir dünya vadetse de bireye tehlikeli bir dış dünya sunmuştur. Zira bilgi toplumunun çıktısı olan yoğun bireyselleşme olgusu bireylere mutsuzluk, yalnızlık, işsizlik ve umutsuzluk gibi risk parametreleri getirmiştir. Bu durum bireylerin dayanağı olan değerleri de etkilemiş karar alma mekanizmalarını yapıbozuma uğratmıştır.

Değişen toplum yapısının öncülüğünü oluşturan bilgi teknolojilerindeki gelişmelerin, bireyin değerlere yönelik tanımlamalarında ve algılamalarında değişmelere neden olduğu ve bu minvalde toplum yapısının da şekillendiğini söyleyebiliriz. Bilgi toplumunun temel niteliklerinin, koşullarının ve araçlarının etkisiyle aile yapısında önemli değişimler yaşanmıştır. Ailede kadının toplumsal rollerinde ve statüsünde değişimler meydana gelirken, daha özgür ve ben merkezci bir aile yapısı ortaya çıkmıştır. Bu süreçte aile kurumunun temel değerleri olan fedakârlık,

dayanışma, anlayış, sevgi ve saygı gibi önemli değerler aşınmaya başlamıştır. İnsanlar özgürlük tutkusuyla bencilce davranışlar sergilemişlerdir. Geleneksel aile yapısından farklı olarak daha bireysel olan mutluluk odaklı ailede, çocukluktan itibaren birey merkeze kendisini alarak değerlerine anlam yüklemiştir. Ailedeki söz konusu bireyselleşme ve ben merkezli yaşam biçimiyle benimsenen değerlerin etkisiyle, aile bireyleri arasında kuşak farklılaşmalarının ve çatışmalarının yoğun bir şekilde yaşanması söz konusu olmuştur. Ayrıca bilgi toplumunda kuşakların yeniliklere farklı biçimde intibak etmesi, bilgiye ulaşım hızlarının ve bu bilgiyi işlemede kullandıkları yöntemlerin farklılaşması sonucunda, yaşlı olan kuşaklar ile genç kuşaklar arasında farklılıklar daha çok artmıştır. Özellikle yaşlı kuşakların teknolojiyi kullanma kabiliyetlerinin zayıf olmasının yanında yeniliklere karşı mesafeli olmaları, yeni kuşakların ise teknoloji merkezli bir hayatı idame ettirmeleri kuşak bağlarını zayıflatmıştır. Bu durum kuşaklar arası farklılıkların uçurumlaşmasına ve bir nesil ile diğer nesil arasında kopukluk olmasına neden olmuştur. Böylece bir önceki nesilde önemsenilen değerlerin anlamını yitirdiğini, yeni nesil ile yerine farklı değerlerin oluşturulduğu bu durum neticesinde değer çoğulculuğu görülmüştür.

Aynı zamanda değişimin ritminde de farklılaşmalar gerçekleşmiştir. Geleneksel toplumlarda uzun bir süreçte ve dalga dalga meydana gelen değer değişimleri çok daha hızlı ve bireysel değişimlere evrilmiştir. Değerlerde sağlanamayan bu bütünlük bireyselleşmenin arttığının bir göstergesi olarak sosyal ağlarla da perçinlenmiştir. Sosyal medya aracılığıyla kendisine bir gösteri alanı bulan birey, sahnelediği kimliğini kendilik değerlerini yok sayarcasına bilincinde düşlediği kişiyi sunmak için uğraşmaktadır. Bu durum toplumda sahte kendiliği ile gerçeklikten uzak bir yapılanmaya neden olmakta bu doğrultuda dürüstlük, doğruluk, güven gibi birçok değerlerden uzak yalnızca bireyin parıltısını vurgulayan bir sunuma ve gösteriye neden olmuştur. Kendisini teşhir ederek ve bunu herhangi bir ölçütle bağdaştırmadan yalnızca hedonik duygularla gerçekleştiren birey zamanla mahremiyet kavramını yitirmeye başlamıştır. Sosyal medyada görünür olma arzusu ile tutuşan birey, kısa sürede herkesin birbirini gözetlediği bir yapının parçası olmuştur. Teşhir toplumuna dönüşen yeni toplumsal yapı mahremiyeti herhangi bir ölçüte dayandırmayan ve sorgulamayan gün boyu elindeki mobil araçlara bağımlı bir nesil meydana getirmiştir. Yaşlısından gencine mobil teknoloji araçları ile hemhal olan bu yapıda bağımlılık türleri değişime uğramış,

internet, oyun gibi kavramlar bireyleri hayata bağlayan kaynaklar haline gelmiştir. Bu durum yine yaşamsal önceliği haz aldığı ve kendisini oyaladığı bir alana yönlendiren bireyin değerlerini yine bireysel zevkleri üzerinden şekillendirdiği görülmüştür. Değerlerini, zamanını neredeyse sahip olduğu tüm anlamlı varlığını sorgusuz tüketme eğiliminde olan birey, tükettikçe özgürleştiğini düşünmüştür. Bireye sürekli “satın al mutlu ol” bilinci yükleyen pazarlama politikalarının en büyük aracı olan reklamlar bireyleri tüketime zorlamaktadır. Tükettikçe, moda akıma uydukça mutlu olacağını düşünen insan “kullan at” kültürüne alıştıkça insanlığını önceleyen değerleri de bu mantık ile şekillendirmiş ve insanlığa ait değerleri kullanılıp atılmaya mecbur bırakmıştır. Tüketilenin yalnızca zaman, para olmadığı aşikâr olan bilgi toplumunda esas tüketilenin değerler olduğu alanyazında yapılan araştırmalarla da ortaya koyulmuştur.

Bigi toplumunda yukarıda ifade ettiğimiz değerler alanındaki bu değişimler, toplumsal bünye içerisinde farklı kesimlerde ve gruplarda farklı değişimlere neden olmuştur. Söz konusu değişimin etkisi cinsiyet, yaş, eğitim ve sosyo ekonomik durum gibi birçok sosyolojik boyutlarda ve alanlarda gerçekleştirmiştir. Sosyal ilişkilerde cinsiyet kimliği yani kadın erkek rolleri çocukluk döneminden itibaren verilen bir olgudur. Toplumsal cinsiyet kavramı bireylerin toplum tarafından kendilerinden beklenen tutum ve davranış örüntülerini bilerek ve bu farkındalıkla yaşayarak oluşturulmaktadır. Toplumsal cinsiyet rollerinin bireye sunduğu farklılıklar aynı zamanda değerlerin de farklı algılanıp uygulanmasına neden olmaktadır. Toplumdaki cinsiyetçi roller bireylerin davranışlarını toplumun beklentileri doğrultusunda şekillendirmektedir. Modernitenin ön planda olduğu bilgi toplumunda dahi gelenekselliğin muhafaza edildiği yerlerde kız çocuklarının “elalem ne der” gibi söylemlerle yetiştirilmeleri, sosyalleşmelerinde daha dar bir alana sahip olmalarına neden olmaktadır. Kadının sosyal alanının daha çok ev ile kısıtlandığı geleneksel yapılanmanın bilgi toplumunda dışarıya açılan ve dış dünyada aktifleşmesi ile değerlerde değişim başlamıştır. Buna karşılık toplumsal yapılanmada erkekte beklenen değer örgüsü daha çok ilişki ağını geniş tutup, ona ev dışında sorumluluk yükleyip ekonomik olarak güçlenmesini ön görmektedir. Fakat bilgi toplumunda kadın erkek cinsiyet rollerinin değişmesi ile kadın ve erkeğe atfedilen toplumsal cinsiyet tabularının yıkıldığını ve bu minvalde değer oluşumlarının da baştan inşası söz konusu olmuştur.

Değerleri algılama ve davranışa dönüştürme sürecinin değişen toplumsal cinsiyet rollerine bağlı olarak farklılaştığı yapılan çalışmalarla gözlemlenmektedir (Kurttaş, 2017:317). Geleneksel toplumlardaki sosyal baskı mekanizmasının kadının hayattaki rollerine etkisinin daha yoğun olarak işlendiği görülmektedir. Bu yönelim kadınların daha muhafazakâr bir değer yapılanmasına sahip olmasına neden olmaktadır. Bilgi çağının ön gördüğü özgürlükçü, faydacı ve bireyci değerlerin ön plana alınması ile birlikte kadın bu muhafazakâr düşünceden sıyrılmak adına çabalamakta en azından erkeğin imkanlarına ve bazı şartlarına kavuşmaktadır.

Toplumdaki tüm bireylerin aynı değer algısına sahip olması mümkün olmadığından kişilerin hayatı farklı deneyimlerinden kaynaklı farklılaşan değer algıları hiyerarşik bir değer sıralaması oluşturur. Yaşantı ve deneyim yaşa bağlı olarak değişmekte ve değişen bu farklılaşma bireylerin yaşantı ve nesneleri değerlendirirken başvurdukları değer algısında değişikliklere neden olmaktadır. “Türk Gençliğinin Değerleri” isimli yapılan çalışmada gençlerin bireyselci ve bağımsızlığa düşkün tutumlarından bahsedilmekle beraber gençlerde daha toplumsallıkta modern değerlere önem verildiği görüşmüştür (Özensel, 2004: 145). Yine başka bir çalışmada “Toplumsal Değerler ve Yaşlılar” konusu ele alınmış ve bilgi toplumu ile hızlı değişime giren toplumda yaşlılar ile gençler arasında büyük bir kopukluk olduğu saptanmıştır. Söz konusu kopukluk daha çok kültürel değerlerin aktarılması noktasında sıkıntılar oluşturduğundan kültürel değerlerin korunması ve sürdürülmesi zorlaşmaktadır. Fakat yaşlıların yaşadıkları deneyimlerin birikmesi ve bu doğrultuda değerlere bakış açıları ve onları hayatlarına aktarmaları daha kolay ve anlamlı iken gençlerdeki söz konusu kopuş değerlerden bağımsız bir düzeni ön görmektedir (Canatan, 2008:69).

Toplumdaki değer değişimlerindeki farklılaşmaların bir diğer temel sosyolojik boyutu da eğitimidir. Eğitim, sosyalleşmenin en yoğun yaşandığı değer aktarımlarını sağlamak adına da oldukça etkili bir süreçtir. Eğitimin bireylerin yaşamındaki en büyük değişimi entellektüel kimlik kazandırıp bireylerin bu kimlik neticesinde estetik ve ahlaki değerleri daha önemseydiği yapılan araştırmalarla kanıtlanmaktadır. Eğitimle beraber bireyler sorgulayan, araştıran, dünyada meydana gelen değişimleri takip eden, yenilikçi, açık fikirli olma yolunda bilgi çağının öncüllerine sahip bir şekilde

yetiştirilirler. Üniversite eğitimi almış bireylerde diğerlerine oranla siyasi ve sosyal değerlerin oranlarının yüksek olduğu gözlemlenmiştir (Kurttaş, 2017:317).

Bilgi toplumu bireylere farklı yaşam alanları sunarak sosyo-kültürel açıdan kendilerini geliştirmelerine olanak sağlamakta ve bu yolla da bireylerin değer algılarının değişimine neden olmaktadır. Bireylerin değer farklılaşmalarındaki bir diğer boyut ise sosyo ekonomik bağlamda farklı yapılara sahip bireylerin değerleri algılama şeklidir. Dijitalleşen dünyada bireyselleşme ve yalnızlaşmanın etkisi ile artan işsizlik ve eşitsizlik, küreselleşen şiddet ve terör olayları toplumdaki tabakaların birbirinden daha da keskin ayrılmalarına neden olmuştur. Sosyo ekonomik olarak daha yoksul ailelerin değer algılarının çalışıldığı “Yoksul Ailelerde Değer Değişimleri” isimli çalışmada, güven, çalışma kültürü ve beceriler alanlarında çeşitli sorunları bulunan yoksul ailelerde geleneksel değerlere ağırlık verilmektedir. Fakat geleneksele dayanmaları moderniteyi karşılırlarına almaları anlamına gelmemekle beraber modern ve gelenekselin içiçe girmesi söz konusudur. Çalışarak bir yerlere gelme veya zengin olma gibi temel geleneksel inancın azaldığı ve modern çalışma koşullarına uygun yeterliliğe sahip olamama inancı ağır basmaktadır. Bu da kategorize edilen bazı sosyo ekonomik yapılanmaların geçişken olmadığını göstermektedir (Yıldırım,2006:73).

Toplumsal yapının normal seyrinde ve değişim dönemlerinde, toplumsallıktaki dengeyi ve uyumu sağlayabilecek temel unsur olan değerler, denetim mekanizması misali bireyleri toplum olma yolunda bir arada tutmaktadırlar. Ancak bu durum değişim dönemlerinde, değerler alanında ortaya çıkan yenilikler ve farklılaşmalar ile toplumun istikrarında bozulmalara ve dengesizliklere sebebiyet verebilmektedir. Bilgi toplumunda yaşanan baş döndürücü yenilikler ve gelişmeler değerleri öğrenmek, değerleri yaşamak, değerlere intibak etmek adına önemli bir gündemi insanlığın karşına koymaktadır. Ayrıca bilgi bombardımanına tabi olan bireylerin, sanal araçların da etkisiyle farklı eko sistemler içerisinde kendi değerlerini fanatik bir taraftar misali yaşamaları insanların birbirlerine karşı duvar örmelerine, daha sonra da ördükleri duvarlar içerisinde hapsolmalarına neden olmaktadır. Böyle süreçler neticesinde toplumdaki kutuplaşmaların giderek arttığı düşünülecek olursa, bireylerin insanlığa dair ortak değerlere tutunmaları ve bu minvalde hayatlarına yön verme noktasında bir fener gibi ahlaki değerleri hayatlarında önemli kılmaları gerektiği elzem bir durumdur.

KAYNAKÇA

- Abay, A., ve Demir, S. A. (2014). Belli parametrelere göre kuşaklararası sosyal değişme (Aile değerleri üzerine bir karşılaştırma). Akademik İncelemeler Dergisi, 9(1), 125-151.
- Akıncı, A. N. (2017). Avrupa Birliği Genel Veri Koruma Tüzüğü'nün Getirdiği Yenilikler ve Türk Hukuku Bakımından Değerlendirilmesi- Çalışma Raporu - 6. T.C. Kalkınma Bakanlığı Yayın No: 2968.
- Akıncı Çötök, N. (2006). Sanayi Toplumundan Bilgi Toplumuna Geçiş Sürecinde Eğitim Olgusu (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü İlköğretim Anabilim Dalı Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Bilim Dalı, Sakarya.
- Akkoç, A. (2019). Tüketim Toplumunun Toplumsal Değerler Üzerindeki Etkisi. Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, 22(2), 1-25.
- Al, H. (2007), Bilgi Toplumu ve Kamu Yönetiminde Paradigma Değişimi, Bilim Adamı Yayınları, Ankara.
- Allen, W. (1884) "Primitive Communities", American Association for the Advancement of Science, Vol.3, No.73, 788.
- Angwin, J. (2014). Dragnet Nation: A Quest for Privacy, Security, and Freedom in a World of Relentless Surveillance: Chapter 1: Hacked. Colo. Tech. LJ, 12, 291.
- Artan, İ. Erdem vd. (2005), Üniversite Gençliği ve Değerler Araştırması, Tesev Yayınları, İstanbul.
- Atabek E. (2010). Tüketilen değerler ve gençlik. 1.Baskı. İstanbul, Cumhuriyet Kitapları;27,20,227.
- Avcı, N. ve Tasçı, C.N, Derman, D., Erdoğan, N., Köymen, Ü. (1993). Enformasyon Toplumu ve Eğitim Sistemlerine Etkileri. Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Avcıoğlu, G. Ş. (2011). Küresel bilgi teknolojilerinin değerler üzerindeki etkisi. Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 28(1).
- Ayan, B. (2016) Sosyal Ağlar Tarihi, Abaküs Yayınevi, İstanbul.

- Aydemir, Cahit ve Yılmaz Genç, S. (2011). "Ortaçağın Sosyo Ekonomik Düzeni: Feodalizm, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 10 (36), 226 – 241.
- Aydemir, M. (2014) "Sosyal Medyanın Toplumsal Eylemleri Yönlendirmesi: Soma Maden Kazası Örneği. Demir, M. içinde, Yeni Medya Üzerine: Yeni İletişim Teknolojileri. Konya, Literatürk Academia.
- Aydoğan, F., ve Akyüz, A. (2010). İkinci Medya Çağında İnternet. Alfa Yayınları, İstanbul.
- Ayhan, B., ve Çavuş, S. (2014). Computer Game Addiction: A Field Study On Adolescents, 12. International Symposium Communication in the Millennium. 15-18 June, Eskişehir, ss. 197- 208.
- Ayhan, B., ve Çavuş, S. (2015). Online Game Addiction Among High School Students. C. DabaBuzoianu & H. Arslan (Dü) içinde, Contextual Approaches in Communication, (85-93). Frankfurt: Peterlang Academic Researc
- Ayhan, B., ve Köseliören, M. (2019). İnternet, online oyun ve bağımlılık. Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying, 6(1), 1-30.
- Ayten, A., ve Acat, B. (2019). Ergenlerde İnternet Bağımlılığı, Değerler ve Dindarlık Düzeylerinin Hayat Memnuniyetini Yordama Gücü: Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Addicta: The Turkish Journal on Addictions, 6(3), 847-870.
- Aytun, C.(2020). "Enformasyon Toplumu ve Türkiye", Akademik Bilişim Konferansı, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep, <http://ab.org.tr/ab05/tammetin/101.doc>
- Ayvalıoğlu, N. (1994). "A Comparison of Turkish and American Value System." Journal of CrossCultural Psychology., -October.
- Babacan, M. E. (2014). Sosyal medya sonrası yeni toplumsal hareketler. Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 4(1), 135-160.
- Babacan, M., Haşlak, İ., ve İsmail, H. İ. R. A. (2011). Sosyal medya ve arap baharı. Akademik İncelemeler Dergisi, 6(2), 63-92.
- Balcı, Ş., ve Gölcü, A. (2013). Facebook Addiction among university students in Turkey:" Selcuk University Example". Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 1(34), 255-278.

- Balkaya, T. (2009). Hurri – Mitanni Devleti (Yayınlanmış Yüksek Lisans tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Barnett, J., ve Coulson, M. (2010). Virtually Real: A Psycho-Logical Perspective On Multiplayer Online Games. *Rev Gen Psychol*, Sayı.14, ss. 167-179.
- Başaran, Fatma (1993), “Üniversite Eğitim Süresi İçinde Öğrencilerin Değer Tercih Sıralamalarında Değişme”, VII. Ulusal Psikoloji Kongresi Bilimsel Çalışmaları, Türk Psikologlar Derneği Yayınları, Ankara.
- Baudrillard, J. (1998). *Selected Writings*. (M. Poster, Ed.) Cambridge: Polity Press.
- Baudrillard, J., ve Adanır, O. (1998). *Simülakrlar ve simülasyon*. Dokuz Eylül Yayınları.
- Baudrillard, J. (2010) “Tüketim Toplumu”, (Çev) Hazal Deliçaylı-Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Baudrillard, J. (2016). Tüketim Toplumu: Söylenceleri Yapıları. H. Deliceçaylı & F. Keskin (Çev.). 8. Basım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (1999). Çalışma, Tüketicilik ve Yeni Yoksullar, (Çev.: Ümit Öktem), Sarmal Yay., İstanbul.
- Bauman Z. (2009). Akışkan Aşk. (Çev.) Işık Ergüden. 1. Basım. İstanbul: Versus Kitap.
- Bauman, Z. (2005). Bireyselleşmiş toplum. (Y. Alogan, Çev.). İstanbul: Ayrıntı
- Bauman, Z. (2007). *Consuming Life*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z. (2010): Etiğin Tüketiciler Dünyasında Bir Şansı Var mı?, (Çev: F. Çoban-İ. Katırcı), De Ki Yayınları, Ankara.
- Bayad, A. (2016). Erving Goffman’ın benlik kavramı ve insan doğası varsayımı. *Psikoloji Çalışmaları*, 36(1), 81-93.
- Bayer, A. (2013). Değişen Toplumsal Yapıda Aile, Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 4(8), 101-129.
- Bayhan, V. (2001). Bilişim Toplumu'nun Sosyolojik Perspektifi ve Türkiye. *Bilişim Toplumu'na Giderken Psikoloji Sosyoloji ve Hukukta Etkiler Sempozyumu*, 51-58.

- Bayhan, V. (2011). TÜKETİM TOPLUMUNDA BİREYİN ONTOLOJİK MOTTOSU:“TÜKETİYORUM ÖYLEYSE VARIM”. *Sosyoloji Konferansları*, (43), 221-248.
- Baym, N., Boyd D. (2012). “Socially Mediated Publicness: An Introduction.”, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, No:56(3).
- Bell, Daniel. (2001).“İletişim Teknolojisi: Gidişat Daha İyiye mi Yoksa Daha Kötüye mi?” *Sosyo-Ekonomik Perspektif*. (Der: Uğur Dolgun), Bursa: Asa Kitabevi :309-328.
- Berger, P. (1972), Brigitte: Sociology, Basic Bpoks Publishers, New York.
- Bernal, J. D. (2009), Tarihte Bilim, Evrensel Basım Yayın, İstanbul.
- Beyit, A. (2006). Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Kentsel Sistemin Dönüşümüne Etkileri (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Binark, M. (2006). Panel Tanıtımı Sanal Uzamda Oyun Kültürü ve Dijital Oyunlar, [Http://İnetTr.Org.Tr/İnetconf11/Bildiri/89.Pdf](http://inettr.org.tr/inetconf11/Bildiri/89.Pdf), (Erişim Tarihi, 02.11.2015).
- Block, J., J. (2008). Issues for DSM-V: Internet Addiction. *American Journal Psychiartry*, Sayı.165, ss. 306-307.
- Bocock, R. (2014). Tüketim. İ. Kutluk (Çev.). Ankara: Dost Yayınları.
- Bolay, S. H. (2009), Felsefe Doktrinleri ve Terimleri Sözlüğü, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and. California-Berkeley, Michigan: *Journal of Computer-Mediated Communication*.
- Bozaslan, H. (2019). Eğitim açısından Türkiye'deki bilgi toplumu yapısına geçişi engelleyen faktörler (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Malatya.
- Bozarth, J. (2010). Social Media For Trainers. San Francisco: Pfeiffer Publish.
- Bozkurt, A. (2014). Ağ toplumu ve bilgi. *Türk Kütüphaneciliği*, 28(4), 510-525.

- Bulduklu, Y., & Özer, N. P. (2016). Gençlerin Akıllı Telefon Kullanım Motivasyonları. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(8), 2963-2986.
- Calhoun, C., (2004), “Küreselleşmeye Direnmek mi Yoksa Ona Şekil Vermek mi?”,(içinde) *Küresel Kuşatma Karşısında İnsan*, Hazırlayan: Mustafa Armağan, Çeviren: Şahabettin Yalçın, İstanbul: Ufuk Kitap, s: 27-71.
- Canatan, A. (2008). Toplumsal değerler ve yaşlılar. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 1(1), 62-71.
- Canbek, A.(2017) Akışkan Gözetim ve Denetime Gönüllü Katılımın Yeni Kamusal Alanı Olarak Sosyal Medyaya Bir Bakış.
- Cancalon, V. (1857).“History of Agriculture”, *The Crayon*, Vol.4, No.12, 369.
- Canlıoğlu, G. (2008). Değişen Toplum Yapılarında Bilginin Değişen Konumu (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, İstanbul.
- Castells, M. (2000). “Materials for an Exploratory Theory of the Network Society”. *British Journal of Sociology*. Vol. No. 51. Issue No. 1.
- Castells, M., (2004b), “Enformasyon Teknolojisi ve Küresel Kapitalizm”, içinde, *Küresel Kuşatma Karşısında İnsan*, Hazırlayan: Mustafa Armağan, Çeviren: Şahabettin Yalçın, İstanbul: Ufuk Kitap, s: 139-175.
- Castells, M. (2016). İletişim Gücü. Ebru Kılıç (çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi.
- Chen, G. M., Zhang, K. (2010). “New Media and Cultural Identity in the Global Society”, R. Taiwo (Ed.), *Handbook of Research on Discourse Behavior and Digital Communication: Language Structures and Social Interaction*. Hershey, PA: Idea Group Inc.
- Corrigan, P. (1998). *The sociology of consumption*. Londra: Sage Publications.
- Çakılcı, F. E. (2013). Çok Oyunculu Çevrimiçi Video Oyunu Oynayan Bireylerde Video Oyunu Bağımlılığı Ve Saldırganlık. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Başkent Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Çaycı, B., & Karagülle, A. E. (2014). X kuşağından Z kuşağına değişen mahremiyet algısı. In International Trends and Issues in Communication & Media Conference (pp. 190-196)
- Çaycı, A. E., & Çaycı, B. (2017). Dijital iletişim çağında teknolojinin açığa çıkardıkları: gözetim ve mahremiyet.9
- Çımrın, K. F. (2011). Manuel Casstels'i Yeniden Okumak: Küresel Ağ Hareketleri Yaklaşımının Eleştirel Bir Değerlendirmesi. Sosyal Bilimler Dergisi, 4(2).
- ÇELİK, S (2009) "Hazzal ve Faydacı Tüketim", Derin Yayınları, İstanbul.
- Çoban, H. (1997), Bilgi Toplumuna Planlı Geçiş, İnkılâp Kitabevi, İstanbul.
- Çoşkun, Canan,(2007). "Tüketim Toplumu ve İnternet", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İnönü Üniversitesi SBE., Malatya.
- Dede, Y. (2004). Değişken kavramı ve öğrenimindeki zorluklarının belirlenmesi. Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, 4(1), 25-56.
- Demirtaş Madran, H.A. ve Ferligül Çakılcı, E. (2014) Çok oyunculu çevrimiçi video oyunu oynayan bireylerde video oyunu bağımlılığı ve saldırganlık. Anadolu Psikiyatri Dergisi.15(1), 99-107.
- Deniz, L., & Tutgun-Ünal, A. (2019). Sosyal medya çağında kuşakların sosyal medya kullanımı ve değerlerine yönelik bir dizi ölçek geliştirme çalışması. OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 11(18), 1025-1057.
- DeLuca, Matthew S. "Why are Apple and FBI battling over Iphone?", NBC, 16 Şubat 2016
- Dijk, J. V. (2016). Ağ Toplumu, Sakin, Ö. (Çev.) İstanbul: Epsilon Yayıncılık
- Dikeçligil, B. (2012). "Aileye Dair Kabullerin Ezber Bozumu". Muhafazakar Düşünce Dergisi. Cilt 8. Sayı 31, s.22-53.
- Dinç, M. (2014). Eylemsel Bir Bağımlılık: Kumar, Yeşilay, Bağımlılık Tedavisi, Aylık sağlık, Eğitim ve Kültür Dergisi, Cilt. 967, Sayı. 7, ss.20-24.
- Dinler, Z. (2008), Tarım Ekonomisi, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa.

- Doğan, M. (2018). Ergenlerin değer yönelimleri ve değer yönelimlerinin internet bağımlılığıyla ilişkisinin incelenmesi. Uluslararası Sosyal ve Eğitim Bilimleri Dergisi, 5(10), 263-285.
- Dolgun, U. (2004). “Gözetim Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Toplumundan Gözetim Topluma”, Yönetim Bilimleri Dergisi, 2(1), 55- 74.
- Doğan, N. (1993), İlk ve Orta Dereceli Okul Ders Ktamları ve Sosyalleşme (1876-1918), Bağlam Yayınları, Ankara.
- Dolgun,(2004). Gözetim Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Toplumundan Gözetim Topluma, s. 15
- Dolgun, U. (2008). Şeffaf Hapishane Yahut Gözetim Toplumu: Küreselleşen Dünyada Gözetim, Toplumsal Denetim ve İktidar İlişkileri. Ankara: Ötüken Neşriyat
- Dönmezer, S. (1990), Sosyoloji, Beta Yayınları, İstanbul.
- Dura, Cihan ve ATİK, H., (2002), Bilgi Toplumu Bilgi Ekonomisi ve Türkiye, Literatür Yayınları, İstanbul.
- Durkheim, E. (1965), Suicide (Çev. John A. Spaulding ve George Simpson), The Free Press, USA.
- Durning, A. (1998). Ne Kadarı Yeterli? Tüketim Toplumu ve Dünyanın Geleceği. S. Çağlayan (Çev.). 2. Basım. Ankara: TÜBİTAK-TEMA Vakfı Yayınları.
- Eduardo Galeano (2015) Aynalar Sel Yayınları 6. Baskı 364.
- Elias, N (2002).Uygarlık Süreci. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Elibol, Halil., KESİCİ, Burcu.(2003). “Çağdaş İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 10,. s. 83
- Eraslan, L. (2016). Sosyal Medyayı Anlamak, Bir Sosyal Medya Rehberi. (2. Baskı). İstanbul: Nobel Yaşam.
- Erdoğan, Zeki (1989), “Sosyal İlişkilere Analitik Bir Bakış”, Elazığ, (Yayınlanmamış Ders Notları).
- Ergenç, Ö. (1984). "Osmanlı Şehrindeki “mahalle”nin İşlev ve Nitelikleri Üzerine". Osmanlı Araştırmaları 04

- Erkal M. (2016). Sosyoloji. 16. Basım. İstanbul: Der Yayınları.
- Erkan, H. (1997). Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Erkan, H. (2000), Ekonomi Politikasının Temelleri, İlkem Ofset, 4. Baskı, İzmir.
- Eroğlu, Ş. (2018). Dijital yaşamda mahremiyet (gizlilik) kavramı ve kişisel veriler: Hacettepe Üniversitesi bilgi ve belge yönetimi bölümü öğrencilerinin mahremiyet ve kişisel veri algılarının analizi. Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 35(2), 130-153
- Ersoy, E.(2005). “Kimlik ve Değerler İlişkisinin Sosyolojik Boyutu”, Prof. Dr. Halil Narman Armağanı, Hazırlayan; Cemalettin Çopuroğlu, Fırat Üniversitesi, Elazığ–
- Ersan, Ersoy (2006). Değer Farklılaşmalarının Sosyolojik Boyutu (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Malatya.
- Ersoy, E. (2009). CİNSİYET KÜLTÜRÜ İÇERİSİNDE KADIN VE ERKEK KİMLİĞİ.
- Ersoy, E.(2011) Bağısız bireyin Modern Bunalımları: Değişen Dünyada Sosyal İlişkiler*, Türk Yurdu, S. 292, ss. 1-8.
- Ersoy, E.(2014). DEĞİŞEN DEĞERLER DÜNYASINDA GENÇLİĞİN AHLÂKLA İMTİHANI.
- Ersoy, E. (2014). Tüketim aynasında" göz" e yansıyan seyrirlik ve sembolik kımlikler. Sosyoloji Konferanslari, (49), 47.
- Ertürk, Y.D. (2010). Davranış Bilimleri, Kutup Yıldızı Yayıncılık, İstanbul
- Ertürk, y. D., & eray, t. E. (2016). Fenomenolojik bir kavram olarak kendilik ve sosyal ağlarda kendilik sunumu ile narsistik eğilimler ilişkisi: iletişim fakültesi (iüif) öğrencileri üzerine bir ön çalışma. Intermedia International e-Journal, 3(4), 12-29
- Featherstone, M. (2013). Post Modernizm ve Tüketim Kültürü. M. Küçük (Çev.). 3. Basım. İstanbul: Ayrıntı Kitabevi.

- Fichter, J. (2006), *Sosyoloji Nedir*, çev. Nilgün Çelebi, Anı Yayıncılık, Ankara.
- Fichter, J. (2009), *Sosyoloji Nedir?* (Çev. Nilgün Çelebi), Anı Yayıncılık, Ankara.
- Fidan, A. “Tarım, Sanayi ve Bilgi Toplumunda Üretim ve Tüketim İlişkilerinin İşletme ve Yönetimleri Üzerindeki Etkileri”, *Mevzuat Dergisi*, Sayı:62, 2003, 1 – 10.
- Foerster, M., Roser, K., Schoeni, A., ve Rööslı, M. (2015). Problematic Mobile Phone Use İn Adolescents: Derivation Of A Short Scale MPPUS-10, *Int J Public Health*, Sayı. 60, ss. 277–286.
- Foster, G. M. (1965). Peasant society and the image of limited good. *American Anthropologist*, 67(2), 293-315.
- Foucault, M. (1992). *Hapishanenin Doğuşu*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Fromm, E. (2016). *Sahip Olmak ya da Olmak: İki Varoluş Biçimi Üzerine Bir İnceleme*. A. Arıtan (Çev.). 5. Baskı. İstanbul: Say Yayınları
- Galbraith, J.K, *The Affluent Society*, Mariner Books, Nw York 1998
- Giddens, A. (2013). *Sosyoloji Kısa Fakat Eleştirel Bir Giriş*, Siyasal Kitabevi, Ankara
- Giddens, A. (2010), *Mahremiyetin Dönüşümü*, Çev. İdris Şahin, 2.Baskı, İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Goffman, E., & Cezar, B. (2009). *Günlük yaşamda benliğin sunumu*. İstanbul: Metis.
- Göçer, A. (2012). Dil-kültür ilişkisi ve etkileşimi üzerine. *Türk Dili*, 729(1), 50-57.).
- Griffiths, Mark D.(2013). “Adolescent Mobile Phone Addiction: A Cause For Concern?”, *Education And Health*, Vol.31 No. 3,
- Günay, D.(2002). “Sanayi ve Sanayi Tarihi”, *Mimarlık ve Mühendislik Dergisi*, Sayı:31, İstanbul, 8 – 14.
- Güngör, E. (1998), *Değerler Psikolojisi Üzerinde Araştırmalar*, Ötüken Neşriyat, İstanbul.
- Güngör, Nazife (2013). *İletişim: Kuramlar, Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi 1
- Günüç, S., Kayrı, M. (2010). Türkiye’de İnternet Bağımlılık Profili ve İnternet Bağımlılık Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik-Güvenirlik Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 39, 220- 232

- Gürbüz, S. (2015). Kuşak Farklılıkları: Mit mi, Gerçek mi? İş ve İnsan Dergisi, 2(1), 39-57.
- Gürcan, A., Özhan, S., ve Uslu, R.(2008). Dijital Oyunlar ve Çocuklar Üzerindeki Etkileri, Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Gürler, Z. (2008), Tarım Ekonomisi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Güven, S. K., ve Kar, A. UYSAL BEDENLERİN TEKİNSİZLİĞİ: MAHREMİYETİN İFŞASI.
- Güvenç, Bozkurt (1994), İnsan ve Kültür (6. baskı), İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Habermas, J. (2005). Kamusalılığın yapısal dönüşümü. (T. Bora, M. Sancar, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları. (Orijinal çalışma basım tarihi 1962).
- Halis, B. (2012). Tüketicinin değişen yüzü: Elektronik ticaret uygulamaları ve sosyal paylaşım ağlarının rolü/The changing face of consumption: E-commerce applications and the role of social networks. Journal of History Culture and Art Research, 1(4), 149-160.
- Halman, Loek ve Moor, Rud De (1993) “Comparative Research On Values”, The Individualizing Society Value Change In Europe and North America, (Edited By. P. Ester – L.Halman- R.D.Moor), Tilburg University Press, Tilburg, Netherlands.
- Hançerlioğlu, O. (2003). Ruhbilim Sözlüğü. 4. Baskı. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hazar, M. (2006), Bilgi Toplumu, Turhan Kitabevi, Ankara.
- Hobsbawm, E. (2008). Devrim Çağı: Avrupa 1789-1848. B. Sina Şenel (Çev.). 5. Baskı. Ankara: Dost Yayınları.
- Hobsbawm, E. (2009). Sermaye Çağı: 1848-1875. B. Sina Şenel (Çev.). 4. Baskı. Ankara: Dost Yayınları.
- Hobsbawm, Eric J (2008) Sanayi ve İmparatorluk, çev: Abdullah Ersoy, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Horzum, M., B. (2011). İlköğretim Öğrencilerinin Bilgisayar Oyunu Bağımlılık Düzeylerinin Eşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi, Eğitim ve Bilim, Cilt. 159, Sayı. 36, ss. 59-65.

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27819>, 22.01.2019

http://www.bilgitoplumu.gov.tr/wpcontent/uploads/2017/07/AB_%20Veri_Koruma_Tuzugu.pdf,

Huizinga, Johan (2013). Homo Ludens, Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme, (Çev. Mehmet Ali Kılıçbay), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

İllich, Ivan: Tüketim Köleliği, (Çev. M. Karaşahan), Pınar Yayınları, İstanbul-2002 3

İnsel, Ahmet (1990), : “Topluma Karşı İktisadi İnsan”, Birikim Dergisi, Şubat Sayısı, Birikim Yay., İstanbul.

Kaplan, A. M., ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons (53), 59-68.

Kara, T. (2013). Sosyal medya endüstrisi. İstanbul: Beta Yayıncılık, 11

Karabulut, B., (2015). P Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21:11-23

Karahisar, T. (2013). Dijital Nesil, Dijital İletişim ve Dijitalleşen! Türkçe. AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi, 4(12), 71-83.

Karagülle, A. E. (2015). Günümüzde Değişen Mahremiyet Algısının Sosyal Ağlar Bağlamında İncelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi

Karakaş, M. (2001). Tüketim Kültürü ya da Tüketicinin Yeniden Üretimi. Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 3 (1). 11-27.

Karakoç, E., & Taydaş, O. (2013). BİR SERBEST ZAMAN ETKİNLİĞİ OLARAK ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN İNTERNET KULLANIMI İLE YALNIZLIK ARASINDAKİ. Selçuk İletişim, 7(4), 33-45.

Kavas, S., & Thornton, A. (2013). Adjustment and hybridity in Turkish family change: Perspectives from developmental idealism. Journal of Family History, 38(2), 223-241.

Kaya, M. A. (2011), Türkiye'nin Eski Çağ Tarihi ve Uygarlıkları, İlyas Yayınevi, İzmir.

Keskin, E. B. (2020). Kentleşme ve Ailenin Değişimi (Vol. 3). DBY Yayınları.

- Kılıç, R., (2005). Küreselleşme ve değer ilişkisinde dinin yeri. Felsefe Dünyası (Küreselleşme Karşısında Değerlerimiz Sempozyum Bildirileri), Sayı:41.
- Kırcı, D. Ö. H. (2014). Hedonik Tüketim Davranışları ve Toplumsal Etkileri. Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi, 10(1), 80-100.
- KIZILÇELİK, Sezgin. Sosyoloji Teorileri 2. Konya: Emre Grafik Tasarım ve Yayıncılık, 1994.
- Kocacık, F. “Bilgi Toplumu ve Türkiye”, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 27 (1), 2003, 5 – 16.
- Koçak, O. (2011), Bilgi Toplumu Sürecinde Çalışma Yaşamı, Ekin Basın Yayın Dağıtım, Bursa.
- Kokolakis, S. (2017). Privacy attitudes and privacy behaviour: A review of current research on the privacy paradox phenomenon. Computers & Security, 64, 122-134. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2015.07.002>
- Kon, B. (2017). Kuşakları Anlamak ve Yönetmek. Humanica
- Kongar, Emre (1985), Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği, İstanbul
- Kongar, E. (2006). Kuresellesme ve Kulturel Farkliliklar Cercevesinde Ulusal Kultur, May 16, 1997, Ankara.133
- Köseoğlu, N. (2002), Küreselleşme ve Milli Hayat, Ötüken Neşriyat Yayınevi, İstanbul.
- Korkmaz, A.(2013). “Değerler Sosyolojisi”, Toplum Bilimleri Dergisi, Cilt. 7, No:14, 55 – 56.
- Kuçuradi, İ. (1971), İnsan ve Değerler, Yankı Yayınları, İstanbul.
- Kumar, K.(2004). Sanayi Sonrası Toplumdan Post-Modern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları. Ankara: Dost Kitabevi,
- Kurdaş, E. M. (2017). Üniversite eğitiminin değerlerin değişimine etkisi: İnönü Üniversitesi örnekleme. Yayımlanmamış doktora tezi) İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

- Kuşdil, M. E. ve Kağıtçıbaşı, Ç.(2000). “Türk Öğretmenlerinin Değer Yönelimleri ve Schwartz Değer Kuramı”, Türk Psikoloji Dergisi, 15 (45), 59 – 76.
- Kuzu, A., Odabaşı, F., Erişti, S. D., Kabakçı, I. ve Kurt, A. A. (2008). İnternet kullanımı ve aile araştırması. Ankara: TC Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Küçükylmaz, M., Özutku, F., Çopur, H., Sığın, İ., İlter, K., Arı, Y., Sosyal Medyanın ABC’si, İstanbul, 2014, s.133.
- Laughey, Dan, Medya Çalışmaları Teoriler ve Yaklaşımlar, Çev. Ali Toprak, Kalkedon Yayıncılık, İstanbul, 2010.
- Layder, D. (2010). Sosyal Teoriye Giriş, (çev. Ü. Tatlıcan). İstanbul: Küre Yayınları.
- Lee, B. W., & Stapinski, L. A. (2012). Seeking safety on the internet: Relationship between social anxiety and problematic internet use. *Journal of Anxiety Disorders*, 26(1), 197-205.
- Lemenager, T., Gwodz, A., Richter, A., Reinhard, I., Kämmerer, N., Sell, M., & Mann, K. (2013). Self-concept deficits in massively multiplayer online role-playing games addiction. *European Addiction Research*, 19(5), 227-234.
- Lotfi, A., Kabiri, S., & Ghasemlou, H. (2013). Değerler Değişimi ve Kuşaklararası Çatışma: İran Khoy Kenti Örneği. *Journal of Social Sciences Eskisehir Osmangazi University/Eskisehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2).
- Lökke, E. (2018). Mahremiyet: dijital toplumda özel hayat. Koç Üniversitesi.
- LYON, David (2006) Ağ, Benlik, Gelecek, Küresel Kuşatma Karşısında İnsan içinde, Mustafa Armağan (Ed.), İstanbul: Ufuk Kitap, 87-105.
- Lyon, D., & Ayas, G. (2013). Gözetim Toplumu. *Sosyologca*, (6). Marcuse, Herbert (1997). *Tek Boyutlu İnsan* (Çeviri: Aziz Yardımlı) İstanbul: İdea
- Martinotti, Giovanni - Villeda, Corrado - Di Thiene, Domitilla - Di Nicola, Marco - Bria, Pietro - Conte, Gianluigi - Cassano, Maria & Petrucci, Filippo & Corvasce, Nicola & Janiri, Luigi & La Torre, Giuseppe,(2011). “Problematic Mobile Phone Use in Adolescence: A Cross-Sectional Study”, *J Public Health*,

- Mary Douglas, Baron Isherwod, Tüketimin Antropolojisi, çev., Erden Attila Aytekin, (Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 1999),s. 8.
- Mentzoni, R. A., Brunborg, G. S., Molde, H., Myrseth, H., Skouverøe, K. J. M., Hetland, J., & Pallesen, S. (2011). Problematic video game use: estimated prevalence and associations with mental and physical health. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14(10), 591-596.
- Merter, F. (2005), Postmodernizme ve Postmodern Eğitime Sosyolojik Bir Yaklaşım, Özserhat Yayıncılık, Malatya.
- Merter, F. (2010), Sosyoloji, Birinci Baskı, Lisans Yayıncılık, İstanbul.
- Mete, F. (2020). “Emoji kullanımının Türkçe iletişim kurmaya etkisi”, *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 8(4), 2020, 1041-1048.
- Morozov, E. (2013). To save everything, click here: The folly of technological solutionism. *Public Affairs*.
- Mücevher, M.H. Erdem, R. (2018). X Kuşağı Akademisyenler İle Y Kuşağı Öğrencilerin Birbirlerine Karşı Algıları. *SDÜ Vizyoner Dergisi*, 9(22), 60-74.
- Müftüler, H. G. Parsons Sistem Teorisi Açısından Kuşaklar Arası İlişkilerde Çatışma ve Dayanışma. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 100-135
- Nair, K. (1962). *Blossoms in the dust*. New York: Frederick A. Preager
- Nair, G. (1998). “Homo Technologicus’un Ortaya Çıkış Süreci ve Teknolojik Dinamizm”, *BITE 98 Bilişim Teknolojileri Işığında Eğitim Konferans ve Sergisi Bildiriler Kitabı*, Ankara,
- Nelson, J. C. (1975), *Values and Society*, Haydon Book Company, New Jersey.
- Niedzwiecki, H. (2010). *Dikizleme günlüğü*. (G. Gündüç, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. (Orijinal çalışma basım tarihi 2008).
- Odabaşı, Yavuz (1999), *Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumun Tüketen Topluma Dönüşümü*, Sistem Yayıncılık, Birinci Basım, İstanbul.
- Odabaşı, Y.(2006) “Tüketim Kültürü, Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma”, 2. Baskı, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

- Okmeydan, B. S. (2017). Postmodern Kültürde Gözetim Toplumunun D n      : 'Panoptikon'dan 'Sinoptikon' ve' Omniptikon'a. AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology, 8, 45-69.
- Ongur, Hakan  . (2011). T k tim Toplum , Nevrotik Kültür ve D v    Kulübü, Ayrıntı Yayınları, İstanbul-
- Onursoy, S. (2018). Üniversite Gen li inin Dijital Okuryazarlık Düzeyleri: Anadolu  niversitesi   rencileri  zerine Bir Araştırma. G m   hane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 6(2), 989-1013.
- Oskay,  . (1994). Kent ve kentlilik  zerine. Varlık Dergisi, 1036, 2-7.
-  gel, K. (2012). İnternet Ba ımlılı ı, İstanbul: Türkiye İ  Bankası Kültür Yayınları.
- Özbay, Terzioğlu, & Yasin (2011). Neoliberalizm ve Mahremiyet, , s. 8
-  zcan, K. ve Sengir, S. (2016). İnternet bağımlılığı ve kişisel değerler arasındaki ilişkinin incelenmesi.  . Demirel ve S. Dinçer (Ed.), Eğitim bilimlerinde yenilikler ve nitelik arayışı içinde (s. 699–708). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Özden, Yüksel. (1999), Eğitimde D n      , Eğitimde Yeni Değerler
- Özensel, Ertan (2007), “Liseli Kız ve Erkek   rencilerin Değer Yargıları ve Türk Toplumunun Temel Toplumsal Kurumlarına Bakı  Açıları”, Değerler ve Eğitimi, Editör. R. Kaymakcan vd. DEM/Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları, İstanbul
-  zdemir, S. M.(2011). “Toplumsal De i me ve Küreselleşme Bağlamında Eğitim ve Eğitim Programları: Kavramsal Bir   z ml me”, Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 12 (1), 85 – 87.
- Öztürk, A. (2015). Yeni medya araçlarının mahremiyet algısındaki d n       etkisi (Master's thesis, Sakarya  niversitesi).
- Öztürk, B. H. (2020). Inglehart'ın Değer D n       Teorisi: Akademisyenler  zerine Bir İnceleme. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (78), 391-428.
- Parlak, Z.(2004). “Sanayi  tesi Toplum Teorilerinin Eleştirel Bir Değerlendirmesi”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (2), , 95 – 126.

- Ritzer, George; Modern Sosyoloji Kuramları, (Çev. Hikmet Hülür), De Ki Yayınları, Ankara-2011
- Ritzer, G. (2000). Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülmek. Çev. Şen Süer Kaya. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Robbins, A. (1999), Sınırsız Güç (Çev: Mehmet Değirmenci), İnkılap Kitabevi, İstanbul.
- Robbins, S. P. (1986), Organizational Behavior. 3rd edition, Prentice-Hall International Editions, New York.
- Robins, K. (1999). İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası. Nurçay Türkoğlu (Çev.), İstanbul: Ayrıntı.
- Robinson L (2007) The cyberself: the self-ing projects goes online, symbolic interaction in the digital age. *New Media & Society* 9(1): 93-110.
- Rokeach, M. (1973), Milton; The Nature of Human Values, The Free Press, New York.
- Rokeach, M. (1976), The Nature of Human Values, Collier MacMillan Pub., New York.
- Rosenberg, R. S. (1992). The social impact of computers. Londra: Academic Press, Inc
- Rösner, L., Winter, S. ve Krämer, N.C. (2016). Dangerous minds? Effects of uncivil online comments on aggressive cognitions, emotions, and behavior. *Computers in Human Behavior*, 58, 461–470.
- Rukancı, Fatih ve Anameriç, H.(2004). “Ortaçağda İlk Üniversiteler: Studium Generale”, *Felsefe Dünyası*, Cilt 39, Sayı 1, 165 – 179.
- Sakallıoğlu, B., Erol, V., ve Akgün, B. (2014). Oyun Nedir ve Oyun Türlerinin Tanımlanmasında Sosyal Oyunların Yeri, <http://ab.org.tr/ab14/bildiri/231.pdf>, (Erişim Tarihi: 30.05.2021).
- Sanders, Barry (2020), Öküzün A'sı, Ayrıntı Yayınları
- Saymer, İ. (2008). Sanal Ortamda Halkla İlişkiler. Beta Basım Yayınları
- Saygın, A. U (2016). “Anthont Giddens’ın Sosyolojisinde Modernliğin Boyutları”. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*. Cilt 1. Sayı 2, s. 69-80.

- Schwartz, Barry (1993), "On The Creation and Destruction of Value", The Origin Of Values, (Ed. M.Hechter – L.Nadel – R.E. Michod), Aldine De Gruyter, New York.
- Senemoğlu, O. (2017). Tüketim, tüketim toplumu ve tüketim kültürü: karşılaştırmalı bir analiz. İnsan ve İnsan, 4(12), 66-86.
- Slaterry, M. (2011). Sosyolojide temel fikirler, (çev. Ö. Balkız. G, Demiriz, H, Harlak, C, Özdemir, Ş. Özkan, Ü. Tatlıcan). İstanbul: Sentez Yayınları.
- Subaşı N. (2002). "Toplumsal Değişme, Aile ve Yeni Risk Alanları", Çağımızda Sosyal Değişme Ve İslam Sempozyumu, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı,22-24 Mayıs 2002
- Şahin, İ.(2020). "Pirifaniden Ok Boomer a ", Nihayet Dergi, sayı 64, 68-70.
- Şahin, M.Cem (2008), "Postmodern Dönemde Tüketim Olgusunun Sosyo-Kültürel Analizi ve Yabancılaşma", Dini Araştırmalar Dergisi, Mayıs-Ağustos, Cilt:11, Sayı:31, (173-194).
- Şener, G. (2013). Sosyal ağlarda mahremiyet ve yeni mahremiyet stratejileri. Yeni Medya Çalışmaları-1. Ulusal Kongresi, Kocaeli, 7-8."
- Şimşek, H. (1997), 21. Yüzyılın Eşiğinde Paradigmalar Savaşı Kaostaki Türkiye, Ecrin Kitabevi, Ankara.
- Şimşek, N., Kılıç, A. N., Şimşek, M. (2015). Lise Öğrencilerinde Umutsuzluk ve İnternet Bağımlılığı. TAF Preventive Medicine Bulletin 14/1, 7-14
- Şişman, N. Mahremiyet Hayatın Sırları ve Sınırları, 2019, s:123
- Tan, M.(1981) Toplumbilime Giriş, Ankara: A.Ü.Eğitim Fakültesi Yayınlan. ss.123
- Taş, İ., Eker, H.,ve Anlı, G.(2014). Orta Öğretim Öğrencilerinin İnternet ve Oyun Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi, Online Journal Of Technology Addiction & Cyberbullying, Cilt. 1, Sayı. 1, ss. 37-57.
- T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü (ASAGEM) (2018). Aile Yapısı Araştırması 2006, Genel Yayın No: 146, Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası.

- TEKİNALP, Ş./UZUN, U.(2004) İletişim Araştırmaları ve Kuramları. İstanbul: Derin Yayınları,
- Timisi, Nilüfer (2005). “Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanlarına Girişi.” İnternet, Toplum, Kültür. Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay (der.) içinde. Ankara: Epos. 89-105.
- Timurturk, M. (2012). Aile Birliğinin Bozulması: Boşanma ve Yeniden Evlenme. Değişen Toplumda Değişen Aile Sosyolojik Tartışmalar.
- Topçuoğlu, N.N.(1996) “Basında Reklam ve Tüketim Olgusu: Türkiye’de Yeni Gazetecilik Yönelimleri”, Vadi Yayınları, Ankara.
- Torlak, Ö. (2000). Tüketim: Bireysel eylemin toplumsal dönüşümü. İnkılâp Basım Yayım.
- Torun, İ. (2003). “Endüstri Toplumu’nun Oluşmasında Etkili Olan İktisadi ve Sinaî Faktörler”, Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 4 (1), 13 – 14.
- Törenli, N. (2005). Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Tural, S. (1992), Kültürel Kimlik Üzerine Düşünceler, Ecdad Yayınları, Ankara.
- Tural, S. K. (1988), Kültürel Kimlik Üzerine Düşünceler, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayinevi, Ankara.
- Tükel, İrem (2014), “Tüketime Yeni Aktörleri: “Y Kuşağı” , Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi, 24 Kasım.13
- Twenge, J. M., Campell, S. M., Hoffman, B. J. ve Lance, C. E. (2010). Generational Differences in Work Values: Leisure and Extrinsic Values Increasing, Social and Intrinsic Values Decreasing. Journal of Management, 36(5). 1117-1142,
- Uçkun, Seher ve Uçkun, G., Latif, H. (2002). “Bilgi Toplumu ve Türkiye”, Türkiye. I. Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi, KOU, Kocaeli

- Uğurlu, Ö. (2015). Kadının Benlik Sunumunun Güncel Bir Aracı Olarak Sosyal Ağlar Bir Tasarım Unsuru: 'Kusursuzlaştırma'. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 1, 231- 248.
- Uğuz, Hülya Ekşi (2010) Kişisel ve Kurumsal Gelişmeye Farklı Bir Yaklaşım; Sosyal Sermaye, Ankara, Orion Kitabevi.
- Uluç, Güliz, & YARCI, A. (2017). Sosyal medya kültürü. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (52), 88-102.
- Urry, John (1999) Mekânları Tüketmek, çev: Rahmi G. Ögdül, İstanbul: Ayrıntı Yayınlar
- Uyanık, F. (2013). Sosyal Medya: Kurgusalılık Ve Mahremiyet. Özçetin, B., Göker, G., Bayraktutan, G., Sayımer, İ., Çomu, T. (Ed.). Yeni Medya Çalışmaları I. Ulusal Kongresi kitabı içinde (s.s. 367-382). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi
- Ülken, H. Z. (1969), Sosyoloji Sözlüğü, Talim ve Terbiye Yayınları, 9 Sözlük Serisi, Milli Eğitim Basımevi, İstanbul.
- Ülken, H. Z. (2001), Bilgi ve Değer, Ülken Yayınları, İstanbul.
- Wack, E., & Tantleff-Dunn, S. (2009). Relationships between electronic game play, obesity, and psychosocial functioning in young men. *CyberPsychology & Behavior*, 12(2), 241-244
- Wallerstein, I. (2014). Dünya-Sistem Analizi: Bir Giriş. 1. Cilt. E. Abadoğlu & N. Ersoy (Çev.). 3. Basım. İstanbul: Bgst Yayınları
- Weber, M. (1989). *Die Wirtschaftsethik der Weltreligionen Konfuzianismus und Taoismus: Schriften 1915-1920* (Vol. 19). Mohr Siebeck.
- Westin, A. F. (1967). Special report: legal safeguards to insure privacy in a computer society. *Communications of the ACM*, 10(9), 533-537.
- www.tuik.gov.tr & <http://analytics.socialbakers.com>
- Van Rooij, A. J., Schoenmakers, T. M., Vermulst, A. A., Van Den Eijnden, R. J., & Van De Mheen, D. (2011). Online video game addiction: identification of addicted adolescent gamers. *addiction*, 106(1), 205-212.

- Vlev, Vitali ve Barkova, E., Ivleva M., Buzskaya, O. (2016). “Environmental Approach to the Study of the Modern Stage of Information Society Development: Research Prospects”, International Journal of Environmental and Science Education, Vol. 11, No. 16, 9113 – 9124.
- Yanıklar, C. (2006). Tüketimin sosyolojisi. İstanbul: Birey
- Yaşar, E. (2006). Bilgi Toplumunun Üretici ve Tüketici İlişkilerindeki Etkileşimi (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Yıldırım, E. (2006). Yoksul ailelerde değerler değişimi. Sosyoloji Konferansları, (33), 47-73.
- Yıldırım, M. Ö. (2020). Akışkan Modernite İle Dijital Emek Süreçlerini Birlikte Düşünmek. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (5), 30-52.
- Yırtıcı, H. (2005). Çağdaş Kapitalizmin Mekânsal Örgütlenmesi. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Young, K. (1996). Internet Addiction: The Emergence Of A New Clinical Disorder, Published in Cyberpsychology And Behavior, Cilt. 1, Sayı. 3, ss.237-244
- Young, K. (2004). Internet Addiction: A New Clinical Phenomenon and Its Consequences, American Behavioral Scientist, Cilt. 48, Sayı. 4, ss. 402-415.
- Young, K. (2007). Treatment Outcomes with Internet Addicts, Clinical Director Center for Internet Addiction Recovery Published in CyberPsychology & Behavior, Sayı. 10, ss. 671-679.
- Young, K., (2009). Understanding Online Gaming Addiction and Treatment Issues for Adolescents, The American Journal of Family Therapy, Volume 37, Issue 5, ss 355-372.
- Yücel, S, E., 2002. Michel Foucault- Foucaultcu İktidar, Söylem ve Özne Kavramlar, Kurgu Dergisi, 19(1), ss. 271-282.
- Yüksel, Mustafa & Eraslan, Ergün & Asal, Ömer, “Elektronik Ticaret”, (Bilgi Sistemleri Araştırma Projesi), Gazi Üniversitesi FBE, Ankara, 2001.

Zhang, Y., Yang, Z., Duan, W., Tang, X., Gan, F., Wang, F., & Wang, Y. (20014). A preliminary investigation on the relationship between virtues and pathological internet use among Chinese adolescents. *Child and Adolescent Psychiatry and Mental Health*, 8(1), 1–7.

Zencirkıran, M. (2018). *Sosyoloji*. Bursa: Dora Yayıncılık.

Zeldin, T. (2014). *İnsanlığın mahrem tarihi*. (E. Özsayar, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. (Orijinal çalışma basım tarihi 1994).

Zijderveld, Anton C.(1985), *Soyut Toplum*, (çev: Cevdet Cerit), Pınar Yayınları, İstanbul.

