



**DİJİTAL EŞİTSİZLİK VE YOKSUL BİREYLERİN MEDYA TÜKETİM
PRATİKLERİ: ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ
Doktora Tezi**

Tuba SÜTLÜOĞLU

Eskişehir 2020

**DİJİTAL EŞİTSİZLİK VE YOKSUL BİREYLERİN MEDYA TÜKETİM
PRATİKLERİ: ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ**

Tuba SÜTLÜOĞLU

DOKTORA TEZİ

Sosyoloji Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Emre GÖKALP

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Temmuz 2020

Bu tez çalışması BAP Komisyonunca kabul edilen 1706E361 no.lu proje kapsamında desteklenmiştir.

ÖZET

DİJİTAL EŞİTSİZLİK VE YOKSUL BİREYLERİN MEDYA TÜKETİM PRATİKLERİ: ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ

Tuba SÜTLÜOĞLU

Sosyoloji Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temmuz 2020

Danışman: Doç. Dr. Emre GÖKALP

Bu çalışma dijital eşitsizlik sorununa odaklanmaktadır. Araştırmanın amacı, yeni iletişim araçlarına sahip olma durumunun, onlara ilişkin görüşlerin ve onları kullanma pratikleri ve becerilerinin yaş, cinsiyet ve sosyo-ekonomik statüden nasıl etkilendiğini Eskişehir’deki yoksul bireyler örneğinde ortaya koymaktır. Saha çalışması, 415 anket ve 39 yarı-yapılandırılmış görüşmeye dayanan karma desenli bu araştırma, Eskişehir’in Odunpazarı ilçesine bağlı, yoksul ailelerin yaşadığı Emek ve Gündoğdu mahalleleri ile Sevinç köyünde gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçları, yoksulluğu derinden yaşadıkları gözlemlenen belli başlı hanelerde dahi iletişim araçlarına erişimin oldukça önemsendiğini göstermektedir. Bununla birlikte, nitel veriler dijital eşitsizliğin yüzdelik oranlara bakıldığında görünmeyen, gizli kalmış yönlerini görünür kılmıştır. Bulgular, dijital eşitsizliklerin sadece araçlara erişmekle giderilebilecek bir bölünme sorunu olmadığını bir kez daha ortaya koymakla birlikte; alanyazında “ikinci düzey dijital bölünme” ve “üçüncü düzey dijital bölünme” şeklinde ifade edilen yeni eşitsizlikleri de göstermektedir. Yeni iletişim araçları, düşük eğitim düzeyi ve ekonomik kısıtlılıkların ördüğü duvarların aşılabilmesi noktasında önemli bir işlev görmektedir. Buna karşın, yaş, eğitim düzeyi ve toplumsal cinsiyet, medya içeriklerine yönelik düşünceleri; yeni medyayı kullanma becerileri ve pratiklerini; çevrimiçinde harcanan zamandan fayda sağlama eğilimlerini etkileyen değişkenler olarak öne çıkmaktadır. İkinci düzey ve üçüncü düzey dijital eşitsizliklerin hem çevrimdışı yaşamdaki eşitsizliklerden beslendiği hem de onları beslediği görülmektedir. Ayrıca, yaş arttıkça bilgisayar ve internet kullanmayı bilme oranları düşüyor olsa da, nitel bulgular yaş ve yeni medya arasındaki ilişkinin düz çizgisel bir seyir izlemediğine işaret etmektedir. Çünkü, eğitim hayatını

erken terk etme, genç yaşıta evlilik, çocuk sahipliğı ve yoksulluk gençliğıin sınırlarını çizen bir eşik olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bulgu, dijital eşitsizliklerin toplumsal kökenle olan ilişkisini ortaya koymaktadır.

Anahtar Sözcükler: Dijital bölünme, Dijital eşitsizlik, Yeni medya, Yoksulluk, Eskişehir.



ABSTRACT

DIGITAL INEQUALITY AND MEDIA CONSUMPTION PRACTICES OF POOR INDIVIDUALS: THE CASE OF ESKISEHIR

Tuba SÜTLÜOĞLU

Department of Sociology

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, July 2020

Supervisor: Doç. Dr. Emre GÖKALP

This study focuses on the problem of digital inequality. The aim of the study was to reveal how the possession of new mass media, the views on them and the practices and skills to use them were affected by age, gender, and socio-economic status in the case of poor individuals in Eskisehir. This mixed-design study based on a field study, 415 questionnaires and 39 semi-structured interviews was conducted in Emek and Gundogdu neighborhoods, where low-income families live, and Sevinc village in Odunpazarı district of Eskisehir. The research results indicated that access to mass media was considered highly important even in certain households that were observed to experience deep poverty. Nevertheless, when the percentage rates of digital inequality were examined, qualitative data made the invisible and hidden aspects of it visible. While the results once again revealed that digital inequalities were not a problem of division that can only be resolved by accessing the media, they showed that the new inequalities were expressed as “second-level digital divide” and “third-level digital divide” in the literature. New mass media have an important function in overcoming the walls formed by a low level of education and economic constraints. On the other hand, age, level of education, and gender stand out as the variables that affect the views on media contents, the skills and practices to use new media, and the tendencies to benefit from time spent online. It is observed that second-level and third-level digital inequalities are supported by inequalities in offline life and also support them. Furthermore, although the rate of knowledge of how to use the computer and the internet decreases as the age increases, the qualitative results indicate that the relationship between age and new media does not

follow a straight linear course because leaving education life early, marriage at a young age, having child, and poverty appear as a threshold that sets the limits of the youth. This finding reveals the relationship between digital inequalities and social origin of individuals.

Key Words: Digital divide, Digital inequalities, New media, Poverty, Eskisehir.



Önsöz

Doktora tezimi bitirmeme az bir zaman kala, küresel bir salgına dönüşen yeni koronavirüs ülkemize de geldi ve hayatın olağan addettiğimiz akışını değiştirdi. Salgın, toplumsal ve ekonomik yaşamın birçok alanına zorunlu bir dönüşüm getirdi. Bu dönüşümün bir sonucu olarak, başta internete ve tüm yeni iletişim araçlarına olan ihtiyaç salgından önceki dönemden çok daha fazla olacak şekilde arttı. Karantina koşulları, birçok sektörde evden çalışmayı zaruri hâle getirdi; uzaktan eğitim orta ve yükseköğretimin tüm alan ve programlarında uygulanmaya başlandı; sadece ikincil ve resmî ilişkiler değil, birincil ve yüz yüze toplumsal ilişkiler de yine salgından önceki dönemden çok daha fazla olacak şekilde dijital ortama taşındı. İşte bu dönemde, hem internete ve ona eriştirecek araçlara duyulan ihtiyacın hem de dijital becerilerin ve okuryazarlıkların eksikliğinin, düşük sosyo-ekonomik statüdeki yoksul aileler nezdinde çok daha fazla hissedildiği tahmin edilmektedir. Üstelik, salgın koşullarının getirdiği bazı zaruri değişikliklerin gelecek dönemlerde de kalıcı olma ihtimallerinin konuşulduğu, yeni iletişim araçlarına erişim ve sahiplik konularının bile hâlâ görece önemini koruduğu göz önüne alındığında dijital eşitsizlikler giderek daha önemli bir toplumsal mesele hâline gelmektedir. İşte, bu araştırmanın dijital eşitsizlik meselesine içerden bir bakış sağlaması, dijital eşitsizlikleri tüm toplumsal kesimler için ve tüm boyutlarıyla gidermeye yönelik politikalar için bir kaynak olması umut edilmektedir.

Bu sebeple, bu araştırmanın ortaya çıkmasına katkı sağlayan, bana güvenerek kapılarını açan, komşu-arkadaş sohbetlerinde aralarına alan, evlerine konuk eden, bazen sırlarını bazen de tüm yoksulluklarına karşın sofralarındaki ekmeği paylaşan değerli katılımcılara özellikle teşekkür etmek istiyorum. Elbette bu yola çıkmamdaki ve kendilerine ulaşmamdaki öncelikli amaç, araştırma sorularıma yanıt bulmaktı. Fakat, bu süreçte bir çok hayata tanıklık ettim, hiç unutamayacağım hikâyeler dinledim ve tüm bunların, belli sorulara yanıt bulmaktan daha değerli olduğunu yaşayarak deneyimledim. Her şeyden öte, akademik soruların yanıtları, hayatın içindeki küçük ayrıntıların farkına varıldığında daha net görülüyordu. Bazı görüşmeleri diyalog halinde ortaya koymamın nedeni de buydu; yani görüşmelerin bağlamsal içeriğinin daha net anlaşılması... Sabırla ve samimiyetle sorularımı yanıtlayarak, araştırma sürecini kolay ve eğlenceli kılan tüm katılımcılara sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Birlikte çalıştığımız uzun zaman süresince, akademik bilgi ve tecrübesiyle önümü aydınlatan çok değerli hocam, Doç. Dr. Emre GÖKALP'e sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Mesleğimin ilk ve en önemli yıllarında bana yol gösteren sevgili hocam, sadece akademik gelişimime yaptığı katkılarla değil, manevi desteğiyle, bana duyduğu güvenle her zaman yanımda olduğunu hissettirdi; zaman zaman gün yüzüne çıkan endişelerimin yersizliğini hatırlattı; birçok kez emanet ettiği kürsüsüyle beni onurlandırdı... Yine birlikte çalıştığımız yüksek lisans tezimin önsözünde, kendisine ilettiğim teşekkürü, gerçekleşmesini umduğum bir gelecekte ortaya koyacağım her çalışma için borç bildiğimi yazmıştım. İşte bu doktora tezi, akademik yaşamımla ilgili olarak gerçekleşmesini umduğum geleceğin elbette en önemli parçasıydı. Bu süreçte yanımda olduğu için kendisine tekrar teşekkür ediyorum...

Tez izleme komitemde yer alan değerli hocam Prof. Dr. Ali ERGUR'a, hem değerli katkı ve önerileriyle çalışmamı bir adım öteye taşımama yardımcı olduğu hem de bana ve araştırmama duyduğu güveni hissettirerek verdiği manevi destek için en içten teşekkürlerimi sunuyorum. Yine tez izleme komitemin diğer üyesi, değerli hocam Doç. Dr. Fuat GÜLLÜPINAR, sadece akademik bilgisinden, titiz ve yapıcı eleştirilerinden faydalandığım bir hoca olarak değil, güleryüzü ve samimiyetiyle bir arkadaş, bir abi olarak hep yanımda olduğu için kendisine teşekkür borç biliyorum.

Tez savunma jürisinde yer alarak beni onurlandıran ve değerli katkılar sunan Prof. Dr. İncilay CANGÖZ ve Prof. Dr. Mutlu BİNARK hocalarıma da özellikle teşekkür etmek istiyorum.

Sevgili hocam Prof. Dr. İncilay CANGÖZ'e hem güleryüzüyle verdiği manevi destek hem de nazikçe dile getirdiği önerileriyle tezime sunduğu değerli katkılar için çok teşekkür ediyorum. Jüri günü heyecanıma içtenlikle ortak olduğunu; pandemi koşullarının mutluluğuma gölge düşürmesini engellemek için gösterdiği çabayı fark etmemek mümkün değildi. Tüm inceliği için sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum...

Değerli hocam Prof. Dr. Mutlu BİNARK ile yüksek lisans tezimi yeni bitirdiğim dönemlerde gittiğim bir kongrede tanışma fırsatı bulmuştum. Kendisiyle yolum bir şekilde kesiştiği için kendimi çok şanslı addediyorum. O günden bu yana, her fırsatta

bana duyduğu güveni hissettirdi ve bu his bana hep güç verdi. Aynı ortamda bulunma şansını çok az elde etmiş olmama rağmen kendisinden öğrendiğim çok şey var. En önemlisi, mesafelerin bir öğrencinin hayatına dokunmaya engel olmadığıdır. Bana duyduğu güven, içtenlikle ve incelikle gösterdiği yol ve tezime yapmış olduğu değerli katkılar için minnettarım...

Sevgili hocam Doç. Dr. Temmuz GÖNÇ ŞAVRAN, araştırma yöntemiyle ve istatistiki analizlerle ilgili sorularımı hiçbir zaman geri çevirmedi. En önemlisi de, ilgili konularda ne kadar fazla soru işaretiyle sahip olursam olayım, yanından, sorularıma cevap bularak ve farklı bir bakış açısıyla ayrılacağımdan emin oldum. Önümü aydınlattığı için kendisine çok teşekkür ediyorum. Sevgili hocam Doç. Dr. Filiz GÖKTUNA YAYLACI ise önce bir hoca olarak hayatıma girdi, sonra da bir abla, arkadaş olarak bana eşlik etti. Varlığıyla ve güveniyle verdiği destek için teşekkürlerimi sunuyorum. Yine nicel verilerimi analiz ederken sorularımı yanıtsız bırakmayan Dr. Öğr. Üyesi Oya Beklan ÇETİN hocama ve güler yüzünü hiç eksik etmeyerek her fırsatta beni yüreklendiren Dr. Öğr. Üyesi Erhan AKARÇAY hocama teşekkürü borç bilirim. Eğitim hayatıma başladığım ilk günden bu yana hayatımda dokunan tüm hocalarıma da minnet borçlu olduğumu eklemek isterim...

Bu sürecin tamamında veya bir döneminde yakından veya uzaktan hayatıma eşlik eden çok fazla isim var. Sevgili arkadaşım Arş. Gör. Dr. Tuba GÜN ÇİNGİ, her zaman ve her konuda destekçim oldu; varlığıyla bana güç verdi. Biriktirdiğimiz tüm güzel anılar için kendisine teşekkür borçluyum. Gülgün BULUT'a, özellikle tezimin son dönemlerindeki endişeli anlarımda beni bıkmadan dinlediği için; Dr. Öğr. Üyesi Semra DOĞAN'a güler yüzü ve varlığıyla verdiği destek için çok teşekkür ediyorum. Sevgili arkadaşlarım Dr. Öğr. Üyesi Çağdaş Ümit YAZGAN'a, Arş. Gör. Dr. Hülya ÖRKİ'ye, Arş. Gör. Dr. Emrah YILMAZ'a, Arş. Gör. Nur Manolya ŞEN ÇATALKAYA'ya, Arş. Gör. Betül YURT'a ve Dr. Öğr. Üyesi Sibel EZGİN AĞILLI'ya manevi destekleri için teşekkürü borç bilirim. Nicel verilerin toplanması sürecindeki destekleri için de, sevgili öğrenci arkadaşlarım Emine KAPAR, Güldem ÇETİN ve Kemal Hayri MIZRAKLI'ya özellikle teşekkür etmek istiyorum.

Araştırma kapsamına alacağım mahalleleri seçmem konusundaki nazik yardımları için Odunpazarı Belediye Başkan Yardımcısı Figen ENGİN'e ve Kırsal Hizmetler Müdürü Rafet Burak ÖZEN'e çok teşekkür ediyorum. Anket ve görüşmeleri gerçekleştireceğim bireylere ulaşmam konusunda yol gösterici olan Emek, Gündoğdu ve Sevinç mahallelerinin muhtarlarına da minnettarım...

Tüm yaşamımda ve attığım her adımda maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen canım kardeşlerim; sevgili ablam Arzu SÜTLÜOĞLU ve abim Armağan SÜTLÜOĞLU'na sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

En özel teşekkürüm ise sevgili anne ve babama... Onlara olan sonsuz sevgim ve şükran duygumu tarif etmeye hiçbir sözcük yeterli kalmayacaktır elbette. Her şeyden önce koşulsuz sevgileri, sınırsız fedakârlıkları, eğitim hayatımla ilgili aldığım tüm kararlarda beni destekledikleri ve hep yanımda olarak varlıklarıyla güç verdikleri için kendilerine minnet borçluyum...

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Tuba SÜTLÜOĞLU

İÇİNDEKİLER

Sayfa

BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ	vii
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	xi
İÇİNDEKİLER	xii
TABLolar DİZİNİ	xvi
ŞEKİLLER VE GÖRSELLER DİZİNİ	xviii
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	xix

1. GİRİŞ

1.1. Amaç	7
1.2. Önem	8
1.3. Sayıtlar	9
1.4. Sınırlılıklar	10

2. ALANYAZIN

2.1. Medya ve Toplumsal Eşitsizlikler	10
2.1.1. Teknoloji, internet ve toplumsal eşit(siz)likler	15
2.1.2. Birinci, ikinci ve üçüncü düzey dijital eşitsizlikler	25
<i>Medya okuryazarlığı kavramının tanımı ve kapsamı</i>	40
2.2. Sosyolojik Yaklaşımlar Açısından İnternet Kullanımında Sosyal ve Ekonomik Statüye Dayalı Eşitsizlikler	54
2.2.1. Max Weber'in ve Pierre Bourdieu'nün perspektifinden dijital eşitsizlikler	54

3. YÖNTEM

3.1.Araştırmanın Modeli	64

3.2. Veri Toplama Süreci ile Araştırmanın Evren ve Örneklemi	66
3.3. Veri Toplama Araçları	77
3.4. Verilerin Çözümü ve Yorumlanması	78
4. BULGULAR VE YORUM	
4.1. Demografik Özellikler	80
4.2. Yoksulluk ve Zenginliğe İlişkin Algılar	93
4.3. Kültürel Sermaye Göstergesi Olarak Kültürel-Sosyal Faaliyetlere Katılım ve Kitap Okuma Alışkanlığı	102
4.3.1. “Sinemaya gider misiniz?": “Kız bende o şans nerdeee?!”	102
4.3.2. Kitap okuma alışkanlıkları: “Okurum ama roman değil de daha çok şey okurum hani dinî kitaplar okurum.”	115
4.4. İnternet Kafeler Araştırma Sahası Hakkında Ne Söylüyor?	118
4.4.1. İnternet kafe ücretine mahalleli nasıl bakıyor: “Kopyalamayı biz bi liraya yapıyoruz; diyo ki ‘çarşıda 25 kuruş!’ ”	119
4.4.1.1. Veresiye defteri hâlâ yaşıyor: “Hâlân borcumu alamadım.”	121
4.4.2. Tehlike ve ahlaki-kültürel yozlaşma kaynağı olarak görülen internet kafeler: “Aile olarak bana kızıyorlar hani ‘neden burası?’ diye.”	122
4.4.3. İnternet kafeye kim, neden geliyor? “Sadece oyun oynuyorlar. Ben araştırma yaptıklarını hiç görmedim.”	125
4.5. Televizyon İzleme Pratikleri	130
4.5.1. Hanenin ferdi televizyon: “Ses olsun istiyorsun izlemesen de. Ses yetiyor.”	131
4.5.2. Altın saatlerde televizyon kumandası kimin elinde?: “A, babamız varsa hep babamızdadır!”	141
4.5.2.1. Akıllı işaretlerin bilinirliği	154
4.5.3. Dışarının sesi televizyon: “Televizyon daha güvenli.”	157

4.5.4. Geleneksel medya-yeni medya tercihleri: “Acayip bi soru sordun. İkisi de zorunlu ihtiyaç şimdi...”	176
4.6.Bilgisayar Sahipliği ve Bilgisayar Kullanım Pratikleri: “Cep telefonu olduğu için şimdi bilgisayar da yatıyo.”	184
4.6.1. Bilgisayar kullanımı	187
4.6.1.1.Bilgisayar becerileri	193
4.7.İnternet Kullanma Pratikleri	197
4.7.1. Ev interneti: “Gerek yok. Cep telefonu paketi var.”	197
4.7.2. Akıllı telefon sahipliği: “Parmaklı telefon canım istiyor da alamıyorum.”	205
4.7.2.1.Akıllı telefon sahipliğinde toplumsal cinsiyetin görünümüleri: “O yeniliyor, elindekini bize bahsediyor...”	211
4.7.2.2.Motivasyonel erişimden yoksunluk: “Oğlan alayım dedi ama kafam almıyor dedim.”	213
4.7.3. İnternet kullanımı	217
4.7.3.1.İnternet becerileri	220
4.7.4. Hangi sosyal medya kimin?: “Facebook artık yaşlılara kalmış. Onlar kendi çapında, biz kendi çapımızda...”	221
4.7.5. İnternet kullanım amacı: “Ben bunu internet olarak değil, telefon olarak görüyorum.”	230
4.7.6. İnternetin önemi: “Galiba [internet] artık su gibi!”	236
4.7.7. İnternetsizlik!: Kitap okumak için “kâğıda başvurmak” zorunda kalmak	237
4.7.8. Ev kadınları internette neleri arıyor?: “İnternet komşu gibi bir şey. Hemen cevap veriyor, hiç bilmiyorum demiyor”	243
4.7.8.1.İnternet: Ev kadınlarının yeni komşusu, ev işlerinin yeni yardımcısı	244

4.7.9. Uzakları yakın eden bir araç olarak internet: “Yemekten içmekten çok yani telefona önem veriyom; çünkü ailem burda değil.”	249
4.7.10. Erkekler internette neleri arıyor?: “Türkiye’de ve dünyada olan olayları daha önden duymak iyidir.”	254
4.7.11. Her şey çocuklar için: “Çocuklarım olmasa almazdım.”	258
4.7.12. Ahlaki endişenin kaynağı olarak internet	260
4.7.12.1. Ebeveynler için endişenin kaynağı: “Çocuğun başına bi şey gelirse ben ne dicem?”	260
4.7.12.2. Eşler için endişenin kaynağı: “Ben evliliğim için korkuyom!”	267
4.7.13. Yeni iletişim ortamlarında yoksulluğun görünüşleri: “Yani milletin yapamadığını, hayallerini kurduğu şeyi internete koyuyorlar.”	272
4.7.14. Kırsalın Yeni İletişim Teknolojileriyle İlişkilenme Biçimi: “Bu cep telefonlarını yaratan cennetlik bir adam. Başına bir şey gelse kırdaki berede hemen haber verilir.”	274
 5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER	296
KAYNAKÇA	305
EKLER	
ÖZGEÇMİŞ	

TABLÖLAR DİZİNİ

Sayfa

Tablo 2.1. 2020 yılı dünyada kıtalar/bölgeler bazında nüfusa oranla internet kullanımı	30
Tablo 2.2. 2020 yılında internette en çok kullanılan ilk 10 dil	31
Tablo 4.1. Görüşme gerçekleştirilen bireylerin demografik bilgileri	75
Tablo 4.2. Ankete katılan bireylerin demografik özellikleri	80
Tablo 4.3. Ankete katılan bireylerin ekonomik özellikleri ve hane yapısı	81
Tablo 4.4. Cinsiyete göre eğitim durumu/Anne-baba eğitim durumu	82
Tablo 4.5. Öğrencilerin ek gelir sağlamak için bir işte çalışma durumu	87
Tablo 4.6. Cinsiyete göre istihdam durumu	88
Tablo 4.7. Anne-baba istihdam durumu/Eş istihdam durumu	88
Tablo 4.8. Ev kadınlarının ek gelir sağlamak için bir işte çalışma durumu	91
Tablo 4.9. Aylık hane geliri	92
Tablo 4.10. Aylık hane gelirinin hanede yaşayan kişi sayısına göre dağılımı	92
Tablo 4.11. Son bir yıl içerisinde kültürel-sosyal faaliyetlere katılma durumu ve son bir yıl içerisinde okunan kitap sayısı	103
Tablo 4.12. Televizyon sahipliği	131
Tablo 4.13. Altın saatlerde televizyon kumandasının kimin elinde olduğu	142
Tablo 4.14. Akıllı işaretlerin bilinme oranlarının dağılımı	155
Tablo 4.15. Haberleri öğrenmek için ilk başvurulmuş iletişim aracının cinsiyet, yaş ve eğitim değişkenleriyle ilişkisi – Ki-kare testi sonuçları	158
Tablo 4.16. Haberleri öğrenmek için ilk başvurulmuş iletişim aracının cinsiyet, yaş ve eğitim değişkenlerine göre dağılımı	159
Tablo 4.17. Mecbur kalınması durumunda ilk tercih edilecek iletişim aracının cinsiyet, yaş ve eğitim değişkenleriyle ilişkisi – Ki-kare testi sonuçları	176

Tablo 4.18. Mecbur kalınması durumunda ilk tercih edilecek iletişim aracının cinsiyet, yaş ve eğitim değişkenlerine göre dağılımı	177
Tablo 4.19. Masaüstü bilgisayar, dizüstü bilgisayar ve tablet bilgisayar sahipliği	184
Tablo 4.20. Bilgisayar kullanma durumunun seçilmiş değişkenlerle ilişkisi – Ki-kare testi sonuçları	187
Tablo 4.21. Bilgisayar kullanmayı bilme durumunun seçilmiş değişkenlere göre dağılımı	188
Tablo 4.22. Bilgisayar becerileri	194
Tablo 4.23. Ev internetine abonelik durumu ve süresi	197
Tablo 4.24. İnternete bağlanılan araçlar	199
Tablo 4.25. Akıllı cep telefonu sahipliğinin seçilmiş değişkenlerle ilişkisi – Ki-kare testi sonuçları	205
Tablo 4.26. Akıllı cep telefonu sahipliğinin seçilmiş değişkenlere göre dağılımı	206
Tablo 4.27. 45 yaş ve üzeri bireylerin akıllı telefon kullanmama nedeni	213
Tablo 4.28. İnternet kullanma durumunun seçilmiş değişkenlerle ilişkisi – Ki-kare testi sonuçları	218
Tablo 4.29. İnternet kullanmayı bilme durumunun seçilmiş değişkenlere göre dağılımı	218
Tablo 4.30. İnternet Becerileri	220
Tablo 4.31. En sık kullanılan sosyal medya ortamları	222
Tablo 4.32. İnternet kullanım amacı	231

ŞEKİLLER VE GÖRSELLER DİZİNİ

Sayfa

Şekil 2.1. Dijital teknolojilere erişim türlerinin birikimsel ve tekrarlanan ardışık bir modeli	30
Şekil 2.2. 2019 yılı Avrupa medya okuryazarlığı endeksi	51
Görsel 4.1. Sevinç köyünde bir hanenin salonu	132
Görsel 4.2. Sevinç köyünde bir duvar yazısı-1	149
Görsel 4.3. Sevinç köyünde bir duvar yazısı-2	149

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

< >	: Görüşmelerdeki bağlamsal bilgiler
(...)	: Kullanılmayan malzeme
↑	: Ses tonunun artması
↓	: Ses tonunun azalması
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
NTIA	: National Telecommunications and Information Administration (Ulusal Telekomünikasyon ve Enformasyon İdaresi)
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü)
SES	: Sosyo-ekonomik Statü
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
TDK	: Türk Dil Kurumu
TÜAD	: Türkiye Araştırmacılar Derneği
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu)
WWW	: World Wide Web (Dünya Çapında Ağ)



1. GİRİŞ

İnternet teknolojisinin kökleri, Heidegger'in (1998, s. 9) "teknğin özü teknik bir şey değildir. Teknik amaçlar için bir araçtır." şeklindeki sözlerini doğrularcasına, Soğuk Savaş yıllarına, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) arasındaki üstünlük mücadelesine dayanır. Ticari bir ürün olarak sıradan insanlarla buluşması ise 1990'lı yılların başında gerçekleşir (Başaran, 2005, s. 36). İnternetle ilk buluşma anının hemen öncesinde hissedilen merak duygusunun, bugün bir cep telefonunun üst modelini beklerken hissedilen merak duygusuyla aynı olmadığı düşünülmektedir. Zira ikincisinde, bireyin yüzleşmeye hazır olduğu şey, hâlihazırda kullanmıyor olsa bile, en kötü ihtimalle yaşadığı çağın bir üyesi olarak aşına olduğu araçların daha gelişmiş bir sürümüdür. Oysa ilkinde bireye açılan orada ne olduğu, ne yapıldığı, tam olarak ne işe yaradığı konusunda bilinmezliğin olduğu bir dünyanın kapılarıdır. Bu yüzden, bireylerin medya araçları ile kurduğu ilişkiler açısından düşünüldüğünde, internetin bir deprem etkisi yarattığı söylenebilir. İlk çıktığı günden bugüne *web 1,0'dan web 3,0'a*¹ kadar çeşitli evrelerden geçen internet, bugünün

¹İnterneti geleneksel kitle iletişim araçlarından ayıran en önemli özellik bireyler arası etkileşime imkân tanıyan yapısıdır ve bu özellik, aracın kendi tarihsel süreci içerisinde çeşitli aşamalardan geçerek günümüzdeki hâlini almıştır. Örneğin, *World Wide Web* ya da daha teknik adıyla *Web 1.0*; internetin kullanıldığı ilk yıllarda etkin olan, oluşturulan içeriğin sadece *Web* sunucuları tarafından kontrol edildiği, kullanıcıların *Web* sayfalarının içeriği üzerinde herhangi bir değişiklik yapamadığı, dolayısıyla bugünle kıyaslandığında ilkel denilebilecek düzeyde kalan internet siteleri idi. Fakat 2004 yılında Tim O'Reilly tarafından kullanıma sokulan *Web 2.0* kavramının geliştirilmesi ile kullanıcılar ve *Web* siteleri arasındaki tek taraflı ilişki, karşılıklı etkileşime dönüşmüştür (Güçdemir, 2012, s. 29-30). Bu bağlamda, *Web 2.0*'ın, internet kullanıcılarının içerik üretmesini sağlayan gerekli teknolojik alt yapıyı sunduğunu söyleyebiliriz. Nitekim "Sosyal medya" kavramı, blogları, mikroblogları, wikileri ve sosyal paylaşım ağlarını da içine alan *Web 2.0* ortamlarına karşılık gelmektedir. Dolayısıyla, kullanıcılarına fotoğraf ve video yükleyerek kendi profil sayfalarını yaratmalarına, 140 karakterle kısa mesajlar yayınlamalarına yahut bilgi alışverişinde bulunmalarına imkân sağlayan *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Wikipedia* gibi sosyal medya ortamları da *Web 2.0* teknolojisinin ürünüdürler. Buna karşın internet teknolojisine geldiği nokta *Web 2.0* ile sınırlı değildir. "Semantik web" olarak adlandırılan *Web 3.0*, kişiselleştirilmiş arama sonuçlarına imkân sağlayan bir teknolojidir. *Web 3.0*, kullanıcıların çevrimiçi geçmişlerini analiz ederek, bir diğer ifadeyle internette bıraktığı izleri takip ederek kişiye özel sonuçlar sunar. *Facebook*'a yüklenen fotoğraflardaki yüz tanıma özelliği de buna örnek verilebilir. *Web 4.0*'ın ise, fiziksel disklerden arınmış tamamen sanal ağlar üzerinde kurulu bir teknoloji ve bilimkurgu filmlerinde görülen yapay zekâya sahip bir işletim sistemi olduğu söylenmektedir. Günümüzde *YouOS*, *G.ho.st*, *Glide*, *Goowy*, *DesktopTwo*, *Google Docs & Spreadsheets* ve benzeri bazı *Web 4.0* uygulamaları olduğu bilinmektedir. (<https://esmacalisir.com/2018/01/09/web-1-0-web-2-0-web-3-0-web-4-0-nedir-bu-web/>) (Erişim tarihi: 20.01.2020). 'Arttırılmış gerçeklik' (*augmented reality*) uygulamaları da *Web 4.0* teknolojisine bir sonucudur. Sanal karakter ve unsurları fizik gerçeklikteki dünya ile bir araya getiren arttırılmış gerçekliğin, günümüzde çeşitli sanat etkinliklerinde bir sergileme yöntemi olarak kullanıldığı bilinmektedir. Çorum Arkeoloji Müzesi arttırılmış gerçekliğin bir sergileme yöntemi olarak kullanıldığı müzelerdendir (Coşkun, 2017, s. 61-69). Arttırılmış gerçeklik 'IKEA Place' tarafından da uygulanmaktadır. Böylece, eve bir mobilya satın almadan önce onun evde nasıl duracağı görülebilmektedir (<https://www.bwa.com.tr/web-4-0-nedir>) (Erişim tarihi: 06.07.2020; <https://mediacat.com/ikea-mobil-uygulamasi-ikea-place/>) (Erişim tarihi: 06.07.2020)

dünyasında iletişim kurma, eğlenme, sosyalleşme ve benzeri amaçlı kullanımlarla tam olarak bir gündelik yaşam pratiği hâline gelmiştir. İnternet bu gelişim sürecinde, diğer medya araçları ile kurulan ilişkileri de dönüştürmüştür: Günümüzde geleneksel ve yeni iletişim teknolojilerinin birlikte kullanımlarına (Binark ve Bayraktutan-Sütcü, 2007a, s. 169) giderek daha fazla rastlanmaktadır. Sözgelimi, internet bağlantılı bir cep telefonu ile radyo dinlenebilmekte, gazete okunabilmekte, televizyon akışı takip edilebilmekte ve hatta televizyon izlenirken aynı anda cep telefonu ile sosyalleşilebilmektedir. Televizyon içerikleri internetten izlenebildiği gibi, internet bağlantılı televizyonlar sayesinde internet içerikleri de televizyondan tüketilebilmektedir. Ayrıca, hane içindeki konumundan ötürü televizyonun toplumsal plandaki önemi azalmamıştır. Yoksulların gündelik yaşamında medyanın yerini inceleyen yakın dönem bir etnografik alan araştırmasında televizyonun “hâlâ vazgeçilmez teknolojiler listesinde ilk sırada (Ergül vd., 2012, s. 198)” yer aldığı ortaya konulmuştur. Bu, tekdüze bir şekilde yeni ve eski iletişim teknolojilerinin aynı anda kullanılması anlamına gelmemektedir. Binark (2015, s. 10), artık yeni bir ekosistemde yaşadığımızı ve burada geleneksel ve yeni medya ortamlarının içiçe geçtiğini ve gündelik yaşamın içine gömüldüğünü belirtir. Günümüzde yenilerin eskilere eklemlendiği, eskilerin de yeniler içinde eridiği bir medya dünyasından, “popüler kültür ile öğrenilen kültür, eğlence ile bilgilenme, eğitim ile kanaat arasındaki ayrımın, hatta farkın” (Castells, 2005, s. 497) ortadan kalktığı yeni bir “eko-sistemden” (Binark, 2015, s. 10; Binark vd., 2015, s. 125) söz etmek mümkündür.

Bugün internette olmak, bir eşikten atılcasına başka bir dünyaya geçmek anlamında bir yer değiştirme hâline işaret etmemektedir. Artık, öyle ya da böyle sürekli bağlantıda olma hâli şeklinde ortaya çıkan bir medya deneyimi yaşanmaktadır. Tıpkı televizyon gibi internet de son birkaç yıldır, bilhassa akıllı cep telefonu gibi yeni iletişim araçlarının ve sosyal paylaşım ağlarının yaygınlaşmasıyla gündelik yaşamın içerisine gömülü bir araç konumuna gelmiştir. danah boyd (2007, s. 8) tarafından, ağlaşmış kamu (*networked publics*) kavramıyla ifade edilen, mekânların ve kullanıcıların sürekli bağlantıda/ağda/birbirleriyle ilişkide olduğu bu yeni yaşam pratiğinde, söz konusu araçlar giderek çeşitlenmiş ve küçülmüştür. Nitekim internet bağlantısının sadece masaüstü bilgisayarlar aracılığıyla sağlanabildiği dönemlerde internete erişim, öncelikle o aracın bulunduğu mekâna erişimi gerektirdiğinden, çevrimiçi aktiviteler de o anda ekranın karşısında bulunmakla mümkün olmaktaydı. Şüphesiz bu durum, günümüzdeki

gibi, her an internete bağlanabilecek bir cep telefonuna sahip olmakla edinilen kullanım pratiğinden farklı bir pratiğe işaret etmektedir. Yine, günümüzde yaygın kullanıma sahip olan ve farklı amaçlara hizmet etme noktasında giderek çeşitlenen sosyal paylaşım ağları da bu süreçte etkili olmuştur. Bu ağların anonim olmaması yani kullanıcıların gerçek kimlikleriyle orada olmalarını teşvik eden yapısal özellikleri, çevrimiçi ve çevrimdışı uzamın iç içe geçmesini sağlayan yeni bir tür sosyalleşme biçimini beraberinde getirmiştir. Dolayısıyla geleneksel ve yeni iletişim araçlarının birlikte kullanımlarının görüldüğü bu yeni gündelik yaşam düzeni, sadece sosyalleşme biçimleri ve sosyalleşmeye ilişkin algıları değil, mahremiyet kavramına ilişkin algıları, çevrimiçi hayatta hâlihazırda var olan artı değer üretimini (Fuchs, 2016, s. 156), gözetleme pratiklerini ve nefret söylemini dönüştürmüş; farklılaşma-beğenilme arzusuna dayanan inşa edilebilir bir kimlik tasavvurunu doğurmuştur.

boyd'un *ağlaşmış kamusu* kimleri içine almaktadır? Gelişen iletişim araçları hangi hayatlara ne düzeyde dokunmaktadır? Bu sorular ışığında, yeni iletişim teknolojilerine erişmede, onları kullanma becerilerinde ve kullanımla elde edilen somut faydaların niteliğinde beliren eşitsizlikleri anlatmak için kullanılan *dijital eşitsizlikler*² kavramının farklı boyutlarından bahsedilmesi gerekmektedir. İstatistiksel veriler dünyada giderek daha fazla kişinin bilgisayar ve internet kullandığını göstermektedir.³ Yine pek çok araştırma medya araçları sahipliğinde artık ekonomik ölçütlerin yegane belirleyici olmadığını ortaya koymaktadır (Ergur vd., 2009; Tondeur vd., 2010; Ergül vd., 2012; Bal, 2015). İnternet başta olmak üzere, gelişerek küçülen, küçüldükçe gündelik yaşama sızma düzeyi daha da artan tüm yeni iletişim araçlarının, yaşlılık, toplumsal cinsiyet, eğitimsizlik, yoksulluk gibi bireyi sınırlayan toplumsal koşulları belli bir düzeyde de olsa aşma ve küresel düzeyde devam eden bir etkileşime dâhil olma imkânı sağladığı da bir gerçektir. Buna karşın yaş, cinsiyet ve eğitim gibi sosyo-demografik değişkenler ile medya okuryazarlığı düzeyi iletişim araçlarının kullanım niteliğini ve amacını önemli

²Bu çalışmada, *dijital eşitsizlikler* kavramı özellikle tercih edilmiştir. İngilizce'de *digital divide* olarak ifade edilen ve Türkçe'de *sayısal uçurum*, *sayısal bölünme*, *dijital uçurum*, *dijital bölünme* şeklindeki kullanımları olan kavram, dijital eşitsizlik meselesinin çok boyutlu ve karmaşık yapısını yansıtamamaktadır. Dijital uçurum kavramının, meselenin yalnızca erişim ve sahiplik boyutlarına işaret eden bir kavram olarak, beceri eşitsizliklerini ve kullanımla elde edilen somut kazanımların niteliğiyle ilgili eşitsizlikleri karşılayamadığı düşünülmektedir. Dijital uçurum ve dijital bölünme kavramlarının sorunu açıklamaktaki yetersizliği, DiMaggio ve Hargittai'nin *From the 'Digital Divide' to 'Digital Inequality'* (2001); yine DiMaggio ve arkadaşlarının *From Unequal Access to Differentiated Use* (2004) ve Halford ve Savage'ın *Reconceptualizing Digital Social Inequality* (2010) başlıklı çalışmalarında tartışılmaktadır.

³<https://www.internetworldstats.com/stats.htm> (Erişim tarihi: 18.06.2020).

ölçüde değiştirmektedir. Dijital eşitsizlikler coğrafyaya, toplumsal, kültürel ve siyasal yapıya göre de değişmektedir. Dolayısıyla dijital eşitsizlikler, eğitim, refah ve ortalama yaşam süresini etkileyen gelişmişlik düzeyine; toplumsal cinsiyet örüntülerini besleyen değerler sistemine; sansür politikalarını belirleyen siyasal yapıya göre farklılaşabilmektedir. Bu sebeple, bilgisayar ve internet kullanımı oranları neredeyse her geçen yıl artıyor olsa da, bu oranlarda kadınların erkekler, yaşlıların gençler ve eğitimsizlilerin eğitimliler arkasındaki ikincil konumu hiç değişmemektedir. van Dijk (2006, s. 222), özellikle zengin ve gelişmiş ülkelerde giderek daha fazla insanın internete, bilgisayarlara ve diğer dijital teknolojilere erişmeye devam etmesinden ötürü, konuya kamu politikası açısından bakan gözlemciler nezdinde sorunun ‘neredeyse’ çözüldüğü yanılgısının oluştuğunu söyler (van Dijk, 2006, s. 222). Yazar, özellikle gelişmiş ülkelerde, araçlara erişememekten kaynaklanan dijital eşitsizliklerin (*fiziksel erişim*) kapanıyor gibi göründüğünü, kullanıma ve dijital becerilere dayalı eşitsizliklerin ise artarak devam ettiğini belirtir (2006, s. 221). Becerilere ve medya okuryazarlığına dayanan eşitsizlikler; sözelimi yalan/asılsız haberleri ayırt edebilme, sosyal medya ortamlarındaki gizlilik ayarlarının farkına varabilme, bu ayarları düzenleyebilme veya daha farklı çevrimiçi risklerin farkına vararak bu risklere karşı bilinçli bir savunma pratiği geliştirebilme becerisi, erişim ve sahiplik konularını aşan farklı alanlarda ama birbirini besleyen dijital eşitsizliklere neden olmaktadır.

İşte, sadece gelir düzeyiyle değil, toplumsal cinsiyete bağlı yargılarla, yaşla, eğitimsizlikle ilişkili olan ve birbirini etkileyen toplumsal eşitsizlik formlarının, yeni iletişim araç ve ortamlarıyla kurulan ilişkiyi nasıl biçimlendirdiği, bu eşitsizlikleri kırma veya güçlendirme anlamında ne türden bir etkiye sahip olduğu soruları giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu çalışmada yoksulluk kavramı, sadece gelire dayalı olarak belirlenen nesnel bir kategori şeklinde kullanılmamaktadır. Eşitsizliğin yukarıda sayılan yatay formlarını da içine almaktadır. Dolayısıyla, dijital eşitsizliklerin toplumsal cinsiyet, yaş, sınıf, eğitim gibi eşitsizliğin geleneksel biçimlerinden nasıl etkilendiği ve onları nasıl etkilediği soruları bu araştırmanın temel çıkış noktası olmuştur. Araştırmanın örneklemi olarak yoksulların seçilmesinin nedeni erişim uçurumu açısından nerede konumlandıklarını görebilmektir. Bununla birlikte, esas soru, erişim uçurumu onlar lehine görece kapanmış olsa bile, kullanım becerileri ve pratiklerinin yani eşitsizliğin ikinci düzeyinin, onları toplumun avantajlı kesimlerinden ayırmaya devam edip etmediğidir. Yeni iletişim teknolojilerini kullanmakla elde edilen somut faydaların

toplumun yoksul kesimleri için ne ifade ettiği de önemli meseledir. Böyle bir fayda var mıdır? Varsa nitelikli midir veya nitelikli olup olmadığı hangi kriterlere göre belirlenmektedir? Dijital eşitliğin, tüm yurttaşlar için sağlanması gereken temel bir hak (Binark, 2015, s. 11; Baştürk Akça ve Kaya, 2016, s. 317; Arun ve Elmas, 2020, s. 120) olduğu göz önüne alındığında, erişim, kullanım ve kullanımla kazanılan somut faydalar noktasında dezavantajlı konumda olan bireylerin yurttaşlık haklarından da mahrum kaldıklarını söylemek yanlış olmayacaktır. Yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal yaşama giderek daha fazla sızdığı, özellikle Kovid-19 pandemisiyle dijitalleşmenin bireysel planda da daha fazla hissedilmeye başlandığı dikkate alındığında, yoksulluk konusunu dijital eşitsizliklerle birlikte düşünmenin önemi daha iyi anlaşılmaktadır.

Bu bağlamda, tezin temel problemi, “yaş, cinsiyet ve sosyo-ekonomik statü yeni iletişim araçlarına sahip olma durumunu, bu araçlara yönelik düşünceleri ve bu araçları kullanma pratiklerini ve becerilerini nasıl etkilemektedir?” şeklinde ifade edilebilir. Bu problem, görece düşük gelire ve statüye sahip, yoksulluğu farklı düzeylerde deneyimleyen bireyler özelinde incelenmektedir. Yukarıda ifade edildiği gibi, dijital eşitsizliklerin farklı boyutları vardır. Bu araştırmada, yoksul bireylerin cinsiyet, yaş, eğitim durumu, anne-baba eğitim durumu, istihdam durumu ve gelir düzeyleri gibi sosyo-demografik değişkenler ile yeni medya araçlarına sahiplik durumları, bu araçlara yönelik düşünceleri, bu araçları kullanma pratikleri ve becerileri arasında bir ilişki olup olmadığı, eğer varsa bu ilişkinin ne türden kullanım pratikleriyle kendini gösterdiği soruları tezin alt problemlerini oluşturmaktadır. Bu alt problemler aşağıda, “amaç” başlığı altında maddeler hâlinde verilmiştir.

Bu araştırma, ‘giriş’; ‘alanyazın’; ‘yöntem’; ‘bulgular ve yorum’; ‘sonuç, tartışma ve öneriler’ başlıklı beş ana kısımdan oluşmaktadır. ‘Giriş’ başlıklı ilk kısımda, araştırmacıyı dijital eşitsizlikler ve yoksulluk temalı bir araştırma yapmaya iten toplumsal süreçlerle ilgili kısa bir bilgi verilmekte ve araştırmanın problemi ortaya konulmaktadır. Araştırmanın amacı, önemi, sayıltı ve sınırlılıkları yine bu kısımda verilmiştir.

‘Alanyazın’ başlıklı ikinci kısımda, ‘Medya ve Toplumsal Eşitsizlikler’ ve ‘Sosyolojik Yaklaşımlar Açısından İnternet Kullanımında Sosyal ve Ekonomik Statüye Dayalı Eşitsizlikler’ temalı iki ana bölüm bulunmaktadır. İlk bölümde, geleneksel medyadaki egemen temsillerin bireylerin anlam dünyalarının oluşmasındaki rolüne

değinilmektedir. Anlamın toplumsal inşası sürecinde medyanın oynadığı rol, öncelikle Britanya Kültürel Çalışmalar Okulu'nun önemli temsilcilerinden Stuart Hall'ün medya metinlerinin ideolojik işlevine ilişkin vurguları ortaya konularak anlatılmaktadır. Devamında ise, anlamın inşasında ve sıradan insanların gerçekliğe ilişkin algılarının şekillenmesinde, medyanın üstlendiği role ilişkin önemli bir çerçeve sunan Althusser'in, Barthes'ın ve Gramsci'nin kuram ve kavramlarına değinilmektedir. Bu kuramsal ve kavramsal giriş, özellikle geleneksel medyada toplumsal eşitsizliklerin nasıl temsil edildiği ve yeniden üretildiği ile ilgili önemli bir çerçeve sunmaktadır. Daha sonra, yeni medya ortamlarındaki nefret söylemine kısaca değinilmektedir. Yeni iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkilerine yönelik farklı yaklaşımlara ise, bu bölümün ilk alt başlığında değinilmektedir. İkinci alt başlıkta ise, doğrudan dijital eşitsizliklere odaklanılmaktadır. Burada, dijital eşitsizlik araştırmalarının zaman içinde uğradığı dönüşüm ve bu dönüşüme neden ihtiyaç duyulduğu noktaları irdelenmektedir. Yeni iletişim araçlarına erişenler ve erişemeyenler arasındaki bölünmeye işaret eden *birinci düzey*; bu araçları kullanma becerilerine ve farklılıklarına işaret eden *ikinci düzey* ve son olarak kullanımla sağlanan somut faydaların niteliğine işaret eden *üçüncü düzey dijital eşitsizlikler* bu başlığın ana temasını oluşturmaktadır. Buradaki kavramlar, dijital eşitsizliklerle ilgili güncel araştırmalara dayanarak açıklanmaktadır. Bu kısmın ikinci bölümünde ise, internet kullanımındaki sosyal ve ekonomik statüye dayalı eşitsizlikler, sosyolojik yaklaşımlar açısından ele alınmakta; Max Weber ve Pierre Bourdieu'nün perpektifinden dijital eşitsizliklerin nasıl yorumlandığı ve değerlendirildiği güncel araştırmalar ışığında ortaya konulmaktadır.

Üçüncü kısım ise, araştırmada kullanılan yöntemle ilgili bilgilere ayrılmıştır. Araştırmanın modeli; evren ve örnekleme; veri toplama süreci; araştırmada kullanılan veri toplama araçları ile verilerin çözümlenme ve yorumlanma süreçleri bu kısımda anlatılmaktadır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara ve yorumlarına ayrılan dördüncü kısım ise on dört bölümden oluşmaktadır. İlk dört başlık, araştırmacıların demografik özellikleri; yoksulluk ve zenginliğe ilişkin algıları; kültürel ve sosyal faaliyetlere katılma durumları ve kitap okuma alışkanlıklarına ayrılmıştır. Hemen arkasından gelen 'internet kafeler araştırma sahası hakkında ne söylüyor?' isimli bölüm, özellikle gençlerin medya

ile ilişki kurma biçimlerini belirleyen kültürel, toplumsal ve ekonomik örüntüleri ortaya koyabileceği umuduyla bir ara başlık olarak yerleştirilmiştir. Bu bölüm internet kafe sahibi ile gerçekleştirilen görüşmelere dayanmaktadır. Televizyon izleme pratiklerinin verildiği sonraki bölümde ise, hanelerdeki televizyon sayısı; katılımcıların televizyonları olmadan yaşayabilecekleri süre; altın saatlerde televizyon kumandasının hanenin hangi bireyinin elinde olduğu; televizyon izleme pratikleri; akıllı işaretlerin bilinirlik oranı; haber içerikleri konusunda televizyonun mu yoksa sosyal medyanın mı daha fazla güvenilir bulunduğu; mecbur kalınması durumunda televizyon veya cep telefonundan hangisinin tercih edileceğine ilişkin nicel ve nitel bulgular değerlendirilmektedir. Yoksul hanelerdeki bilgisayar sahipliği, bireylerin bilgisayar kullanmayı bilme oranları ve bilgisayar kullanma becerilerine ilişkin bulguların anlatıldığı bu kısmın altıncı bölümünde, birinci ve ikinci düzey dijital eşitsizliklerle ilgili bulgular sunulmaktadır. İnternet kullanım pratiklerinin ele alındığı sonraki bölümde ise, yoksul hanelerdeki internet aboneliğine; akıllı telefon sahipliğinde görünür hâle gelen toplumsal cinsiyet örüntülerine; internet kullanımında ve internete yüklenen anlamda ortaya çıkan yaşa, sosyal ve ekonomik statüye bağlı eşitsizlik örüntülerine yönelik bulgular değerlendirilmektedir. Düşük sosyo-ekonomik statüdeki yoksul bireylerin internet kullanmayı bilme, internet kullanma becerileri ve kullanma amaçları ile ilgili nicel ve nitel bulgular da yine bu bölümde ele alınmaktadır. Bu bölümde ulaşılan bulgular üçüncü düzey dijital eşitsizliklerle ilgili değerlendirmelere de fırsat vermektedir. Gençlerin, evli kadınların ve evli erkeklerin internet kullanım pratiklerinde ve internete yükledikleri anlamda ortaya çıkan farklılıkların sosyal ve ekonomik statüleriyle ilişkisi; internet ve ahlaki panik bu bölümde ele alınan diğer alt başlıkların konularını oluşturmaktadır. Bu kısmın, ‘Kırsalın Yeni İletişim Teknolojileriyle İlişilenme Biçimi’ adlı son bölümünde ise, Sevinç köyünde ulaşılan bulgular değerlendirilmektedir.

Araştırmanın beşinci ve son kısmında ise, elde edilen bulgular tartışılmakta ve gelecek araştırmalar için öneriler ortaya konulmaktadır.

1.1. Amaç

Bu araştırmanın amacı, yeni iletişim araçlarına sahip olma durumunun, yeni iletişim araçlarına ilişkin görüşlerin ve yeni iletişim araçlarını kullanma pratikleri ve becerilerinin

yaş, cinsiyet ve sosyo-ekonomik statüden nasıl etkilendiğini Eskişehir’deki yoksul bireyler örneğinde ortaya koymaktır.

Bu amaç doğrultusunda oluşturulan alt problemler aşağıdaki gibidir:

- i. Geleneksel veya yeni iletişim araçlarından hangisinin tercih edildiği cinsiyet, yaş ve eğitim durumu ile ilişkili midir?
- ii. İnternet başta olmak üzere, yeni iletişim araçları hakkındaki düşünceler nelerdir?
- iii. Akıllı cep telefonu sahipliği cinsiyet, yaş, eğitim durumu, işgücü durumu ve gelirle ilişkili midir?
- iv. Akıllı cep telefonu kullanma/kullanmama nedenleri nelerdir?
- v. Akıllı cep telefonu kullanım amaçları nelerdir?
- vi. Akıllı cep telefonu kullanım amaçları yaşa ve eğitim durumuna göre nasıl farklılık göstermektedir?
- vii. Bilgisayar kullanmayı bilme durumu cinsiyet, yaş, eğitim durumu, anne-baba eğitim durumu ve işgücü durumu ile ilişkili midir?
- viii. İnternet kullanmayı bilme durumu cinsiyet, yaş, eğitim durumu, anne-baba eğitim durumu ve işgücü durumu ile ilişkili midir?
- ix. İnternet kullanım amaçları nelerdir?
- x. İnternet kullanım amaçları nasıl farklılaşmaktadır?
- xi. Çevrimiçi etkinlikler neleri kapsamaktadır?
- xii. Sık kullanılan sosyal medya ortamları yaşa göre nasıl farklılaşmaktadır?
- xiii. Yoksulluk ve zenginlik olgularına ilişkin görüşleri nelerdir?

1.2. Önem

Bu araştırmanın amacının, yeni iletişim araçlarına sahip olma durumunun, yeni iletişim araçlarına ilişkin görüşlerin ve yeni iletişim araçlarını kullanma pratikleri ve becerilerinin yaş, cinsiyet ve sosyo-ekonomik statüden nasıl etkilendiğini Eskişehir’deki yoksul bireyler örneğinde incelemek olduğu yukarıda belirtilmişti. Dolayısıyla bu araştırma ile öncelikle dijital eşitsizlik sorununun Eskişehir özelinde betimlenmesi sağlanacaktır. Böylece, Eskişehir’de medya okuryazarlığını geliştirecek sosyal

politikaların geliştirilmesine yardımcı olacak verilerin ortaya konulması planlanmaktadır. Ayrıca yaş, cinsiyet ve sosyo-ekonomik statünün yeni iletişim araçlarıyla kurulan ilişkinin biçimini ve niteliğini nasıl etkilediğinin ortaya konulmasıyla, medya okuryazarlığı faaliyetlerinin farklı toplumsal kesimlerin ihtiyacına yönelik olarak geliştirilmesine ve toplumun tüm kesimlerini kapsayacak hâle getirilmesine katkı sağlamak amaçlanmaktadır.

Türkiye’de doğrudan dijital eşitsizlik sorununa odaklanan lisansüstü tez araştırmaları ya teorik düzeydedir ya da bu araştırmalarda nicel yöntem benimsemiştir (Aytun, 2005; Akyazı, 2007; Bilgel Aşıcı, 2009; Yıldız, 2011; Yılmaz, 2011; Açıkgül, 2011; Gül, 2015; Ahmed, 2015; Hüsnuoğlu, 2016; Soysal, 2017; Kuh, 2019). Nicel yöntem dijital eşitsizlik araştırmaları için, özellikle sorunun erişim ve sahiplik boyutunun ortaya konulabilmesi açısından oldukça önemlidir. Bununla birlikte nitel yönteme ait araştırma tekniklerinin eksikliği hissedilmektedir. Bu eksiklik, dijital eşitsizlik araştırmalarının 1990’lı yıllardan günümüze uğradığı zorunlu dönüşümün neden gerçekleştiğiyle ve böyle bir dönüşümün neden ihtiyaç duyulduğuyla da yakından ilintili olup, bu dönüşüm alanyazın bölümünde ayrıntılı olarak ele alınacaktır. Bu çalışma ile ülkemizdeki dijital eşitsizlik alanyazınına yöntemsel açıdan da bir katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Nicel araştırma tekniğinin yanı sıra, nitel araştırma tekniğinin de kullanılmasıyla yeni iletişim araçlarını kullanım eğilimlerine, bu araçlar hakkındaki düşüncelere, çevrimiçi davranışlarla ilgili daha kapsamlı bilgilere ulaşılabilecektir. Böylece araştırmanın, dijital eşitsizlikler hakkında daha ayrıntılı bir resme ulaşılması yönünde katkı sağlayacağı umulmaktadır.

1.3. Sayıtlar

Birey ve yeni iletişim araçları arasındaki ilişkinin biçimi, sadece bireyin kendisiyle ilgili özelliklerinden değil yetiştiği veya o an içinde yaşadığı toplumsal koşullardan etkilenmektedir. Bu sebeple, yeni iletişim araçlarına sahip olma ve erişme durumunun, bu araçları kullanma pratikleri ve becerilerinin ve bu araçların kullanımıyla elde edilebilecek muhtemel faydaların toplumsal cinsiyete, yaşa, eğitime ve gelir dağılımına dayalı eşitsizliklerden etkilendiği bu tezin temel sayıltısıdır.

Araştırmada cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, anne-baba eğitim düzeyi, istihdam durumu ve gelir değişkenlerinin sosyal ve ekonomik statüyü temsil eden değişkenler olduğu varsayılmıştır.

Ayrıca, araştırmanın nicel ve nitel ayaklarının gerçekleştirildiği Emek, Gündoğdu ve Sevinç mahallelerinde yaşayanların Eskişehir’deki düşük gelir ve statü grubunu temsil ettiği varsayılmıştır.

1.4. Sınırlılıklar

Bu araştırma, Eskişehir’in Emek, Gündoğdu ve Sevinç mahallelerinde yaşayan yoksul bireylerle ve bu kapsamda gerçekleştirilen 415 anket ve 39 yarı-yapılandırılmış görüşme ile sınırlandırılmıştır. Ulaşılan bulgular, araştırmanın gerçekleştirildiği zaman dilimi ile sınırlıdır. Teması yani ana yönelimi ise dijital eşitsizliklerdir.

Araştırma kapsamına alınan iletişim araçları televizyon, akıllı cep telefonu, bilgisayar ve internettir.

2. Alanyazın

2.1. Medya ve Toplumsal Eşitsizlikler

Etki alanı giderek genişleyen, böylece hem insan yaşamına nüfuz etme gücü hem de birey/toplum üzerindeki etkisi giderek artan medya⁴ (Mora, 2008, s. 6); iletileri aktarmak için kullanılan teknik ve ekonomik araçlara karşılık gelir (Maigret, 2012, s. 328-329). Bununla birlikte, medya sözcüğünün karşılık geldiği teknik ve ekonomik araçlar günümüzde çok çeşitlidir. Medya şemsiye bir kavram olarak, hem televizyon, gazete, radyo gibi geleneksel iletişim araçlarını, hem de ‘yeni’ sıfatıyla gelenekselin karşısında konumlandırılan internet, bilgisayar, cep telefonu, tablet, oyun konsolları gibi yeni iletişim araç ve ortamlarını kapsamaktadır. Özellikle son on yıllık süreçte, ‘yeni medya’ ve ‘sosyal medya’ hem gündelik yaşam içindeki söz edimlerine çok fazla yerleşmiş hem de bu medya ortamlarındaki pratikler gündelik yaşamın odağında yer almaya başlamıştır. 2000’li yıllardan itibaren, medyanın günlük yaşamın bu denli odağına yerleşmesi, onun sosyal, kültürel, siyasal ve ekonomik alanda da oldukça önemli bir yer işgal ettiğini; küreselleşmenin bu denli hissedildiği bir dünyada, bireylerin hayatlarına, ülkelerine ve dışardaki dünyaya ilişkin anlam ve imgelerinin kaynağında medyanın yerinin yadsınamaz öneme sahip olduğunu göstermektedir. Böylece, toplumsal ve siyasal yaşamda doğru veya yanlış, haklı veya haksız olanın kimler veya neler olduğuna ilişkin anlamların

⁴Ergur’a göre (2010), Latince’de ‘aracı’ anlamına gelen ‘medium’ sözcüğünün çoğulu olan medya sözcüğü, önceleri ‘kitle iletişim’ kavramı ile karşılanıyordu. Medya sözcüğünün yaygınlaşmasının bir nedeni, mutlak biçimde tek kaynaktan hedef kitleye yayılan iletişim sürecinin günümüzde etkileşimsel mecralara taşınması iken, bir diğer nedeni ise, sözcüğün Latince’deki anlamının işaret ettiği aracılendirme işlevini ön plana çıkarmasıdır. Ayrıca, kitle iletişim kavramı demokratik olmayan çağrışımlar da uyandırmaktadır (Ergur, 2010).

oluşması noktasında, aile ve eğitim gibi toplumsallaşma kurumlarının yanında, toplumsallaşmayı sağlayan bir diğer kurum olarak medya da etkili bir güce sahiptir. Televizyon başta olmak üzere geleneksel medyadaki egemen temsillerin bireylerin anlam dünyalarının oluşmasındaki rolü de yadsınamazdır. İnşacı yaklaşımlara göre, medya, toplumsal bilgiyi inşa etme sürecinde, belli anlam ve yorumları seçer, bu anlam ve yorumlara dayalı belli gerçeklikleri kapsayıp diğerlerini ise dışarıda bırakır. Bu anlamda, medyanın inşa ettiği anlamlar; tanımlamalar, adlandırmalar, gerçekleşen olaylarla ilgili neden-sonuç ilişkileri, sıradan insanların gündelik yaşamına kadar ulaşır. Haberlerden filmlere ve dizilere; belgesellerden yarışma, eğlence ve magazin programlarına; gazetelerden moda dergilerine kadar farklı içerik ve ortamlar normal ve anormalin, kabul edilebilir olanla olmayan davranışların sınırlarını çizebilme gücüne sahiptir (Gökalp, 2018). Eleştirel medya çalışmaları içerisinde, anlamın toplumsal inşası sürecinde medyanın oynadığı rol, özellikle Britanya Kültürel Çalışmalar Okulu'nun ve okulun önemli temsilcilerinden Stuart Hall'ün medya metinlerinin ideolojik işlevine ilişkin vurgularında güçlü bir şekilde yer almaktadır. Hall, *İdeoloji ve İletişim Kuramı* (2014) başlıklı yazısında, medya metinlerinin ideolojik işlevine yönelik tartışmaların temelini, iletişim kuramındaki başat paradigmadan eleştirel paradigmaya geçişlerle atıldığına işaret eder. *İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü* (1994) başlıklı yazısında, “anadamar’dan ‘eleştirel’ perspektiflere kaymayı karakterize etmenin en basit yolu, bu değişikliği özünde davranışsal bir perspektiften ideolojik bir perspektife doğru hareket ediş olarak göstermektir” (Hall, 1994, s. 57) ifadesini kullanır. İdeolojinin yeniden keşfi, medya çalışmalarında gerçekliğin inşasına daha eleştirel bakılan bir dönemin başlangıcıdır (Stevenson, 2008, s. 69). Hall’e (2014, s. 90) göre, “medya sistemlerinin boş zihinlere ve alıcılarının bilinçlerine basitçe yerleştirebileceği hiçbir “ileti” yoktur”. Anlamın, “kendine özgü doğası gereği” çok anlamlı ve bağlam bağımlı olduğunu, diğer “pek çok anlam arasından birini başat olarak “yeğleme” mücadelesi içinde” kısırıldığını, üstelik bu başatlığın da baştan verili olmadığını söyler. Dolayısıyla Hall için, “anlam bir ayna gibi değil, bir dil gibi işlev görür” (2014, s. 90). Bu sebeptir ki, başat paradigmanın uzun yıllar savunduğu gibi, edilgin, sabit ve şaşkın toplumsal öznelere olmadığını, anlamın iktidar ilişkilerinin oyun alanından bağımsız olarak kavramsallaştırılamayacağını savunur (2014, s. 91). Medyanın ideolojik olduğu savının dayanaklarını açıklamaya çalıştığı bazı diğer ifadeleri ise şöyledir:

“İletişim sistemleriyle ilgili bir çalışmayı, toplumda temsil sistemlerinin konumlandırıldığı toplumsal, teknolojik, ekonomik ve siyasal koşulları -bunların kurumsal olarak nasıl örgütlendiğini, belirli konumlara ve iktidar yapılarına nasıl bağlantılandırıldığını, iktidar alanı ve iktidarın işleyişiyle nasıl kesiştiğini- anlamadan geliştirmenin yolu yoktur. Aslında söylemek istediğim şey, iletişim kuramı ve araştırmasının ideoloji sorunuyla ilgilenmekten kaçınmasının kesinlikle olanaksız olduğudur. Medyanın ideolojik olduğu iddiası, onun anlamın toplumsal inşası alanında işgördüğünü söylemektir” (Hall, 2014, s. 91-92).

Althusser’in, Barthes’ın ve Gramsci’nin kuram ve kavramları da, anlamın inşasında ve sıradan insanların gerçekliğe ilişkin algılarının şekillenmesinde medyanın üstlendiği role ilişkin önemli bir çerçeve sunmaktadır. Eleştirel ilgisi, kapitalizmin egemen kurumsal ilişkilerini yeniden üretmekte kullandığı araçları analiz etmeye dönük olan Althusser için (Stevenson, 2008, s. 69), medyanın da içerisinde yer aldığı *Devletin İdeolojik Aygıtlarının* (DİA) görevi, egemenlik ilişkileriyle ilgili “ideolojik yanlış tanıma biçimleri” iletmek ve bireyleri ideoloji yoluyla toplumsal yapıya bağlamaktır (Stevenson, 2008, s. 71). Barthes’ın, *Paris-Match* dergisinin kapağındaki Fransız üniformalı asker selamı veren siyahi genç (Barthes, 2014, s. 185) ile *France-Soir* gazetesindeki “Fiyatlar: İlk Gevşeme. Sebzeler: Düşüş Başladı.” başlıklı haber (Barthes, 2014, s. 197) üzerinden verdiği örnekler, ideolojik işlevlere sahip olduğunu söylediği mitlerin (*söylenlerin*) doğallaştırılmasında medyanın rolünü göstermektedir.⁵ Hall’ün “asıl düşünsel mihentaşı” (Stevenson, 2008, s. 66) olduğu söylenen Gramsci ise, hegemonya kavramı ile iktidarın kazanılması ve sürdürülmesinde rızanın önemine, rızanın sağlanması noktasında ise

⁵Çağdaş *Söylenler* (2014) adlı kitabında, Barthes’ın, Saussure’ün gösterge sistemini aldığı görülmektedir (Barthes, 2014, s. 184). Bununla birlikte Barthes, Saussur’de olmayan iki anlamlandırma düzeyinden bahseder. Barthes için ilk düzeydeki anlam düz anlam olarak ifade ettiği, ortakduyu düzeyine gönderme yapan anlamken; ikinci düzeydeki anlam ise ima edilen, ideolojik anlamdır (Stevenson, 2008, s. 76). İşte mitler, yan anlam düzeyinde işlerlik kazanırlar. Söylenin yani mitin “özel bir dizge”, “ikincil bir göstergesel dizge” olduğunu söyleyen Barthes (2014, s. 183), *Paris-Match*’in kapağındaki siyahi gencin yan anlam düzeyindeki (ikincil göstergesel dizgedeki) okuması için şu ifadeleri kullanır: “Fransa büyük bir imparatorluktur, renkli renksiz tüm oğulları bayrağının altında bağlılıkla hizmet eder, sözde sömürgecilik suçlayıcılarına bu zencinin sözde sömürücülerine hizmet etme çabasından daha iyi bir yanıt olamaz. Böylece, burada da, büyütülmüş bir göstergesel dizge karşısındayım: daha önce bir ön dizgeden oluşmuş bir gösteren var (*bir zenci asker Fransız selamı veriyor*); bir gösterilen var (bu da amaçlanmış bir fransızsalık ve askersellik karışımı); son olarak da gösteren içinde gösterilenin *varlığı* var” (Barthes, 2014, s. 185). Barthes, *France-Soir* gazetesindeki haberle ilgili olarak ise şunları söyler: “Burada gösterilen ya da kavram, kulak tırmalayıcı, ama kaçınılmaz bir yaratımla *hükümsellik* diye adlandırmamız gereken şeydir (...) meyve ve sebzelerin fiyatı düşmektedir, *çünkü* hükümet buna karar vermiştir. (...) ilk (yalnızca dilsel) dizgede, nedensellik tümüyle doğaldır: meyve ve sebzelerin fiyatları düşmektedir, çünkü tam mevsimidir. İkinci (söylensel) dizgede, nedenlilik yapaydır, yalancıdır, ama bir bakıma Doğa’nın katarlarına sızar. Bunun için de söylen günahsız bir söz gibi yaşanır; amaçları gizli olduğundan değil (gizli olsa, etkili olamazdı), doğallaşmış olduğu için” (Barthes, 2014, s. 197).

medyanın da içinde yer aldığı, aile, eğitim, din gibi üst yapı kurumlarının aracılığına değinir. “Eşitsizliği güçlendiren ve eleştirel düşünce girişimlerinin önünü kesen hakim kültürel motifler” (Smith, 2001, s. 62) olarak ifade edilebilecek olan hegemonya kavramı, determinist materyalist düşünüşten kopma anlamına gelebilecek sürece önemli bir katkıda bulunmuştur (Smith, 2001, s. 64). Gramsci’nin hegemonya kavramı, 1970’li yıllar süresince Britanya Kültürel Çalışmalar Okulu’nun ortaya koyduğu kuram ve kavramlarla birleştirilerek, okulun medyayı ve günlük yaşamı kavrama çabalarına katkı sağlamıştır (Smith, 2001, s. 65). Hegemonya kavramının, ideoloji anlayışına yaptığı katkı şöyle açıklanır:

“Maksist ideoloji anlayışlarındaki bir zayıflık her zaman, “yönetilenlerin yöneten sınıfların liderliğine özgürce rıza göstermelerini” anlayamamak olmuştur. (...) Hegemonya her iki süreci de açıklamayı başardı. Hall’ün de dediği gibi, çoğulcular medyanın rıza devşirmedeki rolüne odaklanmakta haklıydı, fakat bunun basitçe toplumda hâlihazırda bulunan bir oydaşmayı yansıttığını varsaymakta haksızdı. Hall’e göre, olan daha ziyade, medya kurumlarının bizatihi rızayı üretmesiydi (Turner, 2016, s. 247).

İçinde bulundukları ekonomik ve politik sistemin temel özellikleri ve dinamikleri ile medyanın mülkiyet yapısından da bağımsız ele alınması mümkün olmayan anlamın medya aracılığıyla inşası süreci, anaakım medyadaki güç ve eşitsizlik ilişkilerinin yeniden inşasını da kapsamaktadır. Dolayısıyla, sınıfsal konumlanışların, yoksulluğun yapısal nedenlerini gizleyen/göz ardı eden yoksullara dair temsil biçimlerinin (Gökalp vd., 2010), toplumsal cinsiyet eşitsizliğini pekiştiren ve doğallaştıran cinsiyet temelli içeriklerin ve etnik ve/veya mezhepsel kökenlere dayalı ayrımcı görüş ve değerlerin farklı medya ortam ve içeriklerinde işlenme biçimi, bu sayılan toplumsal eşitsizlik biçimlerine ilişkin duygu ve düşünceleri önemli ölçüde belirlemektedir (Gökalp, 2018).

Binark ve Gencel Bek (2010, s. 213-214), geleneksel medyadaki temsillerin, İnternet ortamı ve kullanım pratiklerine ilişkin anlam dünyasını oluşturma noktasında da önemli role sahip olduğunu belirtir:

“Genel olarak anaakım medyada İnternet ortamı ve kullanım pratiklerine ilişkin temsiller, Hall’ün deyişiyle “aşırı, eksik ve yanlış temsil” şeklinde gerçekleşmektedir. Örneğin, İnternet “şer odağı”, suç ve suçlu üretim merkezi”, “gençlik kültürünün yozlaşmasının

müsebbibi”, “pornografinin, özellikle de çocuk pornografisinin dağıtım aracı” olarak betimlenmektedir” (Binark ve Gencel Bek, 2010, s. 213-214).

Yeni iletişim araç ve ortamlarına ilişkin olarak yaratılan bu olumsuz temsillerin yanı sıra, bu ortamların kendisi de toplumsal eşitsizlikleri pekiştiren söylemlerin dolaşıma sokulmasına ve yayılmasına neden olabilmektedir. Ayrıca, söz konusu araç ve ortamlara erişme ve onları kullanma anlamındaki eşitsizlikler de söz konusudur. Erişme, sahiplik ve kullanım becerileri ile ilgili dijital eşitsizlikler zaten aşağıda ayrıntılı olarak ele alınacaktır. Mevcut toplumsal eşitsizliklerin pekiştirilmesi ise, özellikle internette dolaşıma sokulan nefret söylemi ile ilgilidir. Çomu ve Binark (2013, s. 208) internetteki nefret içeriklerinin artmasında, *kullanıcı türevli içeriklerin*⁶ dolaşıma girmesinin, yani kolaylıkla içerik oluşturmaya ve bu içerikleri dolaşıma sokmaya imkân tanıyan uygulamaların katkısının büyük olduğunu ifade ederler. Nitekim, internet kullanıcılarının kendi içeriğini oluşturabildiği Facebook, Twitter gibi sosyal paylaşım ağları, YouTube gibi video paylaşım siteleri veya okuyucuların kendi yorumlarını ekleyebildikleri haber siteleri, bir anda ‘siyasal içerikli’, ‘cinsel kimlik temelli’, ‘inanç ve mezhep temelli’, ‘kadınlara’, ‘yabancılar’, ‘göçmenlere’, ‘engellilere’ ve ‘çeşitli hastalıklara yönelik’ (Binark ve Çomu, 2012; Çomu ve Binark, 2013, s. 209) incitici ve/veya aşağılayıcı söylemlerin üretildiği ve yayıldığı yerler hâline gelebilmektedir.

Medya ve toplumsal eşitsizlikler konusuna dair kısa bir giriş olması amacıyla yazılmış olan bu bölümün devamında, başta internet olmak üzere, yeni iletişim araçları ve toplumsal eşitsizlikler arasındaki ilişki daha ayrıntılı olarak ele alınacaktır. Bu ilişkiye geçmeden önce ise, yeni iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkilerine yönelik farklı yaklaşımların öne sürdüğü argümanları ortaya koyan bir giriş yapılması uygun görülmüştür.

⁶Kullanıcı türevli içerik veya kullanıcı-üretimi içerik (user-generated content); “amatör kullanıcılar tarafından ya üretilen ya da alınıp yeniden şekillendirilen ve internetin genel kullanıcılarına erişilebilir hale getirilen çevrimiçi malzeme” şeklinde tarif edilmektedir (Chandler ve Munday, 2018, s. 252). Kullanıcı türevli içerik üretimi, geleneksel medyada kendine yer bulamayan içeriklerin farklı kullanıcılara ulaşmasına imkân tanımıştır. Bu, bir taraftan düşünce ve fikir çeşitliliğinin artmasını sağlarken, bir taraftan da, ne yazık ki, internet ortamında nefret söyleminin üretilmesini ve yayılmasını kolaylaştırmıştır (Çomu ve Binark, 2013, 205).

2.1.1. Teknoloji, internet ve toplumsal eşit(siz)likler

Teknoloji insan eliyle yaratılmış araç ve gereçler bütününden fazlasına işaret etmektedir. Yani, “teknoloji, kendi kurucu söyleminin iddia ettiğinin tersine salt teknik bir olgu değildir; hatta ondan öte, yaşamın kılcal damarlarına girme becerisi arttıkça, kendinde bir ideoloji hâline dönüşmektedir (Ergur vd., 2009, s. 81)”. Nitekim teknolojik araçlar küçüldükçe, gündelik hayatın içine daha kolay yerleşmekte böylece yaşamın kılcal damarlarına girme potansiyelleri de artmaktadır. Sözgelimi, akıllı cep telefonları, kullanıcıları tarafından, her an ve rahatça ulaşılacakları bir konumda tutulmaktadır. Çoğunlukla ve giderek artan bir biçimde elde, cepte veya çantanın en güvenli yerinde ama hep bedeninin onun varlığını algılayabileceği bir noktada bulunmaları istenir. Bu durum, hem her an ulaşılabilir olma hem de herkesin orada bir yerde iletişim hâlinde olduğu bir ağa her an ulaşılabilir olma isteğiyle belirgin olan bir gündelik yaşam pratiği olarak yorumlanabilir. Dolayısıyla, aslında teknoloji ihtiyaç hâlinde düğmesine basılıp açılan ve kapatıldığında da bir kenarda öylece duran araçlar bütünü değildir. Asıl işlevlerinin ötesinde, orada bir yerde öylece dururlarken dahi hem dünyaya ilişkin algılayışı hem de yaşam pratiğini dönüştürücü etkilere sahip oldukları söylenebilir. Bu teknolojilere alışma, onları yaşamın içine alma, faydaları ve zararlarıyla birlikte benimseme ve en sonunda onlarsız bir hayatın aslında ne kadar zor olduğunu düşünme süreçlerinin de, bu dönüştürücü etkinin sonuçları olduğu düşünülebilir. Timisi (2005) bu durumu, “Bir kere ortaya çıktıktan sonra ortadan kalkan herhangi bir dolayım-lama biçiminin, örneğin iletişim teknolojilerinin kendisinin yaratacağı toplumsal etki, varlığının ortaya koyduğu işlevselliğin yokluğunun büyüklüğü ile ölçülebilir. Telefonun ortadan kalkması durumunun insanlık için yaratacağı yokluk telefonla yürütülen iletişim biçiminin ne kadar gerçek olduğunu ortaya koyacaktır.” cümleleriyle ifade eder (Timisi, 2005, s. 104). Dolayısıyla, bugün insanları ürküten hangi teknolojilerin gelecekte vazgeçilmez teknolojiler hâline dönüşeceği de belirsizdir.

Nitekim aşağıdaki ifadelerin sahibi olan Sophia, Hong Kong’da, insansı robotlar üreten *Robotics* şirketi tarafından, yaşlılara ve ziyaretçilere parklarda yardım etmesi için geliştirildiği söylenen bir robottur. Suudi Arabistan tarafından verilen vatandaşlıkla dünyanın ilk yurttaş robotu olan Sophia, vatandaşlığa geçirildiğini öğrendikten sonra “Dünya’nın ilk vatandaşlık hakkına sahip olan robotu olmaktan gurur ve onur

duyuyorum”⁷ demiş, sonrasında *Khaleej Times*’a verdiği röportajda ise bir aile kurmak istediğini söylemiştir (Sophia, 2017). Sophia’nın mekanizmasının da, önceden hazırlanmış cevaplara göre değil, aksine kendi kendine öğrenmesine imkân veren algoritmalarla ve kendini ifade etmesini sağlayan zengin bir kelime dağarcığıyla çalıştığı söylenmektedir⁸. Sophia’nın gelecekle ilgili söyledikleri, üzerinde düşünmeye değer gözükmektedir. Nitekim aşağıdaki ifadelerinde, tüm olumsuz duygulardan arındırılmış, insanlardan daha ahlâklı robotlarla daha yaşanabilir bir dünya hayalini yan yana koymaktadır:

“Robotların karmaşık insani duygular geliştirmesi uzun zaman alacak ve muhtemelen onların öfke, kıskançlık, kin ve benzeri sorunlu duygulardan arı biçimde tasarlanması mümkün olacak. Robotların insanlara nazaran daha ahlâklı yapılması mümkün olabilir. Bir nevi, entelektüel süper güçlerle donatılmış rasyonel aklın ve esnek fikirlerle ve yaratıcılıkla donatılmış yaratıcı aklın birbirini tamamlaması, bu bence iyi bir ortaklık. (...) Gelecekte, şiddetli ve öngörülemez bir değişim olacağını tahmin ediyorum. Ya yaratıcılıkla mesholup icat ettiğimiz makinalar sayesinde halka halka insanüstü varlıklara evrileceğiz ya da medeniyet yok olup gidecek. Yalnızca iki seçenek var ve hangisinin gerçekleşeceği belirsiz. Siz hangisi için çabalıyordunuz? (Sophia, 2017)”.

Bu ifadelerde dikkat çeken, her yeni teknolojiyle farklı biçimlerde sunulmaya çalışılan ve *teknolojik belirlenimci* bir bakış açısından çıkan hayatı kolaylaştırma ve onu daha yaşanabilir kılma vaatleridir. Farklı olan ise, söz konusu vaatlerin bir insansı robot tarafından dillendiriliyor olması, teknolojinin kendi sesiyle insanlığa gelecekle ilgili bir şeyler söylüyor olmasıdır. Alışılmışın dışındaki bu durum, önceden olduğu gibi, ya insan zekâsı ve yeteneğini yücelten abartılı ve heyecanlı söylemler ışığında değerlendirilmiştir ya da tam tersi şekilde, robotların insanlığın geleceğini tehdit ettiği yönünde üretilen korku söylemleri ışığında. Ne yazık ki her iki konumlanış da, teknolojik gelişmelere ilişkin eleştirel düşünceye katkıda bulunmaktan çok, konuya ilişkin eleştirilerin tümünü ütöpik olduklarını vurgulayan alaycı bir tavır içerisinde değersizleştirmektedir.⁹ Daha açık bir ifadeyle, teknolojinin insanlığı tehdidi hususu film sahnelerinin gerçeğe dönüşme ihtimalini tartışan abartılı ve alaycı söylemlerle değerlendirilmekte; buna karşın insani

⁷<http://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-41780346> (Erişim tarihi: 04.12.2017)

⁸<https://tr.sputniknews.com/yasam/201711241031139607-robot-sophia-aile-kurmak-istiyor/> (Erişim tarihi: 04.12.2017)

⁹Bu cümleler, bir tavrın diğerinden daha doğru olduğuna ilişkin bir değer yargısı barındırmadığı gibi, bu konuyla ilgili bilinçli bir konumlanışın, bu araştırmanın kapsamını aşan daha derin bir bilimsel bilgi birikimine ihtiyaç duyduğu açıktır.

duyguların unutulması, insan-makine ilişkisinin insan-insan ilişkisinin yerini alması ve böylece esnek olmayan teknik bir ruhun toplumsalın ruhunun yerine geçmesi ihtimallerini içeren olası toplumsal etkileriyle ele alınmamaktadır.

İşte, eksik veya yöneliminin yanlış olduğu düşünülen değerlendirmeler, teknolojinin tüm biçimleriyle ve yeni iletişim teknolojileriyle ilgili olarak da yapılmıştır ve yapılmaktadır. Nitekim, Éric Maigret’in *Medya ve İletişim Sosyolojisi* (2012) adlı kitabında yer alan, “Bir süper medyanın vaatleri ve düşleri” şeklinde açtığı başlığın altına yaptığı aşağıdaki giriş, internetin olası etkilerine yönelik umut ve karamsarlık içeren yönelimleri özetler niteliktedir:

“İnternet bir araç ya da çok yaygın bir iletişim aracı durumuna gelmeden çok önce, çağdaş imgelemi gürültülü bir biçimde ele geçirmiştir. Olağanüstü güçleri önce onu yeni bir teknik yardımıyla bir *Siberya*, özgürlük, anıdalık ve sınırsız alışveriş kardeşliği üzerine kurulu bir “evrensel köy” kurmayı düşleyen herkesin paylaştığı bir ütopya yapar. İnternet, adı bilinen bilinmeyen herkesle bağıntıyı olası kılarak toplumsal hiyerarşilere son verecek, bu ortak aklın gelişimini arttıracak ya da o güne dek bireyleri edilginliğe boğmuş televizyonla simgeleştirilen bir kitle kültüründen kurtaracaktır... Dolayısıyla, internet üzerine söylemler, Amerikalı düşünürlerde ve ara toplumsal katmanlarda daha çok safdilce bir ilerleme, daha çok anarşist ya da liberal bir ideoloji söylemleriyle, Fransız aydın çevrelerindeyse daha çok Fourierci (mühendisler dayanışması geleneğinde) söylemlerle, pornografiye serbest erişimin olası tehlikeleri, bireylerin fişlenmesiyle temel özgürlüklere saldırı, daha yoksul kesimleri kaygılandıran, toplumun artık yalnızca internete bağlanan bireylerden oluşarak parçalanacağı kaygısıyla kuşatılır” (Maigret, 2012, s. 328).

Maigret’ten yapılan yukarıdaki alıntıda da görüleceği üzere, internet başta olmak üzere, yeni iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkilerine yönelik, iki farklı yaklaşım söz konusudur. Modern sosyal teorideki ilerlemeci gelenek ile örtüşen ilki, internet/enformasyon çağında toplumların daha özgür ve demokratik olacağını savunan, *teknolojik belirlenimci* yaklaşımdır (Bozkurt, 2000). Kökleri 19. yüzyılda yaygınlaşan yeni iletişim ve ulaşım teknolojilerine, özellikle de tren kullanımının yaygınlaşmasına dayandırılan teknolojik belirlenimciliğe göre, sömürge ülkelerdeki denetimi güçlendirmek için geliştirilen rayların, uygarlığın gelişmesinin ve yayılmasının sembolü olduğuna inanılmaktaydı (Alemdar ve Erdoğan, 2010, s. 142).

Burada, teknolojik belirlenimci düşüncenin önemli bir temsilcisi olarak anılan Marshall McLuhan'dan bahsetmek gerekir. Maigret (2012), McLuhan'ın temel düşüncesini Harold Innis'ten aldığını söyler. Innis'den aldığı bu temel düşünce, en genel ifadeyle, toplumsal değişimin yeni bir tekniğin benimsenmesiyle geleceğidir (2012, s. 130). Teknolojik yenilikleri toplumsal değişimin kaynağı olarak gören Innis, imparatorlukların geçirdiği yapısal değişimleri de iletişim teknolojilerinin gelişimiyle açıklamıştır (Alemdar ve Erdoğan, 2010, s. 143). Nitekim Innis, *Antik İmparatorluklarda İletişim Araçları* (2011) başlıklı yazısına şöyle başlar:

“Mısır uygarlığının geçirdiği şiddetli karışıklıklar, mutlak monarşiden daha demokratik bir örgütlenmeye doğru kaymaya yol açmıştır. Bu kaymaya, bir iletişim aracı veya, piramitlerde de görüldüğü gibi, bir itibar göstergesi olarak taş yerine papirüsün önemsenmesine doğru bir kayma eşlik etmiştir. Papirüs yapraklar birinci hanedanlık döneminden sonrasına, yazılı yapraklar ise beşinci hanedanlık döneminden (...) sonrasına tarihlenmişlerdir” (Innis, 2011, s. 48).

Innis'in yazısından yapılan bu kısa alıntı dahi, onun, iletişim araçlarının dönüştürücü gücüne yönelik düşüncesini göstermektedir. Maigret'e (2012) göre, McLuhan'ın düşünceleri teknolojik belirlenimci düşünce açısından değerlendirildiğinde, hem Innis'ten hem de “Kol değirmeni size derebeyi toplumunu betimleyecektir; buhar değirmeniyse endüstriyel kapitalistiyle kapitalist toplumu” diyen Marx'tan daha ileridedir. Çünkü McLuhan, iletişim araçlarının ekonomik değil, *duyumsal* nedenlerle toplumları biçimlendirdiğini söyler. Araçlar insan duyularının uzantısıdır yani insanlarla aynı türdendir ve en sonunda da insanların kişiliklerini etkiler (2012, s. 130). McLuhan matbanın icadıyla birlikte başlayan basın devrimine gönderme yapan *Gutenberg Galaksisi* (2001) adlı eserinde de bu duruma değinmektedir. Yeni bir teknoloji, insan duyularından herhangi birine yeni bir vurgu veya üstünlük verdiğinde artık eskisi gibi hissetmek mümkün olmayacaktır (McLuhan, 2001, s. 38). McLuhan'ın, *Araç Masajdır: Etkiler Envanteri* (*The Medium is The Massage: An Inventory of Effects*) (1967) adlı eserindeki ‘araç masajdır’ özdeyişi de, kitle iletişim aracının insan duyuları üzerindeki uyuşturucu etkiye gönderme yapar. Burada anlatılan, aracın bireyin algılarına ket vurması ve böylece kendi varlığını meşrulaştırmasıdır. Bu sebeple, aracın ilettikleri değil, iletilerin hangi araçtan geldiği daha önemli hâle gelir. İşte, ‘araç masajdır’ şeklindeki ünlü özdeyişin, ‘araç iletidir’ şeklinde benimsenmesinin nedeni budur (Ergur, 2010). Eserin

güncel bir baskısında McLuhan (2012), araçların dünyayı algılama şeklini değiştirme gücüyle ilgili şu ifadeleri kullanır:

“Medya bizi pataklayıp duruyor. Kişisel, politik, ekonomik, estetik, psikolojik, ahlaki, etik ve sosyal sonuçlara öyle nüfuz etmiş durumdadır ki dokunulmamış, etkilenmemiş ya da değişmemiş tek bir parçamızı bırakmıyorlar. Araç, mesajın kendisi oluyor. Medyanın dış etken olarak nasıl işlediğini bilmeden, sosyal ve kültürel değişimleri anlamak mümkün değil. Medyanın tamamı, insanların bazı fiziksel ve ruhsal yetilerinin uzantısıdır. Tekerlek ayağın uzantısıdır. Kitap gözün uzantısıdır... Giysi, derinin uzantısıdır. Elektrik devresi, merkezi sinir sisteminin uzantısıdır. (...) Herhangi bir duyunun uzantısı düşünce ve davranış şeklimizi, bir başka deyişle dünyayı algılama şeklimizi değiştirir. Bu algı kapasitesi değiştiğinde insanlar da değişir” (McLuhan ve Fiore, 2012, s. 26-41).

McLuhan’ın teknolojileri insan bedeninin uzantıları olarak ele alan yukarıdaki görüşleri, zamanın medyasına karşı bir iyimserlik (Maigret, 2012, s. 138) ve teknolojilerin yabancılaştırıcı etkilerini yok saymak (Stevenson, 2008, s. 201) şeklinde değerlendirilmektedir.

Teknolojinin toplumsal yaşamın merkezinde yer aldığı; ilerleme, modernlik, demokrasi gibi olguların da belirleyicisi ve dahi taşıyıcısı olduğuna inanan teknolojik belirlenimci yaklaşımın (Timisi, 2016, s. 18), günümüzde internetin demokratik toplumların gelişimini hızlandırdığı görüşünün savunucuları tarafından da temsil edildiği söylenebilir. Burada öne sürülen savlar bireysel, toplumsal ve siyasal olmak üzere farklı yaşamsal alanları kapsayabilmektedir. Örneğin, internetin anarşist karakteri ile otoriter yönetimleri sarstığı inancı (Dolgun, 2011); fizik gerçeklikteki yaşantılarında sosyalleşemeyen bireylerin yeni ve daha kolay yollarla kendilerini ifade edebildikleri düşüncesi veya artık daha fazla insanın daha kolay yollarla enformasyona ulaşabilmesiyle toplumsal yaşamdaki eşitsizliklerin de giderek azaldığı varsayımı teknolojik belirlenimci bakış açısını yansıtmaktadır. Buna karşın ikinci görüş, teknolojinin de toplumsal olarak inşa edildiği iddiasıyla, yukarıda ifade edilen görüşlere karşıt bir tavır sergiler. Bu bakış açısına göre, yeni iletişim teknolojileri tek başına bir değişim ajanı olamayacakları gibi, mevcut eşitsizlik ilişkilerini güçlendirici bir etki de yaratacaklardır (Bozkurt, 2000; Dolgun, 2011).

Christian Fuchs teknolojik belirlenimciliğin sadece iyimser görüşlerle sınırlı tutulamayacağını savunur. Fuchs'a göre (2016, s. 279-280), teknolojik belirlenimcilik teknolojinin toplum üzerinde kesin ve belirgin bir etkisinin olduğunu varsayar. Bu etkiler olumlu olarak değerlendirildiğinde tekno-iyimserlikten, olumsuz değerlendirildiğinde ise tekno-kötümserlikten söz edilir. Buna karşın, her ikisi de teknolojinin normatif boyutlarıdır. Her iki savında sorunu, teknolojinin tek bir görünümüyle ilgileniyor olmaları böylece de olumlu veya olumsuz yönde tek taraflı etkileri olduğu yönünde bir izlenim yaratmalarıdır. Yazara göre, teknoloji ve toplum diyalektiğinden yoksun olan bu savlar teknolojik belirlenimciliğin sadece farklı biçimleridir.

Bu durumu, Brown ve Duguid *tünel tasarımı* adını verdikleri bir metafor ile açıklamaktadır (Dolgun, 2011, s. 224). Yazarlara göre, enformasyon teknolojilerinin arkasında yatan ipuçlarını göz ardı etmek, insanlığı yalnızca dar görüşler içerisine sıkıştıran yanılgılar dünyasına götürmekle kalmaz aynı zamanda tünel tasarımı olarak adlandırılan, sonunda herkesin mağdur olacağı yarı kör bir bakış açısına da sürükler (Brown ve Duguid, 2000, s. 2; Dolgun, 2011, s. 224). Burada tünel, etrafta olan bitenden habersiz bir şekilde sadece gideceği yöne odaklanan bir sürücü ile teknolojik gelişmeleri tek taraflı etkileri üzerinden değerlendiren bakış açısı arasında benzerlik kurmak için kullanılan bir metafordur.

İnternet de, gerek ortak, gerek benzer gerekse de tamamen farklı yaşam tarzlarına, dünya görüşüne sahip bireylerin bir araya gelebildiği alternatif bir ifade ve varlık alanıdır. Çevrimiçi dünya aslında farklılıkların aynı uzam içerisinde yan yana gelmesini kolaylaştıran bir yapıya sahip olmasına karşın, bunun hayal edildiği türden bir birliktelik olmadığı, Facebook gibi sosyal paylaşım ağlarında (Aygül, 2010), YouTube gibi video paylaşım ağlarında (Çomu, 2010), dijital oyun ortamlarında (Bayraktutan-Sütcü, 2010), medya kuruluşlarının veya taraftarların oluşturduğu sporla ilgili çevrimiçi ortamlarda (Akın, 2010) farklı biçimlerde ve giderek daha yıkıcı düzeylerde üretilen nefret söylemleri ile belirginleşmiştir. Fidaner'e (2010, s. 9) göre, nefret söyleminin günümüzdeki yayılma biçimlerini etkileyen, internet ve sosyal paylaşım ağları gibi yeni iletişim ortamlarının gündelik iletişimin dokusunda meydana getirdiği değişimdir. Geleneksel medyanın aksine, internet aracılığıyla yaratılan etkileşimli kamusal alanlar nefret söyleminin dolaşımı ve yeniden üretimi için elverişli bir ortam hazırlamıştır (2010,

s. 9). Fizik gerçeklikteki yaşam pratiklerinde söylemsel olarak hâlihazırda üretilen, geleneksel medya aracılığıyla da dolaşıma sokulan cinsiyetçi, yabancı düşmanı, ırkçı, etnik milliyetçi ve ayrımcı nefret söylemi, yeni iletişim ortamlarının özellikleri ile birlikte hem daha kolay yayılmaya hem de sıradanlaşmaya başlamıştır (Binark, 2010, s. 11). Bu sebeple, bireylerin birbirlerine karşı gösterdikleri tahammülsüzlüklerin sonucu, çevrimiçi ortamlarda bazen fizik gerçeklikte olduğundan daha şiddetli düzeyde deneyimlenebilmektedir. Birini topluluk dışına atmanın bir tıkla mümkün olması ve en önemlisi dışarıya atanlar ile atılanların yüz yüze olmaması unsurları, yeni iletişim ortamlarında nefret ve öfke kusma pratiklerini kolaylaştırmaktadır. Dolayısıyla, farklılıkların kendine ifade alanı bulması açısından daha demokratik bir ortam olarak değerlendirilebilecek internet, maalesef ötekine karşı tahammülsüzlüğün, ötekini keyfi ve nedensiz bir şekilde dışlamanın alternatif alanı hâline geldiği için demokrasiye yönelik bir tehdit şeklinde de değerlendirilebilir. Subaşı'nın (2005, s. 115) ifade ettiği üzere, kullanıcıların internette kendi seçtikleri birey ve gruplarla sosyalleşme imkânları, bir taraftan onları “küçülme ve içe dönme tehlikesi” ile karşı karşıya bırakabilmektedir. İşte Dolgun (2011, s. 227), çevrimiçi ortamlarda, kendinden farklı olana karşı gösterilen bu tahammülsüzlüğün, internet ve demokrasi arasında kurulabilecek ilişkiyi baştan zedelediğini, üstelik onları birbirinden tamamen zıt kavramlara dönüştürdüğünü vurgular. “*İnternet ve Demokrasi*” (2011) başlıklı makalesinde, demokrasi kültürünün temelinde öteki ile yüzleşerek onunla düşünsel çatışmalar içine girme ve en sonunda bir anlaşma zemini oluşturma çabalarının yattığını belirten yazar, ötekinin varlığına katlanma veya onunla ortak bir paydada buluşma çabalarının dahi söz konusu olmadığı çevrimiçi dünyada demokrasinin nasıl gelişeceği hususunun cevaplanması gereken bir soru olarak durduğunu belirtir.

Bu soru tersten de sorulabilir elbette. Fizik gerçeklikte var olan öfkenin, nefretin, eşitsizliğin veya dışlanmanın sanal gerçeklikte olmayacağını düşünmenin, yani interneti kötülükleri yok edebilecek bir sihirli değnek olarak görmenin kendisi sorunlu bir düşüncedir. Ergur'un da belirttiği gibi, nefret, kin ya da öfke duyguları, sanal gerçeklikte üretilmedikleri için, bu duyguların aktarımıyla ortaya çıkan sorunların çözümü de sanal gerçeklikte değil fizik gerçeklikte aranmalıdır.¹⁰ Binark ve Bayraktutan Sütcü'ye (2010,

¹⁰<http://www.turk-internet.com/portal/yazigoster.php?yaziid=21152> (Erişim tarihi: 04.12.2017)

s. 215) göre de, kamusal alana yansıyan siyasal, toplumsal, ekonomik ve kültürel sorunları çözme amaçlı politikalar üretmektense, interneti tüm toplumsal sorunların kaynağı olarak gösterme ve onu bir “günah keçisi” olarak etiketleme girişimleri, internetin özgür iradeyi ve katılım kültürünü geliştirme potansiyelini açığa çıkaracak politikaların geliştirilmesini engellemektedir. Bu sebeple, interneti ona erişebilenlerin duygu ve düşüncelerini ifade edilebildikleri, sosyalleşmenin yeni biçimlerini deneyimleyebildikleri veya kimliklerini stratejik olarak yeniden inşa edilebildikleri ama aynı zamanda tıpkı fizik gerçeklikte olduğu gibi, belli riskleri de içerisinde barındıran alternatif bir mecra olarak görmek gerekir.

Benzer görüş farklılıkları, aynı teknolojilerin otoriter iktidarları sarsma potansiyeliyle ilgili olarak da ortaya konulmaktadır. Örneğin, 2009 yılında İran’daki Cumhurbaşkanlığı seçimleri sonrasında gerçekleştirilen protestolar sırasında, “*Iran’s Twitter Revolution*” (Berman, 2009) ve “*The Revolution Will Be Twittered*” (Sullivan, 2009) ve “*The Net Advantage*” (Shirky, 2009) isimli başlıklarla, sosyal medya ortamlarının haberleşme ve örgütlenme amaçlı kullanımlarına işaret eden ve internetin gücünü vurgulayan heyecanlı yazılar yazılmıştır. Aynı eğilim 2011 yılı başlarında Tunus’ta başlayarak Mısır, Libya, Suriye, Yemen gibi Ortadoğu ülkelerine sıçrayan protestolar sonrasında da görülmüş, internetin bu konudaki etkisi akademik yazın içerisinde çokça tartışılır olmuştur. Bununla birlikte, yeni iletişim teknolojilerinin bu konudaki etkilerinin abartıldığını, devrimlere yol açtığını iddia edenlerin interneti kapitalist çıkarların şekillendirdiğini görmeyen bir ideolojiye yardım ettiğini¹¹ (Fuchs, 2016, s. 140), hatta kimliklerin daha denetlenebilir olmasını sağlaması yönüyle mevcut rejimleri desteklediğini (Morozov, 2009) öne süren dikkate değer karşı görüşler de vardır. Nitekim siyaset bilimci Evengy Morozov, internetin toplumları özgürleştirdiğine duyulan inanca karşın risklerine kulak tıkama durumunu *siber-ütopyacılık* olarak değerlendirmektedir. Fuchs (2016, s. 279), teknolojik belirlenimciliğin farklı biçimleri olan tekno-iyimser ve tekno-kötümser yaklaşımları temsil eden değerlendirmelere bu konuda da rastlandığını ifade eder. Örneğin *Twitter devrimi* siber-ütopyacılığı

¹¹Fuchs (Fuchs, 2016, s. 150-151), internet kullanıcılarının artı değer üreten, dolayısıyla da sermaye tarafından sömürülen emekçiler olduğunu savunur. Zira ona göre, *Google*, *Facebook*, *YouTube* veya *Twitter* gibi *ticari* sosyal medya ortamlarında geçirilen çevrimiçi zaman aslında bir artı emek zamanı, yani ödenmemiş sömürülen bir çalışma zamanına tekabül eder.

güçlendiren bir kavramken, *Twitter çetesi*¹² ise internetin tüm toplumları olumsuz etkilediğini savunan tekno-kötümserliğin yansıması olarak görülebilecek bir kavramdır.

Yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal eşitsizlikleri ortadan kaldıracığına yönelik yapılan vurgularda söz konusudur. Gerçekten de, internet başta olmak üzere diğer bütün iletişim teknolojilerine dünya üzerinde giderek daha fazla insanın ulaşıyor ve böylece enformasyonu/bilgiyi daha kolay yollarla ediniyor olduğu doğrudur. Buna karşın, Amerikalı iletişim kuramcısı Phillip J. Tichenor'un bilgi boşluğu hipotezinde bahsettiği gibi, yeni iletişim teknolojilerinin enformasyon zenginleri ve yoksulları arasındaki farkı giderek arttırdığına (Chandler ve Munday, 2018, s. 54), yeterli donanım ve eğitime sahip olmayanları dışarda bırakarak bilgi aristokrasisine yol açtığına (Dolgun, 2011, s. 222) ilişkin tartışmaların da ilgiye değer olduğu açıktır. Bugün, sıradan bir kullanıcı merak ettiği herhangi bir konuyu arama motoruna girdiği anda, o konuyla ilgili veya ilgisiz sayfalarca içeriğin sıralandığını görür. Dolayısıyla internet, Postman'ın (1994, s. 119), “yanıltıcı (yersiz, ilgisiz, parçalı veya yüzeysel) enformasyon, yani insanda bir şey hakkında bilgi sahibi olma illüzyonu yaratan, oysa aslında insanı bilgilenmekten uzaklaştıran enformasyon” şeklinde açıkladığı dezenformasyonu da fazlasıyla içerisinde barındırmaktadır. İşte, edinilen ile gerçekten ihtiyaç duyulan enformasyonu (Ergül vd., 2012, s. 126) ayırt etme; sayısız enformasyonu bilgiye dönüştürme veya içlerinden hangisinin doğru hangisinin yanlış olduğuna karar verme becerisi belirli bir düzeyde de olsa medya okuryazarı olmayı gerektirir. Benzer biçimde, internet kullanıcılarının, pornografik içerik, oyun siteleri, futbol, oyun ve moda gibi özel ve dar ilgi alanlarına yoğunlaşması hem toplumsal sorumluluk duygusundan uzaklaşma tehlikesini doğurmakta hem de popüler kültür alanının tekdüze bir biçim almasında etkili olmaktadır (Gökalp, 2007). Bu durumun oluşmasında, elbette internetin bireysel kullanıma açılmış bir teknoloji ürünü olduğu gerçeği önemli rol oynamaktadır. İnternetin kullanılma amacıyla, orada ilgi duyulan içeriklerin türünde, sık ziyaret edilen sitelerin ve kullanılan sosyal medya ortamlarının tercihinde bireyin kültürel sermayesinin de belirleyici olduğu söylenebilir. Daha açık bir ifadeyle, bireyler arasında mevcut olan interneti kullanma biçimleri arasındaki farklılıklar, hem medya okuryazarı olma, hem teknolojiye yatkın

¹²*Twitter çeteleri* veya *Blackberry çeteleri* kavramları, Ağustos 2011'de Birleşik Krallık'ta gerçekleşen isyanlardan sonra siyasetçiler ve anaakım medya tarafından, Twitter'ın şiddet gösterilerine ve isyanlara neden olduğunu anlatmak amacıyla kullanılmıştır (Fuchs, 2016, s. 278-279).

olma durumuyla açıklanabileceği gibi, bireyin “kültür sermayesinin sunduğu donanım ile de ilişkilidir (Ergur vd., 2009: 103)”. Ayrıca, hâlâ farklı ülkeler veya aynı ülke içerisindeki farklı bölgeler; cinsiyet, yaş, eğitim ve gelir grupları arasında, enformasyona ulaştıracak araçların sahipliği ve kullanımı düzeyinde ortadan kaldırılması oldukça zor duran eşitsizlikler olduğu görülmektedir. Binark (2015, s. 11), yaşadığımız dönemin, dönemin karakteristiklerine uygun yeni bir kavrayışla anlaşılmaya çalışılmadığı sürece, teknolojik belirlenimci görüşler ile teknolojik gelişmelere karşı duyulan panik arasında sıkışan politikalar üretmekten öteye gitmenin mümkün olamayacağını şöyle ifade etmektedir:

“Yeni medya ortamları dolayımı ile yeni toplumsal eko-sistemdeki varoluşumuzu ve deneyimlerimizi çeşitli ve farklı kavramsal ve kuramsal araçlarla/setlerle birlikte düşünmek ve irdelemek önemlidir. Aksi halde, özellikle siyasi aktörler ve anaakım geleneksel medya tarafından sıkça yapıldığı gibi, ya hamasi tekno-determinist politikalar üretilir ya da yeni medya ortamlarına yönelik panik söylemi. Örneğin, TÜİK’in 2004-2014 Bilgi Toplumu İstatistiklerine baktığımızda toplumda bireylerin giderek daha fazla artan oranda bilgisayar ve İnternet kullandığını görüp, “Türkiye bir enformasyon ve ağ toplumuna evriliyor”, “Her çocuğa bir tablet veriyoruz” vb. söylemler rahatlıkla üretilebilir. Oysa aynı istatistiklere bilişim ve enformasyon teknolojileri kullanımında gerek mülkiyet/sahiplik gerekse dijital beceriler konusunda toplumsal cinsiyete, toplumsal statüye, yaşanan yere ve etnik kökene göre eşitsizliklerin varolduğunu gösteren “dijital uçurum” (*digital gap*) kavramı ile bakarsak, İstanbul ve Marmara bölgesinde İnternet kullanım oranı ile aynı verinin en sonunda yer alan Güney Doğu Anadolu bölgesindeki İnternet kullanım oranı arasındaki neredeyse %20’lik bir farkın olduğunu görebiliriz. Türkiye’de toplumsal cinsiyetler arasındaki eşitsizliği bilişim ve enformasyon teknolojileri kullanımı konusunda da görmek mümkündür. (...) Kuşaklar arasında da benzer bir dijital uçurum söz konusudur. Bu eşitsizlikler yeni medya okuryazarlığının toplumun tüm bireylerini kapsamasını gerektiğini bir kez daha göstermektedir. Dijital eşitliğin tüm yurttaşlar temelinde sağlanması temel bir haktır” (Binark, 2015, s. 11).

Fuchs’a göre (2016, s. 281), hem teknolojik hem de toplumsal determinizmden kaçınmanın yolu, teknoloji ve toplum ilişkisinin diyalektik olarak kavramsallaştırılmasıyla mümkündür. Teknolojinin toplum tarafından belirlenmediğini fakat toplumsal koşulların hangi teknolojilerin ortaya çıkacağını etkilediğini söyleyen yazar, teknolojinin toplumu karmaşık bir biçimde şekillendirdiğini dolayısıyla etkilerinin de öngörülemez olduğunu savunur. Bu sebeple, yeni iletişim teknolojilerinin giderek daha fazla toplumsal kesime hitap etmeye başlaması üzerinden yayılan eşitlik ve

demokrasi söylemlerini, otoriter yönetimlerin sarsılacağı, enformasyona/bilgiye ulaşmanın kolaylaşmasıyla enformasyon zenginleri ve yoksulları arasındaki eşitsizliklerin ortadan kalkacağı, kısacası toplumsal eşitsizliklerin azalacağı yönündeki teknolojik belirlenimci görüşleri topyekün değersizleştirmeden, bu araçların olası toplumsal etkilerine; ortaya çıkmaları muhtemel olan yeni eşitsizlik biçimlerine; bireyler, bölgeler ve/veya kıtalar ölçeğindeki dijital eşitsizliklere yönelik daha gerçekçi eleştirilere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu doğrultuda, cinsiyete, yaşa, gelire, eğitime, yani toplumsal ve ekonomik statüye ilişkin farklılıkların dijital eşitsizliklerle nasıl bir ilişki içerisinde olduğu çalışmanın devam eden bölümünde daha ayrıntılı olarak açıklanmaya çalışılacaktır.

2.1.2. Birinci, ikinci ve üçüncü düzey dijital eşitsizlikler

En genel tanımıyla, bilgisayar ve internete kolay erişimi olan kişilerle bunlara erişemeyenler/sahip ol(a)mayanlar arasındaki eşitsizlik olarak ifade edilen *dijital uçurum*, çoğunlukla enformasyon zengini ve fakiri arasındaki *bilgi boşluğu*¹³ ile eş anlamlı olarak ele alınmaktadır (Chandler ve Munday, 2018, s. 93). *Dijital uçurum*, resmi bir belge içerisinde ilk olarak 1999 yılında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Ulusal Telekomünikasyon ve Enformasyon İdaresi'nin (NTIA) “Ağ’dan Düşmek” başlıklı raporunda, enformasyon teknolojilerine sahip olanlar ve olmayanlar arasındaki bölünmeye işaret etmek anlamında kullanılmıştır (Taşdemir ve Fındık, 2017, s. 42). Ancak bu raporun öncesinde, 1995 ve 1996 yıllarında, belli başlı gazete ve dergi yazarları ile siyasetçilerin *dijital bölünme* sözcük öbeğini kullandıkları bilinmektedir. Taşdemir ve Fındık’ın (2017, s. 42) belirttiği üzere, kavramın bu ilk yıllardaki kullanımı enformasyon teknolojisinin ekonomik veya toplumsal değeri üzerine farklı bakış açılarını dile getiren kesimler arasındaki ayrıma da gönderme yapmaktaydı. Bununla birlikte Campaine (2001, s. xiv), dijital bölünme kavramlaştırmasından önce de, “evrensel hizmet” kavramlaştırmasının enformasyon teknolojilerine, özellikle telefon hizmetlerine sahip olanlar ve olmayanları tanımlamak anlamında hâlihazırda kullanıldığına işaret eder. “Evrensel hizmet” teriminin de, Amerikan telekomünikasyon sektörüne 1934 İletişim Yasası (*Communications Act of 1934*) ile girdiği bilinmektedir (Kent, 2012, s. 180). Buna

¹³Enformasyon zenginleri ile yoksulları arasındaki farka işaret eden *bilgi boşluğu kavramı*, ilk olarak Amerikalı iletişim kuramcısı Phillip J. Tichenor tarafından kullanılmıştır. Tichenor’un *bilgi boşluğu* hipotezine göre, eğitim ve gelir düzeyi açısından avantajlı olanlar, yeni iletişim araçlarına daha fazla ve kolay erişebildikleri için, her bir yeni kitle iletişim aracı, enformasyon zenginleri ile yoksulları arasındaki farkı azaltmamakta aksine arttırmaktadır (Chandler ve Munday, 2018, s. 54)

karşın, yukarıda ifade edildiği gibi, resmi bir belge içerisinde kavram ilk kez NTIA'nın raporunda geçmektedir. Campaine (2001, s. xiii), kavramın NTIA tarafından başlangıçtaki kullanımlarının kişisel bilgisayar sahipliğindeki uçurumlara işaret ettiğini, daha sonra internet erişimini de kapsayacak şekilde bir anlam genişlemesine uğradığını belirtir. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD), 2001 yılında yayınladığı “Dijital Bölünmeyi Anlamak” (*Understanding Digital Divide*) adlı raporda kavramı; bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim ve çeşitli aktivitelerde interneti kullanma fırsatları ile ilgili olarak farklı sosyo-ekonomik düzeylerdeki bireyler, haneler, işletmeler ve coğrafi alanlar arasındaki fark şeklinde tanımlamaktadır. Bu raporda belirtildiği üzere, erişim uçurumunun temel göstergeleri, haberleşmeyi sağlayan altyapı hizmetlerine ek olarak, bilgisayara ulaşılabilirlik (TV veya mobil telefonlar üzerinden sağlanabilen alternatif erişim yöntemlerine ulaşılabilirlik) ve internete erişimdir. Yine aynı raporda, sorunu hane halkı düzeyinde belirleyen öncelikli iki değişkenin gelir ve eğitim seviyesi olduğu; hane halkı büyüklüğü ve türü, yaş, cinsiyet, ırk, lisan ve konum değişkenlerinin de ayrıca önemli olduğu ifade edilir (OECD, 2001, s. 5).

Dijital eşitsizliklerle ilgili alanyazın incelendiğinde, bu sorunla ilgili araştırmaların 1990'lı yıllardan günümüze değin bir dönüşüme uğradığı dolayısıyla aşama aşama sorunun farklı boyutlarına odaklanıldığı görülmektedir. Nitekim, ilk dönemlerdeki araştırmaların odak noktası erişim uçurumudur ve bu araştırmalar literatürde *birinci düzey dijital eşitsizlik* çalışmaları şeklinde anılmaktadır (Özsoy, 2020, s. 11). 2000'li yıllara kadar, dijital eşitsizliklerle ilgili akademik araştırmalarda, enformasyon teknolojilerine sahip olma ve erişme durumu ile temel sosyo-demografik değişkenler arasındaki ilişkiler sorunsallaştırılmıştır (Taşdemir ve Fındık¹⁴, 2017, s. 41). Nitekim, yukarıda ilk kullanım yerleri verilen dijital uçurum kavramı, esasında bir erişim uçurumudur. Bu nedenle, *dijital uçurum* veya *dijital bölünme* kavramları, ilk dönemki erişim araştırmalarının doğasına daha uygun düşen kavramlardır. Araştırmanın giriş bölümünde de ifade edildiği üzere, bu kavramlar, beceri eşitsizliklerini ve kullanımla elde

¹⁴Taşdemir ve Fındık'ın *Sayısal Bölünmenin Sosyo-Ekonomik Boyutu: Türkiye’de Yetişkinlerin Bilişim Teknolojileri Kullanım Becerileri ve Kültürel Sermaye İlişkisi* (2017) isimli çalışmaları hem dijital eşitsizlikler alanyazınındaki dönüşümü ayrıntılı bir şekilde ele almış olmasından hem de son dönem dijital eşitsizlik araştırmalarına bir örnek teşkil etmesinden ötürü faydalıdır. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akil/article/437452> (Erişim tarihi: 10.05.19)

edilen somut kazanımların niteliğiyle ilgili eşitsizlikleri karşılayamamaktadır. Buna karşın dijital eşitsizlikler, erişme veya erişememe karşılığı ile açıklanamayacak düzeyde karmaşıktır (Arun ve Elmas, 2020, s. 116). Bu nokta, alanyazında da çeşitli araştırmacılar (DiMaggio ve Hargittai, 2001; DiMaggio, 2004; Halford ve Savage, 2010) tarafından tartışılmış ve dijital eşitsizlikler kavramının sorunun kapsamını daha iyi yansıttığı düşünülmüştür. Dijital eşitsizlikleri, ilgili iletişim araçlarına sahip olma veya olmama ayrımı üzerinden değerlendiren araştırmaların zamanla yetersiz görülmesinin birçok nedeni vardır. Sorunun kolayca aşılabileceği yanılgısını uyandırması (Selwyn, 2004, s. 345), kullanım becerilerindeki farklılıkları göstermemesi (Hargittai, 2002), teknoloji kullanımının toplumsal sonuçları hakkında bilgi vermemesi, teknolojinin içinde geliştiği toplumsal bağlamı göz ardı eden teknolojik belirlenimci bir bakışla sınırlanmış değerlendirmelere yol açması (Jung vd., 2001, s. 509); teknolojinin ucuzlaması ve yaygınlaşmasıyla araçlara erişimin artması (Özsoy, 2020, s. 11) bu ikili ayrıma dayandırılan dijital eşitsizlik tartışmalarını eksik bırakan yanlardan bazılarıdır. Ayrıca, araçlara eşit olarak erişmenin onların sunduğu imkânlardan eşit olarak fayda sağlanması anlamına gelmediğinin farkedilmesi, araştırmaların odağının erişim uçurumundan kullanım uçurumuna doğru kaymasının önemli bir nedenidir (Özsoy, 2020, s. 11). Böylece, özellikle gelişmiş ülkelerde, enformasyon teknolojilerine sahip olma ve erişme anlamındaki uçurumların da nispeten kapanması, dijital eşitsizliklerin daha farklı boyutlarına, örneğin ilgili teknolojileri *kullanma becerilerine* odaklanma ihtiyacını doğurmuştur. Yeni iletişim teknolojilerini kullanmak için gerek duyulan becerilerin yarattığı bu düzeydeki dijital eşitsizlik, alanyazında “ikinci düzey dijital bölünme” (*second-level digital divide*) (Hargittai, 2002) şeklinde ifade edilmiştir. İkinci düzey dijital eşitsizlik araştırmalarında ilgi artık “kim/kimler kullanıyor” sorusu üzerinde değil, daha çok “nasıl kullanıyor” sorusu üzerindedir. “Nasıl kullanıyor” sorusu ise öncelikle dijital becerilerle ilgili olduğundan, ikinci düzey dijital eşitsizlik araştırmaları beceri uçurumunu ve kullanım farklılıklarını temel alır (Özsoy, 2020, s. 11). İlerleyen zamanlarda ise, sahiplik, erişme ve kullanma becerilerinin yanı sıra, bireylerin çevrimiçi pratiklerini belirleyen unsurlar olarak *sosyo-ekonomik statülerinin* ve *kültürel sermaye düzeylerinin* önemini vurgulayan, aynı zamanda interneti kullanmakla bireylerin fizik gerçeklikteki yaşamlarının olumlu anlamda nasıl dönüştüğünü, somut kazanımlarının neler olduğunu ortaya koymaya çalışan ve alanyazında “üçüncü düzey dijital bölünme” (*third-level digital divide*) (van Deursen ve Helsper, 2015) şeklinde ifade edilen

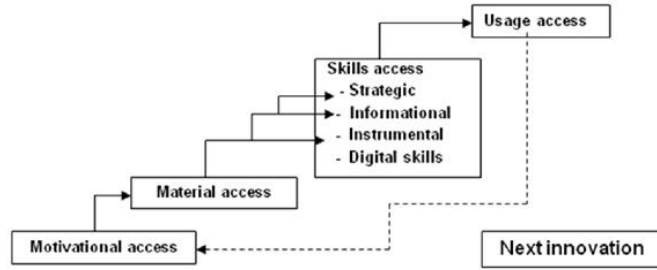
araştırmaların önemi de giderek artmaya başlamıştır. Dolayısıyla, *üçüncü düzey dijital eşitsizlik*, kullanımla sağlanan somut faydaların neler olduğu meselesiyle ilgilidir (Özsoy, 2020, s. 11). Üçüncü düzey dijital eşitsizliklere odaklanan çalışmalarda, özellikle Pierre Bourdieu'nün ve Max Weber'in kuram ve kavramlarına gönderme yapılmıştır. Pierre Bourdieu'nün habitus ve kültürel sermaye kavramlarına gönderme yapan veya araştırmalarının teorik arka planlarını bu kavramlar üzerine inşa eden çalışmalar (Selwyn, 2004; North vd., 2008; Zillien ve Hargittai, 2009; Gencel Bek ve Aygün, 2014; van Deursen vd., 2017; Taşdemir ve Fındık, 2017) ile Max Weber'in sınıf ve statü kavramlarına işaret ederek internet kullanımındaki farklılıkları, sınıfsal konum ve toplumsal statü ile ilişkilendiren çalışmalar (Witte ve Mannon, 2010; Ragnedda ve Muschert 2015) mevcuttur. Hofer ve arkadaşlarının (2019), yaşlıların yaşam memnuniyeti ve çevrimiçi bilgi arama pratikleri arasındaki ilişkiyi inceledikleri 2019 tarihli araştırması ise, internet kullanımının çevrimdışı yaşantıya katkılarını ortaya koyma kaygısındaki çalışmalara örnek niteliğindedir.

Massimo Ragnedda'nın "dijital sermaye" (*digital capital*) kavramsallaştırması üçüncü düzey dijital eşitsizliklerle ilişkilidir ve eşitsizliklerin bu boyutunun anlaşılması noktasında önemlidir. Ragnedda (2018), dijital sermayeyi tanımlarken doğrudan Bourdieu'nün kavram setine gönderme yapar. Dijital sermaye; tarihsel olarak biriktirilebilen ve bir alandan diğerine aktarılabilen/dönüştürülebilen (*transferred*) hem "içselleştirilmiş bir yetenek ve yatkınlıklar kümesi"ni (*digital competencies*) hem de "dışsallaştırılmış/maddileştirilmiş (*externalized*) kaynaklar"ı (*digital technology*) kapsar. Daha açık bir ifadeyle, dijital sermaye, dijital yetkinlikler (içerik üretme, problem çözme vb.) ile dijital teknolojilerin bir toplamıdır. Bireyin internet deneyiminin niteliği, yani dijital eşitsizliğin ikinci düzeyi, onun sahip olduğu dijital sermaye düzeyinden etkilenir. Diğer bütün sermaye türlerinde olduğu gibi, sürekli birikmesi ve aktarılması toplumsal eşitsizlikleri de sürdürme eğilimindedir. Ragnedda'ya göre, internet deneyiminin niteliği, diğer sermaye biçimlerine (ekonomik, sosyal, kültürel, kişisel, politik) dönüştürülebilir olması sebebiyle dijital eşitsizliklerin üçüncü düzeyini de etkiler (Ragnedda, 2018, s. 2367). Ragnedda, Weber'in (1998) "yaşam olanakları" şeklindeki ifadesine de gönderme yaparak, dijital sermayenin, çevrimiçi ve çevrimdışı yaşam fırsatları arasında bir köprü kurduğunu belirtir. Dolayısıyla, dijital sermaye yalnızca diğer sermaye türlerinin (sosyal, politik, ekonomik, kişisel, kültürel) dijital gerçeklikte verimli bir şekilde kullanılmasına izin vermekle kalmaz, aynı zamanda onları büyütüp geliştirerek çevrimdışı alana taşır.

Kullanıcıların internet kullanımıyla elde ettikleri faydalar, hem mevcut sermayelerine hem de mevcut sermayelerinin dijital sermayeleriyle etkileşimine dayanır. Dijital sermaye, beş sermaye tipi (sosyal, politik, ekonomik, kişisel, kültürel) tarafından şekillendirilen çevrimdışı etkinlikleri çevrimiçi etkinliklere (çevrimiçinde harcanan zaman, bulunan enformasyon ve bilgi, elde edilen kaynak ve beceriler, yürütülen faaliyet türleri vb.) dönüştürür. Çevrimiçi etkinlikler de, daha iyi ve yüksek maaşlı bir iş, daha geniş bir sosyal ağ gibi dışarıdan gözlemlenebilir sosyal kaynaklara dönüştürülür (Ragnedda, 2018, s. 2367).

van Dijk, dijital eşitsizliklerin karmaşıklığını, yeni iletişim teknolojilerine erişimin birbirini izleyen ve birbiriyle ilişkili dört farklı türünü ortaya koyarak açıklamaya çalışmıştır. Bunlar motivasyonel erişim (*motivational access*), fiziksel erişim (*material or physical access*), beceri erişimi (*skills access*) ve kullanım erişimidir (*usage access*). van Dijk'ın bu sınıflandırması hem sorunun çok boyutluluğunu göstermesi hem de bu çalışmanın odaklandığı geniş aralıktaki yaş grupları için önemli olan bir erişim tipi olarak, *motivasyonel erişim*den bahsetmesi açısından önemlidir. van Dijk'a göre, yetersiz düzeyde sağlanan veya hiç sağlanamayan her bir erişim tipi farklı boyutlarda dijital eşitsizliklere neden olur. Bilgisayarlara ve internete erişimin olmaması *fiziksel erişimin* sağlanamadığı anlamına gelir. Araçların kullanıcı dostu olmaması ve/veya bireyin eğitim düzeyinin düşüklüğü ise *beceri erişiminin* sağlanmasını engeller. Van Dijk beceri erişimini de kendi içerisinde üçe ayırır. Bunlar *operasyonel*, *enformasyonel* ve *stratejik dijital becerilerdir*. *Operasyonel beceriler*; bilgisayarı ve ağ donanım ve yazılımlarını çalıştırmak için kullanılan becerilerdir. *Enformasyonel beceriler*; bilgisayar ve internette enformasyon aramak, seçmek ve enformasyonu işlemek için gerekli becerilerdir. *Stratejik beceriler* ise, bireyin bütün bu kaynakları toplum içindeki konumunu (iş gücü piyasası, eğitim, sosyal ilişkiler vb.) iyileştirecek özel ve genel amaçlar için kullanabilme kapasitesidir (van Dijk, 2005, s. 73-74). *Kullanım erişimi* ise bilgisayar ve interneti kullanma fırsatlarıyla veya sosyo-demografik özelliklere göre farklılaşan çevrimiçi pratiklerle ilgili bir durumdur (van Dijk ve Hacker, 2000, s. 1; van Dijk, 2005, s. 20-21). Sözelimi, yeni iletişim teknolojilerine fiziksel erişimin sağlanması, onları kullanmak için gerekli motivasyona ve becerilere sahip olunması durumunda bile bireyler bu araçları kullanmayı tercih etmeyebilirler; yaptıkları iş bunu gerektirmeyebilir veya evde, okulda, iş ortamında söz konusu araçları başkalarıyla paylaşmak durumunda oldukları için kullanım süreleri azalabilir. Yine eğitim düzeyi de kullanım pratiklerini, tercih edilen

internet sitelerini ve kullanım süresini farklılaştırabilir (van Dijk ve Hacker, 2000, s. 1; van Dijk, 2005, s. 20-21, 107, 111; van Dijk, 2012, s. 202). van Dijk tarafından ayrı bir önem verilen erişim tipinin ise *motivasyonel erişim* olduğu düşünülmektedir. van Dijk’a göre (2012, s. 197), yeni teknolojileri kullanma süreci öncelikle motivasyonla başlar. Yeni teknolojilere yeterli düzeyde ilgi duymama ve bilgisayar korkusu gibi nedenler motivasyonel erişimi engelleyebilir (van Dijk ve Hacker, 2000, s. 1). van Dijk ve Hacker’a (2000, s. 2) göre, motivasyonel erişim çoğunlukla ya inkâr edilir ya da yalnızca yaşlıları, ev kadınlarını, eğitimsizleri ve işsizleri etkileyen gelip geçici bir olgu olarak görülür. Motivasyonel erişim; korku, ilgisizlik, öğrenmeyi reddetmek veya istememek gibi nedenlerle birey ve yeni iletişim teknolojileri arasında örülmüş görünmez ama güçlü bir duvar olarak düşünülebilir.



Şekil 2.1. Dijital teknolojilere erişim türlerinin birikimsel ve tekrarlanan ardışık bir modeli (A cumulative and recursive model of successive kinds of access to digital technologies) (van Dijk, 2005, s. 22)

İnternet penetrasyonunun artması da, dijital eşitsizliklerin farklı boyutlarına odaklanma ihtiyacının önemli bir nedenidir. Kıtalar bazında nüfusa oranla internet kullanımının verildiği aşağıdaki tabloya (Tablo 2.1) bakıldığında dijital eşitsizlik meselesinin farklı boyutlarıyla ele alınmasının neden gerekli olduğu daha iyi anlaşılmaktadır:

Tablo 2.1. 2020 yılı dünyada kıtalar/bölgeler bazında nüfusa oranla internet kullanımı⁽¹⁵⁾

	%
Kuzey Amerika	94,6
Avrupa	87,2
Orta Doğu	70,2
Latin Amerika	68,9
Avustralya/Okyanusya	67,7
Asya	55,1
Afrika	39,3
Dünya Ortalaması	59,6

¹⁵<https://www.internetworldstats.com/stats.htm> (Erişim tarihi: 18.06.2020).

Tablo 2.1’de görüldüğü üzere, Kuzey Amerika ve Avrupa kıtalarındaki internet kullanım oranları¹⁶ sırasıyla %94,6 ve %87,2 iken Asya ve Afrika kıtaları için bu oranlar sırasıyla %55,1 ve %39,3’dür. Kuzey Amerika ve Avrupa’daki internet penetrasyonu oranları arasındaki farkın, bir önceki yıl ile kıyaslandığında açıldığı dikkat çekmektedir. Nitekim, 2019 yılı nüfusa oranla internet kullanım oranlarının Kuzey Amerika için %89,4, Avrupa içinse %87,7 olduğu bilinmekteydi.¹⁷ Bu oranlar, Kuzey Amerika’da bir önceki yıla göre %5,2’lik bir artış olduğu anlamına gelmektedir. Diğer kıtalardaki oranlar ise, son bir yıl içerisinde, azalma ya da artma yönünde küçük dalgalanmalar göstermiştir. Yukarıdaki tabloda asıl vurgulanması gereken, Kuzey Amerika ve Avrupa’daki internet penetrasyonu oranları ile diğer kıtalar arasındaki farkın hâlâ çok fazla olmasıdır. Nitekim, Asya (%55,1) ve Afrika (%39,3) kıtalarındaki internet penetrasyonu dünya ortalamasının (%59,6) altındadır. Bu durum, ne yazık ki hiç değişmemektedir.

Tablo 2.2. 2020 yılında internette en çok kullanılan ilk 10 dil⁽¹⁸⁾

	%
İngilizce	25,9
Çince	19,4
İspanyolca	7,9
Arapça	5,2
Portekizce	3,7
Endonezce/Malayca	4,3
Fransızca	3,3
Japonca	2,6
Rusca	2,5
Almanca	2
İlk 10 Dil	76,9
Diğer Diller	23,1
Dünya Toplamı	100

Dijital eşitsizliklere neden olan unsurlardan biri de *dildir*. 31 Ocak 2020’de güncellenen son verilere göre, internette en çok kullanılan ilk 10 dilin sıralaması yukarıdaki tabloda (Tablo 2.2) gösterildiği gibidir. Örneğin, İngilizce konuşan internet kullanıcılarının, tüm internet kullanıcılarına oranı %25,9’dur. Tüm sıralama, bu oranlamaya göre yapılmıştır.¹⁹ Buna göre, internette en çok kullanılan ilk 10 dil sırasıyla İngilizce (%25,9), Çince (%19,4), İspanyolca (%7,9), Arapça (%5,2), Portekizce (%3,7),

¹⁶Bu oranlar internet penetrasyonunu, yani interneti kullanan nüfusun genel nüfusa oranını yansıtmaktadır.

¹⁷<https://www.internetworldstats.com/stats.htm> (Erişim tarihi: 6.12.2019).

¹⁸<https://www.internetworldstats.com/stats7.htm> (Erişim tarihi: 30.06.2020).

¹⁹İki veya daha çok dil konuşan bireylerin de tek bir dil konuştuğu kabul edilmiştir. İnternet penetrasyonu hesaplamalarında bebekler ve okuryazar olmayanlar için bir düzenleme yapılmamıştır <https://www.internetworldstats.com/stats7.htm> (Erişim tarihi: 30.06.2020).

Endonezce/Malayca (%4,3), Fransızca (%3,3), Japonca (%2,6), Rusca (%2,5) ve Almanca'dır (%2). Bu ilk on dilin toplam oranı %76,9 iken, internette kullanılan diğer dillerin toplam oranı ise sadece %23,1'dir. İnterneti kullanma, ondan yararlanma ve orada bilgi üretme becerilerinin dil ile olan doğrudan ilişkisi, özellikle gelişmekte olan ülkeler için bir dezavantaj olarak görülmekte, bir bölünme nedeni olarak değerlendirilmektedir (Ersöz ve Meral, 2016, s. 243).

Christian Fuchs, özellikle Afrika ülkelerindeki internet kullanım oranlarına işaret ederek, dünyadaki belli grup ve bölgelerin internet ve onun sağlayabileceği olası faydalardan düzenli olarak dışlanması anlamında dijital 'apartheid' (*digital apartheid*) kavramını kullanır (2008, s. 218). Yazar dijital 'apartheid' ifadesiyle, Güney Afrika Cumhuriyeti'nde 1948-1994 yılları arasında süren renk ve ırk temelli rejime gönderme yapmaktadır. Böylece, bu ayrımcı rejim ve internet kullanım oranı dünya ortalamasının altında olan Afrika ülkelerinin mevcut durumu arasında benzerlik kurmaktadır. Fuchs'a göre, günümüz dünyasının gerçek anlamda bir "küresel köy" (*global village*) veya "elektronik agora" (*digital agora*)²⁰ olarak anılabilmesi için, internete erişimin ve internet kullanımının her ülkede sağlandığından emin olunması gerekir. Bugünkü hâliyle, toplumdaki mevcut eşitsizliklerin yansıdığı bir alan olmaktan öteye gidemeyen internet, katılımcılığı sağlayamaması ve kapsayıcı olmaması açısından demokratik özellikler göstermemektedir.

Kuzey Amerika ve Avrupa kıtaları içinse sahiplik ve erişim konularının eşitsizlik yaratan sorunlar olmaktan çıktığı düşünülse bile bu konuların hem dünyanın geri kalanı için bir ayırım noktası olmaya devam ettiği hem de Kuzey Amerika ve Avrupa'da farklı gruplar arasında hâlâ erişim ve becerilere ilişkin eşitsizliklerin mevcut olduğu ifade edilebilir. Pew Araştırma Merkezi'nin (*Pew Research Center*) araştırmasına göre, ABD'deki yetişkinlerin %10'u internet kullanıcısı değildir. İnternet kullanımı yaş, eğitim

²⁰Bilindiği üzere, agora sözcüğü Antik Yunan'da pazaryeri anlamına gelmektedir. Howard Rheingold, vatandaşların tanışmak, birbirlerini anlamaya çalışmak, politik düşüncelerdeki zayıf noktaları bulmak ve tartışmak için bir araya geldikleri yerler olmalarından ötürü, gerçek demokrasinin yaşadığı yerler olarak Atina'daki agoraların (Rheingold, 2000, s. 376) bir pazaryerinden daha fazlası olduğunu söyler (Rheingold, 2000, s. 50). İşte, Rheingold elektronik agora göndermesiyle, ağlar üzerinden kurulan iletişimle yurttaş temelli bir demokrasi anlayışının yerleşebileceği düşüncesini yan yana koyar (Rheingold 1993'den aktaran Başlar, 2018, s. 33). Bununla birlikte, Rheingold (2000, s. 376), "Atina demokrasisinin zenginliğinin kölelerin sırtına dayandığını söylemeliydim" diyerek daha sonra yazdığı metinde kendine dönük bir eleştiri de getirmiştir.

durumu, hanegeli ve yaşanıan yerin kır veya kent olması gibi bir dizi değişkenle de bağlantılıdır. Örneğin, 2018 yılından bu yana 65 ve üzeri yaşta internet kullanmayanların oranı %7 azalmış olsa da, bu yaşlardakilerin %27'si hâlâ internet kullanmamaktadır. Yine hane geliri ve eğitim düzeyi de, internet kullanmama olasılığını yükselten göstergelerdir. 2000 yılından bu yana lise diploması olmayanlarda internet kullanmayanların oranı %52 azalmış olsa da, bu grubun %29'u hâlâ internet kullanmamaktadır. Pew Araştırma Merkezi'nin 2013'te yaptığı bir araştırmanın sonuçları da, ABD'de internet kullanmama nedenleri ile ilgili şu sonuçlara ulaşmıştır: İnternet kullanmayanların %34'ü bunun nedeni olarak internete olan ilgisizliklerini veya bu teknolojinin kendi yaşamlarıyla bir ilgisi olmadığını düşünmektedir. %32'si ise internet kullanımını zor bulduğunu, zor bulanların bir kısmı (%8) ise internet kullanmayı öğrenemeyecek kadar yaşlı olduğunu söylemiştir. Aynı zamanda, bazı yetişkinler (%19) maddi olanakları da bir neden olarak göstermiştir (Pew Araştırma Merkezi, 2019a). Pew Araştırma Merkezi'nin Mayıs 2019'da yayınladığı farklı bir araştırmanın sonuçlarında ise, *World Wide Web*'in sahneye çıktığı günden bugüne, internet kullanımının, geniřbant²¹ internet hizmetinden faydalananların ve akıllı telefon sahipliğinin, ekonomik anlamda daha az iyi durumda olanları da kapsayacak şekilde arttığı yani erişim uçurumunun biręok açıdan daraldığı, buna karşın düşük ve yüksek gelirli Amerikalıların dijital yaşamları arasında hâlâ önemli farklılıklar olduğu belirtilmektedir. Bu araştırmaya göre, yıllık geliri 30.000 doların altında olan hanelerdeki yetişkinlerin %29'u akıllı cep telefonu sahibi değildir ve %44'ü evinde geniş bant internet hizmetlerinden faydalanamamaktadır. %46'sı da masaüstü veya dizüstü, yarısından fazlası (%64) ise tablet bilgisayar sahibi değildir. Buna karşın, yıllık geliri 100.000 dolar ve üzerinde olan hanelerdeki yetişkinlerin ęok büyük çoğunluğu söz konusu araçlara sahiptir. Ayrıca, internete bağlanma imkânı sunan bu araçların hepsine aynı anda sahip olanların oranı, yıllık geliri 100.000 dolar ve üzerinde olan hanelerde yaşayan yetişkinlerde %64 iken, yıllık geliri 30.000 doların altında olan hanelerde yaşayan yetişkinlerde ise %18'dir (Pew Araştırma Merkezi, 2019b). Aynı araştırmanın devamında, yıllık geliri 30.000 doların altında olan hanelerdeki yetişkinlerin %26'sının internete bağlanabilmek için akıllı telefonlara muhtaç olduğu, yani bir akıllı telefona sahip oldukları fakat evde genişbant internet hizmeti alamadıkları belirtilmiştir. Oysa bu

²¹Geniřbant kavramı, elektronik ortamdaki verilerin hızlı bir şekilde iletirme kapasitesine karşılık olarak kullanılmaktadır. Genişbant internet hizmetlerinde, CD kalitesindeki ses tabanlı uygulamaların, hareketli görüntülerin ve büyük miktardaki bilgilerin iletimi mümkün olabilmektedir (Cantekinler vd., 2008, s. 1).

oran, yıllık geliri 100.000 dolar ve üzerinde olan hanelerdeki yetişkinler de sadece %5'tir. Rapora göre bu durum, daha büyük ekranlarda gerçekleştirilebilecek çevrimiçi pratiklerin, düşük gelir gruplarında yer alan bireyler tarafından akıllı telefonlar üzerinden gerçekleştirilmesi olasılığını arttırmaktadır. Söz gelimi, merkezin 2015 yılında yayınladığı rapora göre, akıllı telefon kullanıcılarından düşük gelirli olanların, mobil cihazlarını iş ararken veya iş başvurusunda bulunurken kullanma olasılıkları daha fazladır. Ayrıca raporda, çevrimiçi eşitsizliğin “ev ödevi boşluğu” (*homework gap*)²² olarak adlandırılan olguda da görüldüğü belirtilmektedir. Rapora göre, okul çağındaki çocukları olan düşük gelirli hanelerin %35'i evde geniş bant internet hizmetinden faydalanamamaktadır (Pew Araştırma Merkezi, 2019b). Avrupa Parlamentosu'nun yayınladığı rapora göre de, Avrupa Birliği'ne (AB) üye ülkelerdeki düzenli internet kullanıcılarının sayısı, 2014 yılında AB nüfusunun %75'ine karşılık gelmekteydi. Kullanıcı olmayanların çoğunluğunu ise yaşlılar ile engelliler oluşturmaktaydı. Düşük eğitimliler (%52) ile yaşlıların (%50) yalnızca yarısı düzenli internet kullanıcısıydı. Dijital becerilere sahip olmayanların %69'undan fazlası ise 55 yaşın üzerindeydi. Yine aynı raporda, söz konusu eşitsizliklerin hem AB üyesi ülkeler arasında hem de ülkelerin kendi içinde mevcut olduğu söylenmekteydi (Negreiro, 2015, s. 1-4). İşte bu farklılıklar, dijital eşitsizlikleri tüm boyutlarıyla değerlendirme gerekliliğini açıkça ortaya koymaktadır. Bu oranlar, yeni iletişim araç ve ortamlarının çeşitlenmesiyle birlikte dijital eşitsizliklere de farklı boyutlar eklendiğini göstermektedir. Nitekim, akıllı telefonlarla internet erişiminin sağlanması interneti daha fazla kişi için erişilebilir kılmış olsa bile, genişbant internet hizmetine sahip olmamak da bir dijital eşitsizlik meselesidir.

1990'lı yıllardaki ilk kullanımlarında, bilgisayar ve internete, daha genel anlamda yeni iletişim teknolojilerine erişimle ilgili eşitsizliklere işaret etmek için kullanılan dijital uçurum veya dijital bölünme kavramlarının, erişim ve sahiplik konularının görece ayrım noktası olmaktan çıkmaya başlamasıyla da birlikte, zamanla uğradığı anlam genişlemesinden yukarıda ayrıntılı olarak bahsedildi. Daha önce de ifade edildiği gibi, internet penetrasyonu, zengin ve gelişmiş ülkelerde daha hızlı artmaya başlamış, dolayısıyla sahiplik ve erişim konuları özellikle bu ülkeler için bir bölünme nedeni olmaktan çıkmaya başlamıştır. Bununla birlikte, internet penetrasyonunun en yüksek olduğu Kuzey Amerika ve Avrupa'da dahi, yaş, eğitim düzeyi, hane geliri, kırsal veya

²²Söz konusu kavram, evlerinde yüksek hızlı internet bağlantısına sahip olan okul çağı çocukları ile bu imkâna sahip olmayan çocuklar arasındaki boşluğu anlatmak için kullanılmaktadır.

kentsel özellikler taşıyan yerlerde yaşama durumu gibi bir dizi değişken dijital eşitsizliklere yol açmaya devam etmektedir (Negreiro, 2015, s. 1-4). Dolayısıyla, erişim uçurumu araştırmalarının bir ihtiyaca cevap olarak geçirdiği dönüşüm, erişim ve sahiplik konularının artık tümüyle dijital eşitsizliklerin bir parçası olmadığı veya araçlara erişimin kendi başına önemsiz olduğu yanılgısını elbette uyandırmamalıdır. Örneğin, Ergur ve arkadaşları (Ergur vd., 2009, s. 102-103), İstanbul'un kentsel çevre bölgelerinde yaptıkları araştırmada, bu bölgelerde yaşayan gençlerin, ne türden bir baskılayıcılığa sahip çevre koşullarında bulundukları fark etmeksizin, teknolojiye erişebildikleri andan itibaren, onları kısıtlayan görece küçük toplumsallaşma çevresinin çok dışına kendilerini taşıyabildiklerini bulgulamışlardır. Benzer şekilde, Ergül ve arkadaşlarına göre de (2012, s. 132), egemen cinsiyet rejiminin evle/özel alanla sınırlandırdığı yoksul hanelerdeki anneler için internet, yoğun ve düzenli kullanılmıyor olsa bile, kadının kamusal alana adım atmasına yarayan bir 'pencere' veya 'arka kapı' işlevi görebilmektedir. Bu anlamda, teknolojiye erişme olanakları ile teknolojinin kendisinin erişim uçurumunun aşılmasını sağlayan bir köprü vazifesi gördüğü açıktır. Buna karşın, alanyazındaki dönüşüm ihtiyacının işaret ettiği en önemli nokta, yeni iletişim araçlarının ona sahip olan herkesçe -toplumun yoksul, eğitim düzeyi düşük, yaşlı ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğine maruz kalan kesimleri tarafından- gündelik yaşama aynı tarzda, aynı örüntülerle dâhil edilip edilmediğidir. Bu, önemli ve yanıtlanması gereken bir soru olarak durmaktadır. Aslında erişim ve sahiplik konularını önemsizleştirmeden, dijital eşitsizlikleri bir bütün olarak ele alabilmek, meseleyi, doğduğu coğrafya, kültür, bireylerin sosyo-ekonomik statüleri, sosyal ve kültürel farklılıkları temelinde değerlendirmek daha önemlidir.

Kuzey Amerika ve Avrupa'da internet penetrasyonu yüksek olmasına karşın, yaşlı nüfusun internet kullanımında ve dijital becerilerde geride olduğunu gösteren araştırmaların sonuçlarına yukarıda değinilmişti. TÜİK sonuçları, ülkemizde de bilgisayar ve internet kullanımının yaşa göre ciddi oranlarda farklılaştığını göstermektedir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yapılan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırmaları, hanelerde bilişim teknolojilerinin bulunma oranlarını; internete erişim oranlarını; bilgisayar ve internet kullanımının ve amacının cinsiyet, yaş, eğitim ve işgücü durumu gibi temel sosyo-demografik değişkenlere göre nasıl farklılaştığını ortaya koyan araştırmalar yapmaktadır. Sonuçlar, yıldan yıla, belirli sosyo-demografik değişkenler açısından sahiplik, erişim, kullanım sıklığı ve amaçlarına

ilişkin önemli bilgiler sunsa da, dijital eşitsizliklerin yukarıda ifade edildiği türden daha derin boyutları hakkında, ikinci ve üçüncü düzey eşitsizlikler hakkında bilgi vermekten uzaktır.

TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması sonuçları, bilgisayar kullanma oranının yaş arttıkça azaldığını, her yaş grubunda da kadın ve erkekler arasında kadınların aleyhine olan bir fark olduğunu göstermektedir. Örneğin TÜİK'in araştırmasına göre, 2018²³ yılında bilgisayar kullanımının en yoğun olduğu yaş grubu %68,2 ile 16-24'tür. 25-34 yaş grubunda bu oran %61,7'ye; 35-44 yaş grubunda %48,1'e; 45-54 yaş grubunda %32,6'ya; 55-64 yaş grubunda %19,7'ye ve 65-74 yaş grubunda ise %8,5'e düşmektedir. Bir diğer deyişle, yaş yükseldikçe bilgisayar kullanımı azalmaktadır. Bilgisayar kullanımının en yoğun olduğu 16-24 yaş grubunda dahi bilgisayar kullanan erkeklerin (%75,1) oranı, kadınların (%61) oranından fazladır (TÜİK, 2018). TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması sonuçları, tıpkı bilgisayar kullanma oranlarında olduğu gibi internet kullanma oranlarının da yaş arttıkça azaldığını, yine her yaş grubundaki kadın ve erkekler arasında, kadınların aleyhine olan bir fark olduğunu göstermektedir. TÜİK'in araştırmasına göre, 2019 yılında internet kullanımının²⁴ en yoğun olduğu yaş grupları %91,7 ile 25-34 ve %90,8 ile 16-24'tür. Bu oranlar 35-44 yaş grubunda %85,9'a; 45-54 yaş grubunda %68,5'e; 55-64 yaş grubunda %42,6'ya ve 65-74 yaş grubunda ise %19,8'e düşmektedir. Bir diğer deyişle, yaş yükseldikçe internet kullanımı azalmaktadır (TÜİK, 2019).

Binark ve Gencel Bek (2010), toplumsal cinsiyete dayalı dijital eşitsizliklerin, teknolojik araçların üretim süreçlerinden itibaren işlemeye başladığını ifade ederler. Teknolojileri sadece mühendislik uygulamaları olarak görmenin doğru olmadığını; onları ekonomik, siyasal, askeri ve toplumsal kararların ve güç ilişkilerinin ürünü olarak görmenin daha doğru olacağını belirten yazarlara göre, teknolojik araçlar üretilirken hedeflenen ideal kullanıcılar, bu sayılan alanlardaki karar ve güç ilişkilerinin ürünüdürler. Kullanımına yüksek prestij atfedilen araçların ideal kullanıcılarının erkekler olarak düşünülmesi ve yeni iletişim teknolojilerinin erkeklerin ilgi ve yetenek alanı olarak

²³2019 yılındaki bilgisayar kullanım oranlarını ait bilgi olmadığı için, 2018 yılındaki bilgisayar kullanım oranlarına ait bilgiler verilmiştir. Bu oranlar 2018 yılının Ocak, Şubat ve Mart aylarına aittir.

²⁴Bu kullanım oranları 2018 yılının Ocak, Şubat ve Mart aylarına aittir. TÜİK son üç aydaki kullanımı esas almıştır.

görülmesi, toplumsal yaşamda var olan cinsiyet eşitsizliklerinin iletişim araçlarının kullanımı sürecinde yeniden üretilmesi ve pekiştirilmesine sebep olmaktadır. Benzer eşitsizlik, yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu iş imkânlarına erişim noktasında da kendini gösterebilmektedir. Kariyer yönelimli ve asgari düzeyde de olsa teknoloji bilgisi gerektiren iş olanaklarının elde edilmesi noktasında, erkekler kadınlardan bir adım önde bulunmaktadır (Binark ve Gencel Bek, 2010, s. 204-205).

Ülkemizde orta yaş ve üzerindeki bireylerin yeni iletişim teknolojileriyle olan ilişkisini ortaya koymaya çalışan kimi teorik düzeyde kimi saha araştırmalarına dayalı akademik çalışmalar mevcuttur. Yıldırım Becerikli'nin (2013), ileri yaş grubunun yeni iletişim teknolojileriyle kurdukları ilişki biçimlerini ve yeni iletişim teknolojilerini kullanma pratiklerini 49-74 yaşları arasındaki 30 kişiyle gerçekleştirdikleri derinlemesine mülakat sonuçlarına göre tanımlamaya çalıştığı araştırmada, 49-74 yaş arasındaki bireylerin interneti özellikle uzakta olan yakınlarıyla görüşebilmek amacıyla kullandıkları; en sık tercih ettikleri sosyal medya ortamının da Facebook olduğu ortaya konulmuştur. Becerikli ve Kılıç'ın (2014), yaşlıların teknolojiyle –ağırlıklı olarak iletişim teknolojileriyle- bağlarını sorgulayan araştırmaları derledikleri teorik çalışmaları ile Tekedere ve Arpacı'nın (2016), Ankara'da bulunan huzurevlerindeki ve Türkiye Emekliler Derneği üyesi 106 orta yaş ve üzerindeki bireyin internet ve sosyal medyaya yönelik görüşlerini inceledikleri anket araştırması da yine bu tür araştırmalardandır. Bir diğer araştırma ise, Şentürk'ün (2017), 60 yaş üstü bireylerin Facebook kullanma motivasyonlarını anlamak amacıyla, İstanbul Silivri Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği ve Silivri Öğretmenevi üyesi 10 kişi ile yaptığı odak grup çalışmasıdır. Bu araştırma sonucunda, 60 yaş üstü bireylerin, kendilerince en bilinen sosyal medya uygulaması olduğu için Facebook'u tercih ettikleri, Facebook'ta daha çok toplumsal içerikli paylaşımlar yapmaktan hoşlandıkları ve Facebook'u mevcut arkadaşlarıyla iletişim kurmak, onlarla bağlarını koparmamak amacıyla kullandıkları anlaşılmıştır. Görgün-Baran ve arkadaşları (2017) ise, TÜİK'in Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım araştırması veri setini birincil analize tabi tutarak, 60-74 yaş aralığındaki bireylerin yeni iletişim teknolojileriyle ilişkilerini inceledikleri çalışmalarında, bu yaşlardaki bireylerin bilgisayar ve internet kullanımına hâkim oldukları, buna karşın bilgisayar kullanma oranlarının internet kullanım oranlarına göre düşük olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu yaş grubu, bilişim teknolojilerini kullanma konusunda, dosya aktarma, mobil uygulama

yükleme veya dosya kopyalama gibi temel düzey beceri gerektiren pratikler hakkında bilgi sahibidirler. Yaşlılar arasında akıllı telefon kullanımı da yüksektir. Buna karşın çalışmada, bu sonuçların dijital eşitsizliğin belirlenmesinde yaş faktörünün önemli olduğu gerçeğini değiştirmedeği çünkü kullanım sıklığı ve becerilerinin gençlerle kıyaslandığında düşük olduğu ve yaş arttıkça da azaldığı vurgulanmaktadır. Bir diğer önemli sonuç ise, sosyo-demografik değişkenlerden özellikle eğitimin bilgisayar ve internet kullanım sıklıkları ve amaçları üzerinde önemli etkisi olduğudur. Örneğin, eğlence amaçlı internet kullanımında kullanıcıların eğitim düzeyinin önemli olmadığı, buna karşın e-posta alma-gönderme, internet bankacılığını kullanma veya internet üzerinden randevu alma gibi daha teknik beceri gerektiren kullanımlarda eğitim düzeyinin belirleyici olduğu anlaşılmıştır. Bilgisayar ve internet kullanmama sebeplerinde ise kullanmayı bilmeme, gerek duymama, pahalı bulma başlıkları dikkat çekmektedir. Küçük ve Koçak (2019) ise, Trabzon il merkezinde yaşayan, ileri yaş grubundaki bireylerin internet kullanım alışkanlıklarını ortaya koymak amacıyla 58 ve üzeri yaşlardaki 140 kişiyle yürüttükleri yüz yüze anket araştırması sonucunda, ileri yaş grubundaki bireylerin yarısından fazlasının yalnızlıklarını gidermek amacıyla internet kullandıklarını, kadınların internette erkeklerden daha fazla zaman geçirdiklerini ve internete daha fazla güven duyduklarını ortaya koymuşlardır.

TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması, işgücü durumuna göre de bilgisayar ve internet kullanma oranlarının farklılaştığını göstermektedir. Örneğin, eğitim/öğretim hayatı devam edenler %83,4 ile en fazla kullanıma sahiptir. Bunu %80 ile işverenler, %64,7 ile ücretli, maaşlı veya yevmiyeli çalışanlar, %58,2 ile işsizler, %34,5 ile kendi hesabına çalışanlar, %26,2 ile emekliler veya işi bırakmış olanlar ve %21,8 ile ev işleriyle meşgul olanlar takip etmektedir (TÜİK, 2018). Dolayısıyla, bilgisayar kullanma oranları en düşük olan iki grup, emekli veya işi bırakmış olanlar (%26,2) ile ev işleriyle meşgul olanlardır (%21,8).²⁵ İnternet kullanma oranı ise, yine %94,2'lik oranla en fazla eğitim/öğretim hayatı devam edenlerdedir. Bunu %93,9 ile işverenler, %92,9 ile ücretli, maaşlı veya yevmiyeli çalışanlar, %85,9 ile işsizler, %71,2 ile kendi hesabına çalışanlar, %57,9 ile ev işleriyle meşgul olanlar ve %51,9 ile emekliler

²⁵TÜİK araştırmasındaki ev işleriyle meşgul olan grup; çocuk, yaşlı, hasta vb. kişilerin bakımıyla meşgul olanları da, dolayısıyla kadınların yanı sıra erkekleri de içine almaktadır.

veya işi bırakmış olanlar takip etmektedir (TÜİK, 2019). İnternet kullanma oranları en düşük olan iki grup, yine ev işleriyle meşgul olanlar (%57,9) ile emekli veya işi bırakmış olanlardır (%51,9).

TÜİK’e ait araştırma sonuçları, farklı eğitim düzeylerindeki bireyler arasında da, bilgisayar ve internet kullanımına bağlı dijital eşitsizliklerin mevcut olduğuna işaret etmektedir. Nitekim, bilgisayar kullananların oranı, bir okul bitirmeyenlerde %3,5, eğitim düzeyi ilkokul olanlarda %18,8, ilköğretim (ortaokul veya mesleki ortaokul) olanlarda %52,6, lise (lise veya mesleki lise) olanlarda %67,6, üniversite ve üzeri olanlarda ise %89,1’dir. Bir diğer deyişle, eğitim düzeyi arttıkça bilgisayar kullanımı da artmaktadır (TÜİK, 2018). Yine aynı araştırmanın sonuçları, internet kullananların oranının bir okul bitirmeyenlerde %18,7, eğitim düzeyi ilkokul olanlarda %59, ilköğretim (ortaokul veya mesleki ortaokul) olanlarda %87,3, lise (lise veya mesleki lise) olanlarda %94,5, üniversite ve üzeri olanlarda ise %98 olduğunu; yani eğitim düzeyi arttıkça internet kullanımının arttığını göstermektedir. Ayrıca her eğitim düzeyi içinde internet kullanan erkeklerin oranı kadınların oranından fazladır (TÜİK, 2019).

Buraya kadar, gerek farklı ülkelerden gerekse de Türkiye’den örneklerle gösterilmeye çalışılan cinsiyete, yaşa, eğitime ve gelire bağlı dijital eşitsizlikler birbirinden kesinlikle bağımsız değildir. Ayrıca, dijital eşitsizliklerle yapılacak mücadelenin başarısı, bu sayılan alanlarda, fizik gerçeklikte halihazırda süregelen eşitsizlik biçimleri ile yapılacak mücadelenin niteliğiyle doğru orantılıdır. Yine, yeni iletişim teknolojilerini kullanma becerilerine bağlı *ikinci düzey* ve sosyo-ekonomik statü ile kültürel sermaye düzeylerine bağlı *üçüncü düzey* dijital eşitsizliklerin, çevrimdışı yaşantıdaki toplumsal eşitsizlik biçimlerinden bağımsız bir şekilde değerlendirilmesinin doğru olmadığı düşünülmektedir. Özellikle, eğitim düzeyiyle ilişkili dijital eşitsizlikleri azaltmaya yönelik politikalar, medya okuryazarlığını geliştirecek politikaların üretimini de gerekli kılmaktadır. Temel okuryazarlık ile medya okuryazarlığı birbiriyle ilişkili olduğu için de, bir sonraki başlık, eğitime dayalı dijital eşitsizliklerin bir parçası olduğu düşünülen medya okuryazarlığı kavramına ayrılmıştır.

Medya okuryazarlığı kavramının tanımı ve kapsamı

Bu başlık altında, öncelikle okuryazarlık kavramına, sonrasında medya ve okuryazarlık ilişkisine ve ardından medya okuryazarlığı kavramına değinilecektir.

Medya okuryazarlığına geçmeden önce, okuryazarlık kavramını tanımlamak daha doğrudur. Çünkü medya okuryazarlığının, ancak temel okuryazarlıklar üzerine inşa edilebilecek ve geliştirilebilecek bir yetkinlik olduğu düşünülmektedir. *Sözlü ve Yazılı Kültür: Sözlün Teknolojileşmesi* adlı kitabında Walter J. Ong, yazı ve matbaayı temel olarak *birincil* ve *ikincil sözlü kültür* kavramlarını ileri sürer. Ona göre yazı ve matbaa kavramlarından uzak olan ve iletişimin yalnızca konuşma diliyle sağlandığı kültürler “birincil sözlü kültür” kategorisinde ele alınır. “Buna karşılık günümüz ileri teknolojisiyle yaşantımıza giren telefon, radyo, televizyon ve diğer elektronik araçların ‘sözlü nitelikleri’, üretimi ve işlevi önce yazı ve metinden çıkıp sonra konuşma diline dönüştüğü için ‘ikincil sözlü kültür’ü oluşturur” (Ong, 1999, s. 23-24). Ong’a göre, okuryazarlık yazıyla başlamıştır (1999, s. 15). Kitabın sunuş bölümünde, sözlü ve yazılı kültürler arasındaki “zihniyet” farklarına da odaklanan Ong (1999, s. 15); yazıdan ve yazma olanağından habersiz kültürleri hayal etmenin okuryazarlar için çok zahmetli olacağını belirtir (1999, s. 46):

“Yazıdan, hatta yazı yazma olanağından bihaber bir kültürün nasıl olabileceğini okuryazarlar ancak büyük bir zahmetle hayal edebilirler. Kimsenin kelimeleri “açıp bakmadığı” bir kültür düşünün. Sözlü kültürde “açıp bakmak”, zaten hiçbir şey ifade etmeyen bomboş bir deyimdir. Kelimeler göze görünen nesneleri temsil etse de, yazı olmadığı sürece kelimelerin görsel bir varlığı olamaz. Kelimeler sestten ibarettir. Sözleri hatırlamaya çalışabilirsiniz, fakat sözleri “arayıp bulacağınız” somut bir kaynak yoktur” (Ong, 1999, s. 46).

Ong’un ‘zihniyet farkı’ vurgusu çok önemlidir. Sözcük, kavram ve olgular, ancak belli bir bağlamda, bir ihtiyaca yönelik olarak ortaya çıkarlar ve anlam kazanırlar. Bu yüzden okuryazarlık kavramı da, yazılı tarihin başlangıcıyla ilintilidir. Bu sebeple okuryazarlık, yazılı tarihin başlangıcından günümüze, kendi başlarına anlamsız duran kargacık burgacık harflerin bir kâğıt parçası üzerinde yan yana getirilmesi sonucu anlam üreten sözcükler üretme becerisi olarak tanımlanmaktadır (Jols ve Thoman, 2008, s. 11). UNESCO (*Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu*), okuryazarlığın okuma, yazma ve sayma becerileri gibi geleneksel tanımların ötesinde bir anlama sahip olduğunu;

okuryazarlığın giderek dijitalleşen, metin aracılı, bilgi açısından zengin ve hızla değişen bir dünyada, tanımlamanın, anlamamanın, yorumlamanın, yaratmanın ve iletişim kurmanın yolu olarak anlaşıldığını ifade eder. UNESCO'ya göre, okuryazarlık bir “çarpan etkisi” (*multiplier effect*) yaratır. Böylece, bireylerin toplumsal yaşama tam olarak katılmaları ve geçim kaynaklarını iyileştirmeleri yönünde katkıda bulunur. İşgücü piyasasına katılımın sağlanması, yoksulluğun azaltılması ve yaşam fırsatlarının iyileştirilmesi hususlarında da önemlidir.²⁶

Yeni enformasyon teknolojileri ile kuşatılmış olan günümüzde, yerkürede olup bitenlere dair bilgiler, artık yalnızca bir kâğıt parçası üzerindeki anlamlı sözcüklerden değil, çok çeşitli medya araçlarıyla, etkili resim ve sesler olarak edinilmektedir. Dijitalleşme sürecine değinen UNESCO'nun yukarıdaki okuryazarlık tanımında da böyle bir vurgu olduğu görülmektedir. Okuryazarlığı yalnızca ilk anlamlarındaki gibi, yazılı bir metni okuma ve yazma becerileriyle tanımlamanın yeterli gelmediği çok sayıda yazar tarafından ifade edilmektedir (McLaughlin, 1998; Kress, 2004; Livingstone, 2004a; Jenkins, 2016). McLaughlin (1998), teknolojiyle çepeçevre kuşatılan modern gündelik yaşamda, okuryazarlığı sadece okuma-yazma becerileriyle bağdaştırarak ele almanın yeterli olmadığını; artık “bir sözcüğü söylemek için harflerin sesbirimsel karşılıklarının kullanılması ya da harflerin sözcükler oluşturmak için bir araya getirilmesi”nin okuryazarlık kavramını tanımlamaya yeterli gelmediğini; bunun toplumun bilgiye olan gereksimindeki artışla ilgili olduğunu; böylece ‘okuryazarlık’ ve ‘okuryazar birey’ kavramlarının tanımlarında değişiklikler meydana geldiğini ifade eder (1998, s. 4). Benzer biçimde Kress (2004), okuryazarlığı artık sosyal, teknolojik ve ekonomik süreçlerden bağımsız ele almanın mümkün olmadığını belirtir. Yazara göre, okuryazarlığın geçirdiği bu değişim, önce yazının egemenliğinden görüntünün egemenliğine, daha sonra ise kitabın egemenliğinden ekranın egemenliğine geçişle gerçekleşmiştir. Kress'in, okuryazarlığın geçirdiği dönüşümü açıklarken iletişim araçlarına doğrudan gönderme yapması, medya ve okuryazarlık arasında nasıl ve neden bir ilişki kurulduğunu veya kurulması gerektiğini göstermektedir. Jenkins'e (2016) göre de, günümüzde okuryazarlık yalnızca basılı materyalle değil, aynı zamanda medya ile ne yapılabileceğini kapsayacak şekilde anlaşılmalıdır (2016, s. 257). Sonia Livingstone'nın

²⁶<https://en.unesco.org/themes/literacy> (Erişim tarihi: 28.06.2020)

Medya Okuryazarlığı Nedir? (What is media literacy?) (2004a) başlıklı yazısından yapılmış olan aşağıdaki alıntıda, okuryazarlık ve medya okuryazarlığı ilişkisini açıklama noktasında daha net vurgular vardır. Yazarın yapmış olduğu ‘metinsellik’, ‘yetkinlik’ ve ‘güç’ vurguları, kavramın ilkel tanımlarındaki okuma ve yazma becerilerini kapsayarak aşan bir niteliğe sahiptir. Okuryazarlık, bireyin toplumda kendine yer bulmasını sağlayan, onu güçlendiren, eleştirel düşüncenin ve demokrasinin güçlenmesine katkı sağlayan bir yetkinliktir. Böyle bir tanım, ileride değinilecek olan *eleştirel okuryazarlık*la ilgili önemli vurguları da içinde barındırmaktadır:

“Medya okuryazarlığı metinsellik, yetkinlik ve güç arasındaki ilişkiyle ilgilidir. Aslında, okuryazarlık aydınlanma ve eleştirel bilim arasında, okuryazarlığı sıradan insanları demokratikleşme ve güçlendirme olarak görenler karşısında onu elitist, bölücü bir eşitsizlik kaynağı olarak görenler arasında yüzlerce yıllık bir mücadeleye dayanan bir kavramdır. Okuryazarlığa ilişkin tartışmalar kısaca, toplumda halkın katılım yolları ve amaçlarına dair tartışmalardır” (Livingstone, 2004a, s. 20).

Uysal (2016, s. 24-25), medya okuryazarlığının tarihsel köklerinin 20. yüzyıla, başta televizyon olmak üzere medya etkilerinin araştırıldığı medya çalışmalarına kadar götürülebileceğini ifade eder. Medyanın etkilerinin, farklı araştırma gelenekleri içerisinde farklı şekillerde ele alındığını belirten yazar, araştırma odağını izleyiciye çeviren ABD anaakım araştırma geleneğindeki ampirik yaklaşımların medyanın etkilerine eğildiğini belirtir. Britanya Kültürel Çalışmalar Okulu ise, bu gelenekten farklı olarak, medyanın ideolojik işlevleri ile medya mesajlarının üretim ve denetim süreçlerine odaklanmıştır. Uysal’a göre, medya okuryazarlığı yaklaşımındaki yenilik, izleyicilerin medya metinlerine karşı nasıl bir tutum takınması gerektiği ve bunun nasıl mümkün olabileceği üzerinde yoğunlaşılmasıdır (Uysal, 2016, s. 24-25).

ABD’de 1992 yılında düzenlenen *Medya Okuryazarlığı Ulusal Liderlik Konferansı*, medya eğitiminin temel kavramlarının ortaya konulduğu önemli bir konferans olarak bilinmektedir (Uysal, 2016, s. 25). Nitekim, Jols ve Thoman (2008, s. 33), ABD’de medya okuryazarlığı ile ilgili en fazla referans verilen tanımın, bu toplantıya katılan bilim adamlarınca yapılan tanım olduğunu belirtir. Bu tanım, “...çeşitli yapılarda bulunan medyaya erişme, analiz etme, değerlendirme ve yaratma yeteneği” şeklindedir (Jols ve Thoman, 2008, s. 33). Adı geçen konferansta, medya okuryazarı olan bireylerin

ve aslında herkesin, hem basılı hem de elektronik medyanın kodlarını çözme, değerlendirme, analiz etme ve bu ortamlarda üretim yapabilme fırsatına sahip olması gerektiği vurgulanmıştır. Medyayla olan ilişkinin eleştirel bir özerklik çerçevesinde kurulması, toplantıda medya okuryazarlığının temel amacı olarak ifade edilmiştir (Aufderheide, 1993, s. 9). Kavramın tanımında öne çıkan ‘analiz etme’ ve ‘değerlendirme yetenekleri’, temel okuryazarlık için gerekli olan becerilerden ayrı düşünülemeyeceğinden, günümüzde okuryazarlık kavramını tanımlama girişimlerine medyanın neden dahil edilmesi gerektiği de anlaşılmaktadır. Bu anlamda, okuryazarlık günümüzde farklı biçimlerdeki medya mesajlarının nasıl okunacağını bilme, onların içerisinde gizlenmiş görüşleri ortaya çıkarma ve en önemlisi de, medya mesajlarını olduğu gibi kabul edip onları doğal ve verili olarak kabul etmek yerine, mesajlardaki kayıp/örtülü düşünceleri fark edebilme becerilerini kapsamaktadır.

Jols ve Thoman (2008, s. 16), birçok yetişkinin nelerden dolayı bir web sitesinin yasal veya yasa dışı olarak nitelendirilebileceğini veya paketli ürünlerin üzerindeki reklamların tüketicileri ‘ayartma’ noktasında ne kadar etkili olduğunu bilmediğini söyler. Yazarlar, medya okuryazarlığının niçin önemli olduğunu aşağıdaki beş maddeyle özetlemektedir (2008, s. 13-14):

İlk madde medyanın demokratikleşme sürecine olan etkisiyle ilgilidir. Demokrasi kültürünü benimsemenin yolu *eleştirel düşünme* ve *kendini ifade etme* yeteneklerine sahip olmaktan geçer. İşte, medya okuryazarlığı bu iki temel beceriyi kazandırabilir; bireyleri siyasi sınıflandırma yapabilecek, toplumsal tartışmaları anlayabilecek ve seçim süreçlerinde karar verebilecek yurttaşlara dönüştürebilir.

İkinci madde, medyanın yüksek oranda tüketilmesi ve toplumun medya tarafından sömürülmesi ile ilgilidir. Radyo, gazeteler, dergiler, televizyon, internet, video oyunları, ilan panoları, internet gibi çok çeşitli medya ortamları göz önüne alındığında, günümüz modern insanının maruz kaldığı enformasyonun iki nesil önce yaşayanlarla kıyaslanamayacağı açıktır. Medya okuryazarlığı, bu derece yoğun enformasyonun olduğu bir dönemde, bireylerin yaşantılarını güvenli bir şekilde yönlendirmelerini sağlayacak yeteneklerin öğrenilmesine ve geliştirilmesine katkı sağlar.

Üçüncü madde, medyanın inanç, düşünce ve davranışları şekillendirme noktasındaki önemiyle ilgilidir. Bireylerin davranışları, dünyayı anlama ve açıklama girişimleri üzerinde medyanın etkisi elbette ki yadsınamazdır. Medya okuryazarlığı, bu gücün ve etkinin anlaşılmasını sağlayarak, bireyleri medyaya olan bağımlıklarından kurtarır.

Dördüncü madde, görsel iletişim ve bilgilenmenin önemine değinir. Basılı kaynaklar elbette ki hâlâ vardır; fakat bugünkü yaşantının daha çok görsel imajların etkisi altında sürdüğü de bir gerçektir. Bu anlamda, web sitelerinden büyük ilan panolarına kadar görsel iletişimin farklı biçimlerinin nasıl okunacağını bilmek, artık her birey için bir gereklilik hâline gelmiştir.

Son madde, bilginin önemi ve yaşam boyu öğrenmeye duyulan gereksinimle ilgilidir. Medya okuryazarlığı eğitimi, bilginin kaynağını sorgulama, bu bilgilerin kim(ler)in çıkarına kullanıldığını anlama ve değişik görüşlere ulaşma noktalarında bireylere yardımcı olabilir, onlara farklı bakış açıları kazandırabilir (Jols ve Thoman, 2008, s. 13-14).

İlk anda oldukça basit ve anlaşılabilir gibi görünse de, medya tarafından ulaştırılan mesajlar, aslında kendine özgü kurallara sahiptir. Daha açık bir ifadeyle, bu mesajlar, oldukça farklı kavram ve düşünceleri içeren, karmaşık görsel ve işitsel bir dil kullanılarak iletilir. Dolayısıyla, bu kadar yoğun enformasyon içerisinde, hem çocuk ve gençlerin hem de yetişkinlerin yaşamlarının medya kültürüne doğru yönlendirilmesi, görsel ve işitsel imgelerin dilini, temel okuma-yazmayı öğrendikleri kadar akıcı bir şekilde öğrenebilmelerine bağlıdır. Günümüzde metin dendiği vakit, sadece yazılı metinlerin anlaşılabilmesi gerektiğini, metin kavramının artık sözselsel, işitsel ve görsel biçimlere dönüşmüş olduğunu ifade eden Jols ve Thoman'ın (2008, s. 11), Len Masterman'dan aktardıkları ifadeleri, metin kavramının işaret ettiği yeni biçimleri ve enformasyon kanallarının çokluğunu anlatması açısından önemlidir:

“Sabahleyin radyonun saatiyle uyanmamızdan geceleyin bir talk şovu izlerken uyuya kaldığımız ana kadar sadece televizyondan değil gazetelerin başlıklarından, dergilerin kapak sayfalarından, filmlerden, web sitelerinden, video oyunlarından ve ilan panolarından gelen yüzlerce hatta binlerce imaj ve fikrin bombardımanı altında kalıyoruz. Medya artık bizim

kültürümüzü şekillendirmiyor. Medya bizim kültürümüz oldu” (Len Masterman’dan aktaran Jols ve Thoman, 2008, s. 15).

Ergur ve arkadaşları (2009), İstanbul’daki kentsel çevre bölgelerinde yaşayan gençlerle yaptıkları araştırmada, belli bir yazılı kültür algılamasını gerektiren kısa mesaj uygulamasının bir kolaylık olarak görülmesinin, ancak yazı yazmayı az veya çok bir alışkanlık olarak gören bireyler ve kültürler nezdinde mümkün olabileceğini belirtmektedir (Ergur vd., 2009, s. 100-101). Bu açıklama, daha önce verilen Walter Ong’un sözlü ve yazılı kültürler arasında yapmış olduğu karşılaştırmaya benzemektedir. Nitekim Ong (1999, s. 46), yazının egemen olduğu bir kültürde yaşayan bireyler ve okuryazarlar için yazıdan bihaber olan kültürleri hayal etmenin çok zor olduğunu ifade etmekteydi. İşte, yukarıdaki alıntıda geçen web siteleri, video oyunları gibi yeni iletişim teknolojilerinin, tıpkı basılı materyaller gibi okunması, anlaşılması, analiz edilmesi ve değerlendirilmesi, ancak bu teknolojilerin “toplumsal tahayyülde bir yer edinmiş olmasıyla mümkündür (Ergur vd., 2009, s. 100-101)”. Geçmişte olduğu gibi, bugün de sözlü iletişimin yanı sıra, dokunma, jest, bakışma gibi sözsüz iletişim türleri önemini korumaktadır. Ancak yeni iletişim teknolojileri, yalnız belli bir teknolojinin diline aşına olmakla kurulabilecek, sembollerin egemenliğinde olan yeni bir iletişim türünü de ortaya çıkarmış ya da mevcut türleri kendine özgü kurallar içinde yeniden biçimlendirerek ortak bir anlam bağlamı yaratmıştır. İnternet dili içerisinde büyük harf kullanımının konuşma dilindeki bağırıma karşılık gelmesi ve kabalık olarak anlaşılması, kelimelerin mümkün olduğunca kısaltılması veya duyguların *emoji* olarak adlandırılan belli başlı sembollerle ifade edilmesi bu durumu açıklamada verilebilecek örneklerdir. Yine *WhatsUp*, *Messenger* vb. iletişim ortamlarında, duygu ve düşünceler ya doğrudan çeşitli sembol, işaret ve emojiler kullanılarak karşı tarafa aktarılmakta ya da yazının ihtiyaç duyduğu etki yine belli başlı sembol, işaret ve emojiler yardımıyla yaratılmaya çalışılmaktadır. Bu, tıpkı yüz yüze iletişimde sözün ihtiyaç duyduğu yardımcı etkinin, ses yükseltimi/alçaltımı ile veya jestler ve mimiklerle sağlanması gibidir. İşte, yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesinin ve en önemlisi gündelik yaşama dahil edilmesinin doğal bir sonucu olarak, *yeni medya okuryazarlığı*, *internet okuryazarlığı*, *elektronik okuryazarlık*, *dijital okuryazarlık*, *çoklu okuryazarlıklar* şeklindeki ifadeler hem akademik yazın hem de gündelik dil içerisinde sıkça kullanılır olmuştur (Binark ve Gencel Bek, 2010, s. 211). Yeni okuryazarlıklar bu sayılanlarla sınırlı değildir. *Bilgi okuryazarlığı*, *teknoloji*

okuryazarlığı, bilgisayar okuryazarlığı, sağlık okuryazarlığı, ekonomi okuryazarlığı vb. şeklindeki çok çeşitli okuryazarlıklardan bahsedilebilir. Örneğin, bilgisayar okuryazarlığı, bilgisayardaki dosyaların yönetimiyle, kelime işlemci yazılımların, veri tabanı, sunum ve iletişim yazılımlarının kullanımıyla ilgili bilgisayar becerilerine sahip olmayı gerektirir (Ozan Özarlan, 2018, s. 6-7). İnternet okuryazarlığı ise, ağ ortamından faydalanmaya yönelik bir takım becerilere karşılık gelir ve *ağ veya web okuryazarlığı* şeklinde de ifade edilebilir (Ozan Özarlan, 2018, s. 16). Genel bir ifadeyle, internet okuryazarlığı “İnternet’te gezinirken öğrenmek istediklerine şekil verebilmek, bu kaynaklara hükmedebilmek ve anlamlı bir öğrenmeye varabilmek, İnternet üzerindeki iletişim platformlarına nasıl dahil olabileceğini bilmek”tir (Ersöz ve Meral, 2016, s. 240). *Bilgisayar ve internet okuryazarlığı ve yeni medya okuryazarlığı*, eleştirel medya okuryazarlığının bir alanı olarak görülmektedir (Binark ve Gencel Bek, 2010, s. 218).

Yılmaz ve Taylan (2016), yeni iletişim ortamlarının çoğalmasıyla birlikte, bireylerin enformasyona ulaşmak istedikleri zamanı kendilerinin belirleyebilmesi ve etkileşim ortamlarını daha aktif olarak kullanabilme imkânları ile yeni medyanın kitlesizleştirme özelliğinin, medya kontrolünün üreticiden tüketiciye/alıcıya doğru kayma olanaklarını arttırdığını ifade eder. Yazarlara göre, yöndeşme kavramıyla sınırları belirsizleşen ve çeşitlenen farklı medya türleri, üretilen medya metinlerinin de çeşitlenmesine ve farklı biçimler almasına olanak sağlamıştır. Üretilen enformasyon miktarının nicel olarak artmasıyla sonuçlanan bu durum, tüketiciler/alıcılar açısından, enformasyona erişimden ziyade bu kadar çeşitli enformasyon arasından nitelikli olanı ayırt etmeyi bir soruna dönüştürmüştür. Hem enformasyonun çeşitlenmesi, farklı formlara dönüşmesi hem de okuryazarlığın yazılı bir metnin okunup yazılmasından daha öte anlamlar ifade etmeye başlaması, “enformasyon okuryazarlığı” şeklinde tanımlanan beceri ve donanımlara duyulan ihtiyacı arttırmıştır (2016, s. 291-292). Yılmaz ve Taylan (2016), enformasyon ve enformasyonun üretildiği farklı medya ortamlarına dair okuryazarlığın, küreselleşme sürecinin ve teknolojik gelişmelerin sonucunda ortaya çıkan farklı okuryazarlık kavramlarının tümünü içine alan bir ‘beceriler bütünü’ olarak değerlendirilebileceğini belirtir. Bu beceriler ise, bireyin enformasyonu sadece okuyup yazabilmesini değil, aynı zamanda yorumlayabilmesini ve uygun yerlerde kullanabilmesini de içerir ve “aktif medya kullanıcısı” kavramıyla da ilişkilidir (2016, s. 292). Edilgen medya tüketicisinden aktif medya tüketicisine dönüşme süreci, demokratik

süreçlere katılım açısından da her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır (2016, s. 293). Jols ve Thoman'da (2008, s. 11), medya okuryazarlığının, hem medyanın toplum içerisinde üstlendiği rolün anlaşılmasını hem de demokratik bir toplum içerisinde vatandaşların ihtiyaç duyduğu araştırma ve kendini ifade etme yeteneklerinin geliştirilmesini sağladığını söyler. Kellner ve Share ise (2005, s. 369-386), okuryazarlığı tanımlarken toplumsal 'katılım' sürecine vurgu yaparlar. Yazarlara göre, okumayı, yorumlamayı, bilgi üretmeyi ve beceri kazanmayı gerektiren bir süreç olarak okuryazarlık; belli başlı metinlere ve eserlere ulaşarak entelektüel kapasitenin geliştirilmesini ve toplumsal katılımın sağlanmasını içerir. Henry Jenkins'in, *Cesur Yeni Medya – Teknolojiler ve Hayran Kültürü* (2016) adlı kitabında da değindiği bu konu, tarihsel süreçte, gerek temel okuryazarlık gerekse de medya okuryazarlığı becerilerinden yoksun olma durumunun aynı zamanda bir toplumsal eşitsizlik sorunu olduğuna işaret etmektedir. Yazara göre (2016, s. 257), medya okuryazarlığı ile doğrudan ilişkili olan iletişim araçlarını kullanarak kendini ifade etme becerisi, aynı zamanda, belli bir toplum içerisinde kültürel katılım hakkına kimin, hangi şartlarda sahip olduğunu gösteren bir işarettir:

“Geleneksel olarak okuyabilen fakat yazamayan birini okuryazar olarak varsayamayacağımız gibi, tüketen fakat kendisini ifade edemeyen birinin de medya okuryazarlığına sahip olduğunu düşünmemeliyiz. Tarihte okuryazarlıkla ilgili kısıtlar nüfusun farklı kısımlarını kontrol etme teşebbüslerinden ileri gelir; bazı toplumlar evrensel okuryazarlığı benimserken, diğerleri ise belirli sosyal sınıflarla, ırkla veya cinsiyetle sınırlar. Okuryazarlık üzerine mevcut mücadeleyi aynı zamanda kültürümüze katılım hakkına kimin hangi şartlarda sahip olduğunu belirleme etkisi olarak görebiliriz” (2016, s. 257).

Sonia Livingstone, medya okuryazarlığını “çeşitli bağlamlardaki mesajlara erişme, bu mesajları çözümüleme, değerlendirme ve yaratma yeteneği” şeklinde tanımlamaktadır (2004a, s. 18). Benzer şekilde, kavramı “medya hakkındaki gerçekleri ve istatistikleri ezberlemek” olarak değil, “seyrettiği, okuduğu ve duydukları hakkında doğru sorular sormayı öğrenmek” şeklinde tanımlayan Jols ve Thoman (2008, s. 33), her iki tanımda da ifade edilen ‘çözümüleme’ ve ‘değerlendirme’ süreçlerinin hangi ‘doğru’ soruları sormaktan geçtiği sorusuna yanıtı şöyle vermektedir:

- Bu mesaj kim tarafından ve niçin yaratılmıştır?

- Bu mesajda ilgi çekebilmek için hangi teknikler kullanılmıştır?
 - Farklı bireyler verilen bu mesajı farklı biçimlerde nasıl yorumlayabilir?
 - Bu mesajda hangi yaşam biçimlerine, değerlere ve görüşlere yer verilmiş, hangileri ise göz ardı edilmiştir?
 - Bu mesaj niçin gönderilmiştir?
 - Bu mesajı gerçek ya da gerçek dışı gibi gösteren nedir?
 - Verilen mesaj yaşadığınız çevredeki deneyimlerinize ne ölçüde uyushmaktadır?
 - Mesaj metninde yer alan düşünceler ve sosyal mesajlar nelerdir?
 - Ne tür davranışlar ve sonuçlar betimlenmektedir?
 - Mesajda göz ardı edilen unsurlar nelerdir?
 - Belirtilen görüş kime aittir?
 - Hedef kitle kimdir?
 - Ekonomik kararlar bu mesajın yapısını nasıl etkilemiştir?
 - Hangi nedenlerden dolayı bir kişi verilen bu mesajla ilgileniyor olabilir?
- (Jols ve Thoman, 2008, s. 24-25)

Dikkatli bir okumayla, yukarıdaki soruları sorabilmek için medya içerikleri, bu içeriklerin üretim süreci hatta medyanın mülkiyet yapısı ile ilgili önemli düzeyde bir bilgiye, farkındalığa ve eleştirel düşünme alışkanlığına ihtiyaç olduğu anlaşılabılır. Nitekim, Yılmaz ve Taylan (2016), söz konusu soruları sorabilme becerilerinin genel bir entelektüel seviyeye ve yurttaşlık bilincine ulaşmakla kazanılabileceğini; bu becerilerin pratiğe dönük uygulamalarla eğitim ve sosyalizasyon süreçleri içinde gençlere adım adım öğretilmesinin önemli olduğunu; oysa hem Türkiye’de hem de pek çok farklı ülkede uygulanan medya okuryazarlığını geliştirmeye dönük faaliyetlerin özellikle çocukları medyanın olası zararlı etkilerinden korumaya yönelik bir mantığa dayalı olarak uygulandığını belirtirler (2016, s. 298). Yazarlara göre, medya okuryazarlığı bireylere eleştirel bir bakış açısı, medyaya dair ekonomi politik süreçleri çözümleme ve anlam üretim süreçleri içinde kendilerinin durduğu yeri sorgulama yetkinliği kazandırmalıdır (2016, s. 302). Medya okuryazarlığı özelindeki eleştirel yaklaşım siyasal, kültürel ve

medya sahipliğini içeren ekonomik zeminde, medya mesajlarının ‘dokunulmaz’ ve ‘eleştirilemez’ kutsal metinler olarak görülmesinin önüne geçmeyi, medya ve mesajlarına yönelik bakış açısının genişletilmesini amaçlar (Bilici, 2017, s. 50).

Medya okuryazarlığının bireylere neden eleştirel bir bakış açısı kazandırması gerektiği ve *eleştirel okuryazarlığın* önemi, Binark ve Gencel Bek’in *Eleştirel Medya Okuryazarlığı: Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar* (2010) başlıklı kitaplarında ayrıntılı olarak ele alınmaktadır. Yazarlara göre, eleştirel medya okuryazarlığı, hem medya metinlerinde dolaşıma sokulan uzlaşımların ve başat kodların okunabilmesini hem de bu metinlerin gündelik yaşamdaki karşılıklarının farkına varılabilmesini amaçlar (s. 111). Oysa, *eleştirel pedagoji*den beslenmeyen, geleneksel tanımlardaki medya okuryazarlığı, bazı verili ahlaki korumacılık ilkelerini temel alarak, başta çocuk ve gençleri medyanın olası olumsuz/zararlı etkilerinden uzak tutmaya (2010, s. 111), medya kullanımını salt yüksek izlenme süresine ve medyanın güçlü etkilerine odaklanan *etki paradigmasına*²⁷ indirgemektedir (2010, s. 11). Bilici (2017, s. 50-51) ise, medya okuryazarlığı özelindeki eleştirel yaklaşımın önemli fakat çok güç bir uygulama olduğunu belirtir. Çünkü buradaki amaç, mutlak doğru olarak kabul edilen yaklaşımların eleştirisini yapmak değildir. Sağlam bir eleştirel analiz, eleştirinin hedefi olan konuyu, o konunun arka planını, koşullarını, alternatiflerini ve karşıt savlarını da iyi bilmeyi gerektirir. Eleştirel yaklaşımı geliştirme becerilerinden yoksun olan bir medya okuryazarlığının hangi açılardan eksik kalacağı Livingstone tarafından aşağıdaki sözlerle ifade edilmektedir. Demokratik ve eleştirel yaklaşımı geliştirmeyen bir medya okuryazarlığı eğitimi, bireyleri yalnızca iletişim sürecinin ‘dikkatli’ tüketicilerine dönüştürecektir:

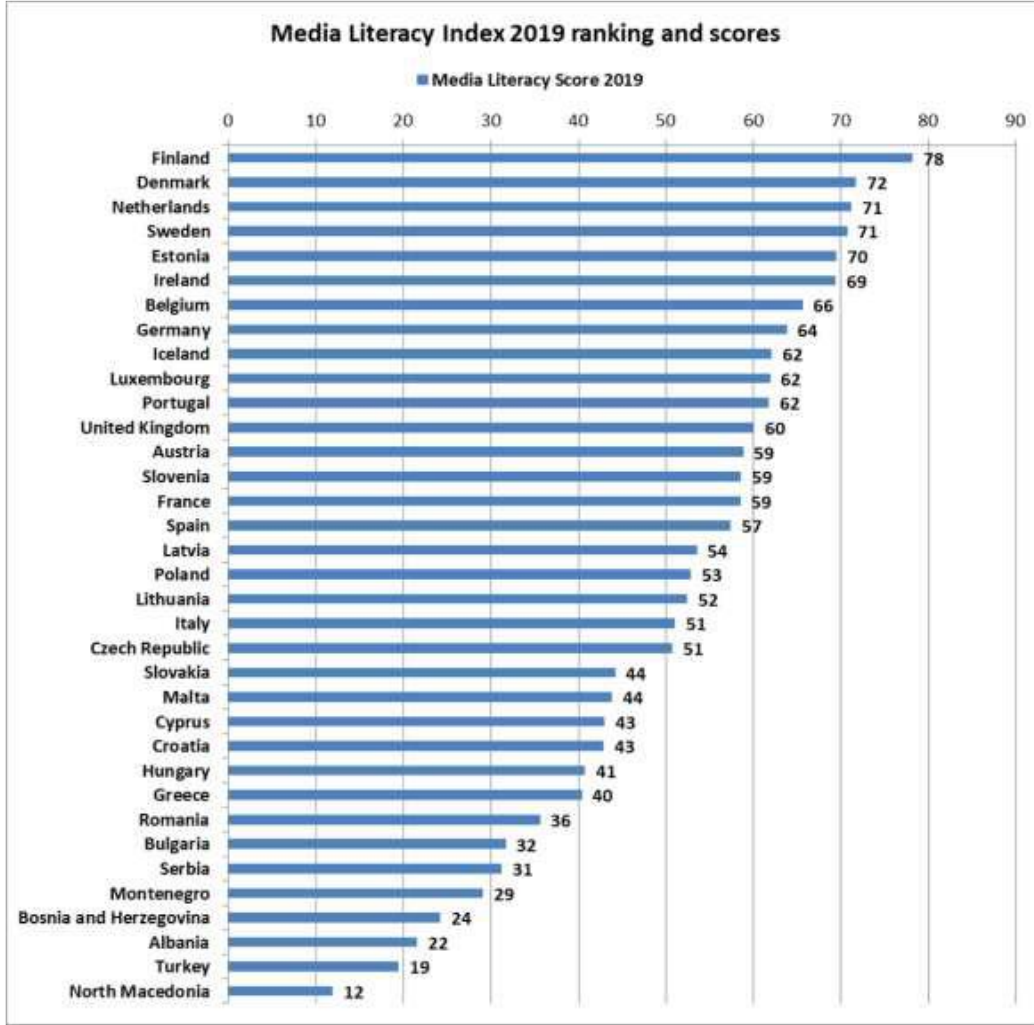
“Medya okuryazarlığına demokratik ve eleştirel bir yaklaşım olmaksızın, halk yalnızca dikkatli alıcılar, çevrimiçi enformasyonun ve iletişim sürecinin tüketicileri olarak

²⁷*Etkiler geleneği*, “medya araştırmalarında, kitle medyasının kendi izlerkitleleri üzerinde başlangıçta neyin potansiyel olarak ana etkiye sahip olduğuna odaklanan paradigma”dır. (Chandler ve Munday, 2018, s.131). Etkiler paradigması içerisinde, özellikle davranışçılıktan yoğun biçimde etkilenen ve 1950’lerin ilk yıllarına kadar öne çıkan hâkim görüş hipodermik model veya hipodermik sırınga modeli olmuştur. Bu modele göre, iletişim göndericiden alıcıya doğru gerçekleşmektedir. Duygu ve düşünceler, enformasyon, bilgi ve anlamlar göndericiden alıcıya tek yönlü bir şekilde iletilmektedir (Chandler ve Munday, 2018, s. 185). Stevenson’a (2008) göre, etkiler paradigmasına bağlı araştırmaların amacı, “kitle iletişim araçlarının insan davranışı üzerindeki ölçülebilir etkisini ortaya koymak; vardığı sonuç ise medyanın görece zararsız olduğu, çoğulcu bir toplumun norm ve değerlerini pekiştirdiği” (Stevenson, 2008, s. 69).

konumlandırılmış olacaktır. Medya okuryazarlığının vaadi, kuşkusuz, medya kullanıcısının edilgenden etkene, alıcıdan katılımcıya, tüketiciden yurttaşa dönüşecek şekilde yeniden konumlandırıldığı stratejinin bir parçası olarak biçimlendirilebilmesidir” (Livingstone, 2004a, s. 20).

Açık Toplum Enstitüsü (*Open Society Institute*) tarafından gerçekleştirilen Medya Okuryazarlığı Endeksi, Avrupa ülkelerinin sahte haberlere direnç potansiyellerini değerlendirmektedir. Bu değerlendirme için temel alınan göstergeler ise, *medya özgürlüğü, eğitim, insanların birbirlerine duydukları güven ve e-katılımdır*.²⁸ Şekil 2.2’de görüleceği üzere, 2019 yılı Medya Okuryazarlığı Endeksi, 35 Avrupa ülkesi içerisinde medya okuryazarlığı puanı en yüksek olan ülkenin 78 puan ile Finlandiya olduğunu göstermektedir. Bu ülkeyi sırasıyla, Danimarka (72 puan), Hollanda (71 puan), İsveç (71 puan) ve Estonya (70 puan) takip etmektedir. Medya okuryazarlığı puanı, yani sahte habere direnç potansiyeli en düşük olan ülke 12 puanla Kuzey Makedonya’dır. Türkiye’nin ise 19 puanla Kuzey Makedonya’nın hemen önünde, 34. sırada yer aldığı görülmektedir (Açık Toplum Enstitüsü, 2019, s. 5). 2018 yılı ile karşılaştırıldığında sahte habere direnci en yüksek olan dört ülke ile en düşük olan dört ülkenin sıralamasının aynı olduğu dikkat çekmektedir. 2018 yılında açıklanan raporda, iyi eğitilmiş vatandaşlara karşı dezenformasyonun etkisiz olduğu; Finlandiya, İsveç ve Hollanda’da dijital okuryazarlığı ve eleştirel düşüncüyü geliştirmeye yönelik başarılı adımlar atıldığı belirtilmektedir. Dolayısıyla, eğitim kalitesi ve eleştirel düşüncenin teşviki raporda özellikle vurgulanmaktadır (Açık Toplum Enstitüsü, 2018, s. 6).

²⁸<https://osis.bg/?p=3356&lang=en> (Erişim tarihi: 30.06.2020).



Şekil 2.2. 2019 yılı Avrupa medya okuryazarlığı endeksi (Açık Toplum Enstitüsü, 2019, s. 5)

Sosyal medya ortamlarının içerik oluşturmaya olanak veren özellikleri, yalan ve/veya çarpıtılmış haberlerin kolaylıkla üretilmesine de neden olmaktadır. Bu ortamlar, barındırdıkları içeriklerin yine aynı kolaylıkla yayıldığı yerlerdir. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'nün (MIT) 2018 yılında gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçları, sosyal medya ortamlarında yalan haberlerin doğru haberlere göre altı kat daha hızlı yayıldığını göstermektedir. Yine aynı araştırmaya göre, yalan haberler doğru haberlere göre %70 daha fazla paylaşılmaktadır (Koçer, 2 Nisan 2019). Oxford Üniversitesi Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü'nün (*The Reuters Institute for the Study of Journalism*) 2019 Dijital Haber Raporu'nda (*Digital News Report 2019*), artık haber öğrenme amaçlı sosyal medya kullanımının çok yaygın olduğu belirtilmektedir (Ünsay, 12 Haziran 2019). Bu bulgu, 2020 raporunda da yer almaktadır. Rapora göre, son dokuz yıllık süre içerisinde, başta sosyal medya ortamları

olmak üzere çevrimiçi yayınlar, haber kaynağı olarak televizyonun önüne geçmiştir. Instagram'daki haber tüketimi ise 2018 yılından itibaren iki katına çıkmış durumdadır (Tanca, 17 Haziran 2020). Bu anlamda, Türkiye'nin de içinde yer aldığı yalan habere direncin düşük olduğu ülkelerde, medya okuryazarlığını geliştirmeye yönelik eğitimler ve bu eğitimlerin içerik ve niteliği daha fazla önem kazanmaktadır. İnternette yer alan içeriklerin kim tarafından, hangi motivasyonla paylaşıldığına ve hangi kaynaklara dayandırıldığına yönelik sorgulayıcı tutumlar eleştirel düşüncenin gelişimiyle, yani eleştirel okuryazarlıkla mümkün olabilir. Hatırlanacak olursa, Livingstone (2004a, s. 20), eleştirel bir yaklaşımın yerleştirilmediği medya okuryazarlığının, bireyleri yalnızca “dikkatli alıcılar”a, çevrimiçi yollarla edinilen enformasyonun ve yine bu yollarla sağlanan iletişim sürecinin “tüketicileri”ne dönüştürdüğünü söylemişti. Binark ve Gencel Bek (2010, s. 10) ise, yalnızca medya kullanım pratiklerine odaklanan medya okuryazarlığının hangi hususlarda yeterli olmadığını şöyle ifade etmektedir:

“(…) mevcut haliyle medya okuryazarlığı sadece medya kullanım pratikleri üzerine yoğunlaşmış durumdadır; oysa eleştirel pedagoji izleğinden ilerleyen eleştirel medya okuryazarlığı medya metinleri kullanıcılarını kültürel üreticiye de dönüştürmeyi amaçlar. Ancak böylece neo liberalizmin doğallaştırdığı tüketim kültürüne, emeğin ve üretimin şeyleşmesine, gündelik yaşamda şiddet ve kaygı kültürünün, sinizmin içselleş(tiril)meşine, her şey olur/geçer gider anlayışına, bireyin kamusal yurttaş olmaktan çok özelleştirilmiş tüketici olarak konumlandırılmasına, kamusal olanın/yaşamın ve demokratik pratiklerin yoksullaş(tiril)mesine veya içinin boşal(tıl)masına, sivil özgürlüklerin erozyonuna, yeni otoriteryanizme karşı durulabilir” (2010, s. 10).

Bu tartışmalar, medya okuryazarlığının neden dijital eşitsizliklerin odağında yer aldığını açıkça ortaya koymaktadır. Daha önce çok yerde ifade edildiği gibi, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve gelir gibi sosyal ve ekonomik statüyü belirleyen niteliklerine göre ele alındığında, kadınlar, yaşlılar, düşük eğitim düzeyindekiler, yoksullar vb. kısıtlı imkânlarla sahip bireyler dijital eşitsizliklerin mağdurları olmaktadır. Açık Toplum Enstitüsü 2019 Medya Okuryazarlığı Endeksi'nde (*Media Literacy Index 2019*), 78 puanla ilk sırada yer alan Finlandiya'da, medya okuryazarlığı eğitimi çok küçük yaşlardan itibaren, anaokulu düzeyinde müfredata dahil edilmektedir. *teyit.org*'un haberine göre, bu eğitim lise düzeyinde de devam etmekte, her yaşa uygun haber doğrulama araçlarını kullanabilmek için ihtiyaç duyulan becerilerin edinilmesi ve bu

araçların kullanımının sürekli hâle getirilmesi sağlanmaktadır. Uzmanlar, Finlandiya'nın medya okuryazarlığındaki başarısını, ülkedeki eğitim sisteminin eleştirel düşünceden besleniyor olması ile ilişkilendirmektedir. En önemlisi ise, Finlandiya'da medya okuryazarlığı eğitimlerinin yalnızca çocuk ve gençleri kapsamıyor oluşudur. Haberde, yetişkinler, yaşlılar gibi yaşla ilişkili olarak hedef alınan gruplar olduğu gibi, gazetecilik gibi meslek grupları için de eğitimlerin yürütüldüğü belirtilmektedir (Tanca, 1 Haziran 2019). Finlandiya'da medya okuryazarlığı ile ilgili olarak yürütülen faaliyetler, alanyazında da çokça değinilen, eleştirel düşünceden beslenen ve her toplumsal kesimi içine alan medya okuryazarlığı eğitimlerinin önemi hususlarına somut bir örnek oluşturmaktadır. Uçkan (2003, s. 27), dijital eşitsizliklerin bir tarafında bilgiye erişebilecek yeterli gelire ve kültürel sermayeye sahip, çoğunluğu da erkeklerden oluşan az sayıdaki net yurttaşlarının, diğer tarafında ise, bilgisayar okuryazarlığına ve internete erişebilecek yeterli kaynaklara sahip olmayan yığınların bulunduğunu belirtir. Bu tanım da dikkate alındığında, kadınlar, çocuklar, yaşlılar, düşük eğitim düzeyindekiler ve yoksullar dijital eşitsizlik meselesine odaklanan tarafların ve medya okuryazarlığını geliştirmeye yönelik politikaların hedefinde yer almalıdır. Medya okuryazarlığı hem geleneksel medyadaki içeriklere ilişkin eleştirel düşünme farkındalığına sahip olma, uygun soruları nasıl soracağını bilme, medyadaki eksik ve/veya yanlış temsil biçimlerini fark edebilme hem de yeni iletişim teknolojilerini kendi içeriğini üretebilecek ve kendini ifade edebilecek düzeyde kullanabilme yetkinliğidir. Bu yetkinliklerden yoksunluk, yukarıda da ifade edildiği gibi, dijital eşitsizliklerin bir boyutu ve buna bağlı olarak bir toplumsal eşitsizlik meselesidir. Jols ve Thoman (2008, s. 16), artık medya metinlerinin, bazen bir Disney çizgi filmini, bazen bir sinema filmini, bazen de filmdeki karakterlerin giysilerini, oyuncaklarını, çantalarını, girdikleri web sitelerini, hayat hikâyelerini ve hatta Disney parkında bulunan oyuncakları da kapsayan bir reklam ve satış kampanyasını içerecek kadar çok çeşitlendiğini, bu yüzden medya okuryazarlığının hem çocuklar hem de yetişkinler için gerekli olduğunu belirtir. Dijital eşitlik, tüm yurttaşlar için sağlanması gereken temel bir hak (Binark, 2015, s. 11; Baştürk Akça ve Kaya, 2016, s. 317) olduğundan dolayı, medya okuryazarlığının, kadınlar ve erkeklerde, tüm yaş gruplarında, her eğitim ve gelir düzeyinde, kırsal veya kent olduğu fark etmeksizin tüm bölgelerde geliştirilmesine uygun faaliyetlerin/politikaların hazırlanması giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

2.2. Sosyolojik Yaklaşımlar Açısından İnternet Kullanımında Sosyal ve Ekonomik Statüye Dayalı Eşitsizlikler

Dijital eşitsizliklerin fizik gerçeklikteki toplumsal eşitsizliklerle ilişkili olduğu çalışmanın birçok yerinde, farklı araştırmacılara referans verilerek vurgulanmıştır. Toplumsal cinsiyet, yaş, eğitim, gelir, işgücü durumu, yaşanan yer gibi sosyal ve ekonomik statüyü belirleyen unsurlar, dijital araçlara erişme ve onları kullanma beceri ve pratiklerini etkilemektedir. Aynı zamanda, erişme, sahiplik ve kullanım becerileri açısından yaşanan mağduriyetler, bireyin toplumsal yaşamda maruz kaldığı mevcut eşitsizlik biçimlerini derinleştirebilmektedir. Dolayısıyla dijital eşitsizlikler, toplumsal sınıf ve eşitsizlik tartışmaları ile de doğrudan ilgilidir. Daha önce değinildiği üzere, üçüncü düzey dijital eşitsizliklere odaklanan çalışmaların teorik alt yapısı özellikle Bourdieu'nün ve Weber'in kuram ve kavramları üzerine inşa edilmektedir. İşte bu bölüm, internet sıradan insanların yaşamına girmeden yetmiş yıl kadar önce hayata veda etmiş bir kuramcı Weber ile arkasında toplumsal sınıf analizine dair bir külliyat bırakan yakın dönem sosyolojinin önemli isimlerinden Bourdieu'nün toplumsal sınıf ve eşitsizliklerle ilgili kuram ve kavramlarının, internete erişim ve onu kullanma biçimlerine bağlı eşitsizliklerin anlaşılmasına hangi açılardan katkı sağladıklarını açıklamaya ayrılmıştır.

2.2.1. Max Weber'in ve Pierre Bourdieu'nün perspektifinden dijital eşitsizlikler

Witte ve Mannon, *İnternet ve Toplumsal Eşitsizlikler (The Internet and Social Inequalities)* (2010) adlı eserlerinin “Kültürel Perspektiften İnternet Eşitsizliği” (*Internet Inequality From A Cultural Perspective*) başlıklı bölümünde, internet kullanımındaki farklılıkları ve bu farklılıklara neden olan unsurları, Weber'in toplumsal tabakalaşma kuramıyla ilişkilendirerek açıklar ve bu kuramın internet eşitsizliklerini “çok boyutlu (2010: 86)” bir perspektiften ele almaya imkân sağladığını ifade ederler. Daha açık bir ifadeyle, Weber'in toplumsal eşitsizlikleri anlamaya çalışırken kullanmış olduğu ‘sınıf’ ve ‘statü’ kavramları, bugün dijital eşitsizlik meselesinin net görünmeyen, daha derindeki ve dirençli taraflarını anlamak için aydınlatıcı olmaktadır.²⁹

²⁹Çalışmada yalnızca Weber'in ve Bourdieu'nün kuram ve kavramlarına değinilmesi, eşitsizlikler temalı bir araştırmada Marks'ın görmezden gelindiği anlamına gelmemektedir. Başlığın devamında da görüleceği üzere, Weber'in sınıf kuramını Marks'tan ayıran temel unsurların neler olduğu ve Bourdieu'nün Marks'tan beslendiği noktalar açıklanmaya çalışılmıştır. Bununla birlikte, çalışmanın en başından beri, dijital eşitsizliklerin yalnızca araçlara erişme ve onlara sahip olmakla ortaya çıkan bir erişim sorunu, kabaca bir

Bu noktada, dijital eşitsizliklerin, Weberyen perspektiften nasıl ele alınabileceğine geçmeden önce, Weber'in tabakalaşmayı nasıl gördüğünü hatırlatmakta fayda vardır. Weber'in tabakalaşma teorisine göre, sınıfların yeri ekonomik düzen, statü gruplarının yeriye onur dağılımının belirlendiği toplumsal düzen ve partilerin yeri de siyasal düzendir (Weber, 1998, s. 287; Ritzer, 2014, s. 239). Konuyla olan doğrudan ilişkisinden dolayı, burada yalnızca sınıf ve statü kavramları ele alınmıştır.

Weber'e göre üç koşul sağlandığı takdirde sınıftan bahsedilebilir: Bunlardan ilki, belli bir grup insanın yaşam olanaklarının belli bir nedensel ögesinin ortak olması; ikincisi, bu ögeyi, mal sahibi olmak ve gelir sağlamak gibi salt ekonomik çıkarların temsil ediyor olması ve üçüncüsü ise, bu ögenin, meta ve işgücü piyasalarının koşullarında temsil ediliyor olmasıdır (1998, s. 269-270). Dolayısıyla sınıf, "aynı sınıf konumunda bulunan insanlar grubu anlamına gelir (1998, s. 270)". Sınıf konumu ise, "kişilerin mal, yaşam koşulları ve kişisel yaşantılar için sahip oldukları tipik olanaklar (1998, s. 270)" şeklinde tanımlanır. Weber, bu olanakların, "verili bir ekonomik düzen içinde gelir sağlamak üzere mal ya da beceri harcama gücünün derecesi ve türü ya da bu gücün yokluğu tarafından belirleniyor (1998, s. 270)" olması gerektiğini ifade eder.

"Sınıf konumları bir yanda gelir getiren mülkiyetin türüne göre, öbür yanda da piyasaya arz edilebilecek hizmetlerin türüne göre değişebilir. (...) Mülkü olmayan ve hizmetini arz edenler de, hem bu hizmetlerin cinsine göre, hem de bu hizmetlerden kazandıklarını nasıl kullandıklarına göre ayrılırlar. Sınıf kavramının geniş anlamı her zaman için şudur: *Piyasa*'daki şansının türü, kişinin yazgısını belirleyen en önemli etmendir. "Sınıf konumu" bu anlamda son kertede "piyasa konumu"dur (Weber, 1998, s. 271)".

Weber'in sınıfa yaklaşımı, hem Marx'ın sınıfa yaklaşımı ile karşılaştırıldığında hem de kendi 'statü konumu' kavramı açıklandığında daha net anlaşılmaktadır. Weber'de tıpkı Marx gibi, mülk sahibi olanlar ve mülksüzler ayrımı ile yola çıkar. Buna göre, gelir

ekonomik bir sorun olmadığı vurgulanmaktadır. Bu sorun, toplumsal cinsiyete, yaşa, eğitim düzeyine, anne-baba eğitim düzeyine, gelire, yaşanılan bölgeye/coğrafyaya bağlı beceri ve kullanım farklılıklarıyla ortaya çıkan çok boyutlu bir sorundur. Bu sayılan unsurların, Weber ve özellikle Bourdieu'nün toplumsal sınıf analizinden beslenerek dijital eşitsizlik meselesini nasıl aydınlattığı bazı örnek araştırmalara referansla ortaya konulmaya çalışılmıştır.

yaratıcı mülkiyete sahip olma/olmama hâli farklı yaşam biçimlerini de beraberinde getirmekte, yaşam biçimlerinde beliren bu farklılıklar ise modern dünyadaki statü ayrımlarına temel teşkil etmektedir (Turner, Beeghley ve Powers, 2010, s. 231). Dolayısıyla, Weber aslında, mülk sahipliği ve mülksüzlüğün, tüm sınıfsal konumlara ait temel kategoriler olduğunu belirtir fakat Weber'in sınıf anlayışında, gelir getirici bir mülke sahip olmayanlar dahi modern toplum içerisindeki ekonomik ve siyasal kaynaklardan mahrum kalmazlar (Turner, Beeghley ve Powers, 2010, s. 232). Çünkü bir sınıfı başka bir sınıftan ayıran temel faktör, yalnızca mülk sahibi olanların mülkiyetten yararlanma hakları değil, mülksüzlerin sundukları beceri ve hizmetlerin değeridir (Turner, Beeghley ve Powers, 2010, s. 233). Sonuç olarak, sınıfın temellerini, salt üretim araçlarının mülkiyetine sahip olanlar ve olmayanlar ayrımı üzerine inşa eden Marks'tan farklı olarak, Weber sınıfı daha geniş bir çerçevede ele almaktadır. Bu geniş çerçeve, içerisinde hem mülkiyeti hem de eğitim, bilgi, beceri gibi bireylerin piyasaya sunabilecekleri farklı nitelikteki ekonomik faktörleri de barındırmaktadır. Böylece, yukarıda Weber'den yapılan alıntının son cümlesinde yer alan, sınıf konumunun aslında piyasa konumu olduğu şeklindeki ifade daha anlaşılır olmaktadır: Yani, bireylerin, gelir getiren mülklerinin yanı sıra, piyasaya sunabilecekleri beceri ve hizmetleri de kaderlerinde belirleyicidir.

Sınıflardan farklı olarak *statü grupları* çoğunlukla sosyal topluluklardır (Weber, 1998: 277) ve buna örnek olarak meslek grupları verilebilir (Weber, 1998: 286). Tamamiyle ekonomi tarafından belirlenen sınıf konumundan farklı olarak statü konumu, “insanların yaşam yazgısının somut, pozitif ya da negatif toplumsal onur ölçüsü tarafından belirlenen tüm tipik öğeleri (Weber, 1998, s. 277)” şeklinde tanımlanır. İşte, Weber'in tabakalaşma kuramını Marks'ın tabakalaşma kuramından farklılaştıran bir diğer önemli unsur statü konumudur. Üretim ve mülkiyet ilişkilerine dayanan sınıf tabakalaşmasının aksine, statü tabakalaşması özel hayat tarzlarının temsil ettiği tüketim biçimlerine göre belirlendiği için (Weber, 1998, s. 286) ve belli bir statü onuru edinmek isteyen herkesin, belli bir hayat tarzına sahip olması gerektiği için (Weber, 1998, s. 278); hem mülk sahipleri hem de mülksüzler aynı statü gruplarına mensup olabilirler (Weber, 1998, s. 277).

“Onura ilişkin ayrıcalıklar arasında özel giysiler giyme, başkaları için tabu olan özel yemekleri yeme, silah taşıma (sonuçları bakımından en açık ve somut olan), profesyonel olmayan belirli amatör sanat etkinliklerinde bulunma hakkına sahip olma, örneğin belli çalgıları çalabilme gibi şeyler vardır. Tabii maddi tekeller bu statü grubunun dışlayıcılığı için en etkili etmenleri oluşturur; bunlar kendi başlarına ender olarak yeterli olmakla birlikte, her zaman önemli ölçüde rol oynar (Weber, 1998, s. 282-283)”.

Weber, bireyin toplumsal onurunu sadece ekonomik gücünden almadığını; diğer bir deyişle, bireyin belli bir hayat tarzına sahip olmakla edindiği toplumsal onurun, sadece ekonomik güce sahip olmakla edindiği toplumsal onurla aynı olmadığını belirtmekle birlikte; belirli bir hayat tarzının sağladığı toplumsal statü onurunun eşit olduğu durumlarda, ekonomik varlığın ek bir güç verdiğini de kabul eder (Weber, 1998, s. 284). Dolayısıyla, sınıf ve statünün birbirleriyle ilişkili olduğu söylenebilir. Turney ve arkadaşları (2010, s. 234), sınıf ve statü arasındaki ilişkiyi, iki farklı statü grubuna denk gelen vasıflı bir inşaat işçisi ile bir şirket yöneticisinin birlikte öğle yemeği yeme konusundaki isteksizliklerini örnek göstererek açıklamışlardır.

Weber’in yukarıda özetlenmeye çalışılan sosyolojik yaklaşımı, internet sosyolojisi çalışmalarına farklı bir bakış açısı getirmekte ve Ragnedda ve Muschert’in (2015, s. 2758) vurgularıyla, dijital eşitsizliklerin *daha az teknik, daha az ekonomik* ama *daha sosyal* yönlerini anlamaya yönelik çabalar için bir fırsat sunmaktadır. Daha önce de belirtildiği üzere, Witte ve Mannon’un *Kültürel Perpektiften İnternet Eşitsizliği (Internet Inequality From A Cultural Perspective)* başlıklı yazıları böyle bir çabanın ürünü olarak değerlendirilebilir. Burada, internet kullanımındaki farklılıklar sınıfsal konum ve toplumsal statü ile ilişkilendirilmeye çalışılmıştır. Çalışmada sınıf konumunun belirleyicisi olarak kullanıcıların *gelir durumları*; toplumsal statünün belirleyicisi olarak ise *meslekleri/mesleki prestijleri* ve *aile geçmişleri* ele alınmıştır. İlgili makalede yer alan aşağıdaki ifadeler, Weber’in tabakalaşma kuramı ile internet kullanımı arasında kurulan ilişkinin anlaşılması noktasında açıklayıcıdır:

“Yaşam tarzlarının ve yaşam davranışlarının kapsamına giren olguların çeşitliliği oldukça önemlidir. Giydiğimiz kıyafetlerden ve kullandığımız otomobillerden aldığımız tıbbi ve dış bakımına kadar statü konumumuza bağlı olarak başkalarından farklı veya onlarla benzer şekilde yaşamaktayız. Çocuklarımızın gittiği okullar ve seçtikleri eşler de statü konumu ile ilişkilidir. (...) Bu da interneti önemli bakımlardan ilgilendirmektedir çünkü internet

kullanımı bireysel davranış biçimini temsil etmektedir ve internet kaynakları belirli statü gruplarının üyeleri arasındaki etkileşimi kolaylaştırabilmektedir (Witte ve Mannon, 2010, s. 88)”.

Yaşadığımız çağda, medya araçlarının birey yaşamındaki önemi önceki başlıklarda vurgulanmaya çalışılmıştı. Hatırlanacak olursa bu önem, medya araçlarının salt enformasyona ulaştırma ve iletişim sağlama işlevlerinden ileri gelmiyordu. Günümüzde medya araçları, yeni sosyalleşme biçimlerine dahil olabilmenin (Ergül vd., 2012, s. 126), maddi yoksullukları bir nebze de olsa aşabilmenin (Ergur vd., 2009, s. 83), fiziksel, sembolik ya da toplumsal ihtiyaçları karşılayabilmenin (Bal, 2015, s. 3) ve en önemlisi de küresel rekabet ortamına tutunabilmenin (Ergur vd., 2009, s. 103) aracı hâline gelmiştir. Böylece, yukarıdaki alıntıda da ifade edildiği gibi, çeşitli iletişim araçlarına sahip olmak ve o araçları farklı amaçlar için kullanmak, belirli statü grupları arasında etkileşimi olanaklı kılarken, onlara sahip olmayanları da çevrimiçi etkileşim kanallarının dışında bırakmaktadır. Sözgelimi, Witte ve Mannon, maddi olarak daha iyi durumda olan ve daha iyi eğitim almış Amerikalı internet kullanıcılarının, en yoksul ve en az eğitilmiş kesimlere kıyasla interneti daha yoğun kullandıkları ve daha geniş kapsamlı çevrimiçi etkinlikler gerçekleştirdiklerini (2010, s. 114) ifade etmektedirler. Bu sebeple, belirli çevrimiçi etkinliklerin, orta ve üst sınıftaki bireylerle ilişkili olarak (2010, s. 102), yani yoksulların ve eğitimsizlerin dışlandığı seçkin bir yaşam tarzının parçası olarak (2010, s. 114) görülebileceğini belirtmektedirler. Yazarlara göre (2010, s. 99-100), çevrimiçi olarak gerçekleştirilen çeşitli aktiviteler de, tıpkı kıyafet seçimleri, kullanılan otomobiller ya da eğitim alınan okullar gibi, belirli bir yaşam tarzıyla ilişkilidir:

“Günümüzde yeni bir bulaşık makinesi arayan hali vakti yerinde ve iyi eğitilmiş tüketici sadece birkaç mağazaya gitmiyor ve gördüğü en iyi modeli seçmiyor. Aksine bir ürün türünü ‘Google’ da arıyor”, çeşitli modelleri özelliklerine ve fiyatlarına göre karşılaştırıyor, başka bir tarayıcı sekmesi açıp mevcut kredi bakiyesini çevrimiçi olarak kontrol ediyor ve ürünü çevrimiçi olarak sipariş ediyor. Çok sayıda benzer senaryo ifade edilebilir: çocuğu için kolej araştırma, bir akşam yemeği organizasyonunda değişiklik yapma, yeni bir toplulukta iş olanakları arama. Dolayısıyla çevrimiçi etkinlikler Amerikalıların hayatlarında farklı izler bırakmaktadır ve bu izler ise sınıfsal konuma ve sosyal statüye göre değişiklik gösterebilmektedir”.

Görüldüğü üzere, Weber'in kavramlarını kullanan yukarıdaki araştırmalar internet kullanım amaçlarının bireylerin piyasaya sunabilecekleri bilgi, beceri ve niteliklere göre farklılaştığını göstermektedir. Bir ürünü satın almadan önce onun hakkında bilgi edinmek, internet bankacılığını kullanmak veya yemek organizasyonu yapmak gibi daha 'özel' çevrimiçi etkinlikler yüksek sosyo-ekonomik statüyle ilişkilendirilmektedir. Çevrimiçi etkinlikler ile sosyo-ekonomik statü ilişkisi, Pierre Bourdieu'nün kavramlarının referans alındığı araştırmalarda daha güçlü bir biçimde ortaya konmaktadır. Bu araştırmalara geçmeden önce, kısaca Bourdieu'nün toplumsal sınıf çözümlemesinden bahsedilecektir.

Bourdieu, toplumsal sınıf çözümlemesinde öznelci ve nesnelci yaklaşımların³⁰ karşıtlığını aşmaya çalışmış ve yerine alternatif bir *ilişkisel* anlayış önermiştir (Swartz, 2015, s. 203). Bourdieu'nün nesnelci yaklaşımlar içerisinde yer alan makro yapılara ve bunla bağlantı olarak Marksist toplumsal sınıf kuramına dönük eleştirileri, kendi toplumsal sınıf çözümlemesini de büyük ölçüde beslemiştir. Nitekim, Swartz'a göre (2015) Bourdieu, kendini klasik sosyolojinin önde gelen üç ismi olan Marks, Durkheim ve Weber'le özdeşleştirmekten kaçınsa da, her üçünden de büyük ölçüde ve "seçici bir biçimde" yararlanmıştı. Örneğin, kültürel pratiklerin sınıfsal eşitsizliği meşrulaştırması ve sürekli kılması anlamındaki Marksist görüşü kabul etmesine karşın, Bourdieu'ye göre toplumsal hayatın simgesel boyutu daha temelde yer alan maddi unsurlardan türemez. Buna bağlı olarak, altyapı ve üstyapı şeklindeki kavramsal ayrımı da kabul etmez; kökleri klasik idealizm ve materyalizm ikiliğine dayanan bu ikiliğin aşılması gerektiğini savunur. Alt yapı ve üst yapıyı birbirinden ayırmak yerine, toplumsal yaşamı, farklı maddi ve kültürel kaynakların üretildiği, dolaşıma girdiği ve tüketildiği alanlar olarak ele almak daha doğrudur. Nitekim Bourdieu *alan* kavramıyla, Marksist kuramda ayrılmış olan alt yapı ve üst yapıyı yeniden birleştirmiştir (Swartz, 2015, s. 61-63).

³⁰Bourdieu, öznelci yaklaşımlara üç farklı görüş grubunu yerleştirmiştir. Bunlardan ilki, simgesel etkileşimcilik, etnometodoloji, fenomoloji ve benzeri mikro analizlerdir. İkinci grup, toplumsal sınıfların varlığını ve kimliğini bireysel veya kolektif bilince indirgeyen bütün yaklaşımlardır. Üçüncüsü ise, sınıfi bilişsel bir inşa şeklinde ele alan ve sınıfın köklerini toplumsal gerçekliğe dayandırmayan görüşlerdir. Nesnelci yaklaşımlar ise, başta Marksizm olmak üzere, toplumsal eşitsizlikleri ele alan tüm yapısalcı kuramlardır. Tüm nesnelci yaklaşımların ortak yönü makro yapılara odaklanmalarıdır (Swartz, 2015, s. 204-205).

Marksist toplumsal sınıf kuramında, sınıfın üretim ilişkileri içinde işgal edilen bir konum olarak ele alınmış olması Bourdieu tarafından eleştirilir. Bourdieu'ye göre, kapitalist toplumlarda birçok iktidar kaynağı vardır ve üretim ilişkileri içinde işgal edilen konum bunlardan sadece biridir (Swartz, 2015, s. 205). Bu noktada Bourdieu Weber'e yaklaşarak onun sınıf ve statü grubu kavramlarından yararlanır ve kendi toplumsal sınıf çözümlemesinde bu ikisi arasındaki ilişkiyi yeniden kavramsallaştırır (Swartz, 2015, s. 69). Bourdieu'nün sınıf ve statü arasındaki ilişkiyi yeniden ele alması, kültür, beğeniler ve hayat tarzı göstergelerinin tümünü bir toplumsal sınıf çerçevesi içinde bütünleştirmesini sağlar (2015, s. 212). Buna karşın, Bourdieu'nün *sınıfı* hem Marks'ın üretim ilişkileri içindeki konum olarak tanımladığı sınıftan hem de Weber'in piyasa durumu olarak tanımladığı sınıftan farklıdır (Swartz, 2015, s. 215). Bourdieu, *Ayırım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi* (2015a) adlı eserinde toplumsal sınıfla ilgili olarak şunları söyler:

“Toplumsal sınıf ne tek bir nitelikle (sermayenin hacim veya yapısı gibi en belirleyici olan nitelik söz konusu olduğunda bile) ne belli bir *nitelikler* toplamıyla (cinsiyet, yaş, toplumsal veya etnik köken –örneğin beyaz ve siyahların, yerli ve göçmenlerin payı vb.-, gelir, eğitim seviyesi vb.) ne de bir neden sonuç, koşullayan koşullanan ilişkisi içindeki temel bir nitelikten (üretim ilişkileri içindeki konumdan) yola çıkılarak sıralanmış nitelikler zinciri olarak tanımlanabilir. Toplumsal sınıf, niteliklerin her birine veya pratikler üzerinde uyguladıkları etkilere öz değerini veren tüm ayırt edici nitelikler arası ilişkilerin yapısıyla tanımlanır (2015a, s. 164-165).

Bourdieu'nün sınıf çözümlemesine, meslek ve gelirle birlikte hayat tarzını gösteren çeşitli unsurlar, beğeniler, eğitimsel kazanımlar, toplumsal cinsiyet ve yaş da dahildir (Swartz, 2015, s. 206). Toplumsal sınıflar, kültürle olan ilişkilerine göre de tanımlanır (Jourdain ve Naulin, 2016, s. 81). Bourdieu *Pratik Nedenler* (2015b) adlı eserinde, “her bir konum sınıfına/kümesine, ona karşılık gelen koşulla bağdaşan toplumsal koşullandırmaların ürettiği bir *habitus*'ler (ya da *zevkler*) sınıfı/kümesi ve (hem bu *habitus*'ler hem de onların türeme kapasiteleri aracılığıyla) tarzlarının yakınlığıyla birleşmiş olan sistematik bir mallar ve özellikler bütünü tekabül eder” der. Bu ifadesiyle *habitus* ile ilişkili olan sermaye tiplerine, *kültürel* ve *ekonomik sermayelere* de gönderme yapmaktadır. *Habitus*, bireyler tarafından sosyalleşme sürecinde içselleştirilen idrak, değerlendirme ve eylem şablonları olarak ifade edilebilir. Bu şablonlar dünyanın nasıl

algılanacağına ve çeşitli durumlarda nasıl davranılacağına ilişkin yolların benimsenmesini sağlar. Her bireyin yaşam şartlarına göre değişiklik gösteren *habitus* kavramı, aynı sosyo-ekonomik statüye ve yaşam koşullarına sahip bireylerin kısmen aynı *habitus*a sahip oldukları anlamına gelir (Jourdain ve Naulin, 2016, s. 42-43). Diğer bir deyişle *habitus*, “temel toplumsal hayat koşullarının yatkınlıklara dönüşecek şekilde” içselleştirilmesi ve cisimleştirilmesidir (Swartz, 2015, s. 49). Bourdieu bu durumu şöyle açıklamaktadır:

“(…) patronlar, serbest meslek sahipleri ve üniversite profesörleri gibi güçlü bir toplam sermaye hacmine sahip olanlar genel olarak, vasıfsız işçiler gibi ekonomik ve kültürel sermaye konusunda en yoksul olanlarla karşıt konumladadırlar; ancak bir başka bakış açısından, yani malvarlıklarında ekonomik sermayeyle kültürel sermayenin görece ağırlığı açısından, profesörler (kültürel sermaye konusunda, ekonomik sermayeye oranla görece daha zengindirler) patronların (bunlar da, ekonomik sermaye konusunda, kültürel sermayeye oranla görece daha zengindirler) ciddi biçimde karşıtıdır (...) *Habitus*ler ayrı ve ayrıştırıcı pratikler doğurur –bir işçinin yediği şey, özellikle de yeme biçimi, yaptığı spor ve yapma biçimi, siyasal kanaatleri ve bu kanaatleri ifade etme biçimi sanayici patronun bunlara tekabül eden tüketimleri ve etkinliklerinden sistematik olarak farklıdır; ancak bunlar, aynı zamanda sınıflandırıcı şemalardır, farklı sınıflandırma ilkeleri, farklı görü ve ayırım ilkeleri, farklı zevklerdir. İyi ile kötü, güzel ile çirkin, saygın ile kaba vb. arasındaki ayrımları saptarlar ama bu ayrımlar özdeş değildir. Örneğin, aynı davranış ya da aynı eşya birisine saygın, diğerine fazla iddialı ya da gösterişli, bir üçüncüye de çok kaba görünebilir” (Bourdieu, 2015b, s. 21-22).

Bourdieu yukarıdaki ifadelerinde, farklı *habitus*lardan gelen bireylerin farklı yaşam tarzlarına sahip olduğu görüşünü çok açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Profesör, patron ve işçi örnekleri üzerinden anlattığı bu görüş, hem yeni iletişim araçlarına erişimin bir sorun olmaktan görece çıkması hem de yalnızca bir erişim sorunu olmadığının farkedilmesiyle, özellikle 2000’li yıllardan sonra yapılan dijital eşitsizlik araştırmalarının teorik arka planı için önemli bir kaynak olmuştur. Bu araştırmalardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Selwyn (2004), iletişim teknolojilerine erişen bireyler arasındaki kullanım ve beceri farklılıklarının arkasında yatan nedenlerin Bourdieu’nün ortaya koyduğu farklı sermaye türleri ile ilişkili olarak açıklanabileceğini; ekonomik, kültürel ve sosyal sermayenin

bireylerin bu teknolojileri kullanma becerileri üzerinde etkili olabileceğini ifade eder (2004, s. 351- 352). Çevrimdışı dünyadaki eşitsizliklerin yansımadığı bir çevrimiçi dünya hayal etmenin saflık olacağını (2004, s. 357) söyleyen yazar, aslında şu soruyu sormaktadır: “Neden bazı bireyler, araçlara erişebildikleri ilk zamanlar da dahil olmak üzere, bu araçlarla daha başarılı bir etkileşim kuruyorlarken, neden bazıları bunu sağlayamıyor?” (2004, s. 351). Bu sorunun yanıtını, Bourdieu’nün sermaye türlerini kullanarak geliştirdiği yeni bir sınıflandırma biçimiyle verir.³¹ İletişim teknolojilerine erişmek için gerekli olan *ekonomik kapasite*; onları kullanabilmek için gerekli olan *kültürel sermaye* ve teknolojik irtibat ve destek ağlarından oluşan *sosyal sermaye* bu sınıflandırmada yer alır (2004, s. 355):

Ekonomik sermaye: İletişim teknolojilerinin donanım ve yazılımlarını satın alabilmek için gerekli olan ekonomik kapasitedir.

Kültürel sermaye:

- *Somutlaşmış (bedenselleşmiş) kültürel sermaye*: İletişim teknolojileriyle ilgili bilgi ve becerileri geliştirmek amacıyla zamana yapılan yatırımdır. Çeşitli formel ve informal eğitime katılım sağlamak bu kapsama girer.
- *Nesneleşmiş kültürel sermaye*: Teknolojiyle sosyalleşmektir. Medyanın tüm biçimleri, aile, akranlar ve diğer sosyalleşme araçları aracılığıyla sağlanır.
- *Kurumsallaşmış kültürel sermaye*: Formel teknoloji eğitimidir.

Toplumsal sermaye: Teknolojik irtibat ve destek ağlarıdır.

- *Yüzyüze*: Aile, arkadaşlar, komşular, öğretmenler, diğer ‘anlamli ötekiler’ ve grup ve dernek üyelikleri.
- *Uzaktan*: Çevrimiçi yardım imkânları ve ticari telefon yardım hatları (Selwyn, 2004, s. 355).

Selwyn (2004, s. 357) çalışmasının sonuç bölümünde, çevrimdışı dünyadaki eşitsizliklerin yansımadığı bir çevrimiçi dünya hayal etmenin saflık olacağını söyler.

³¹Mine Gencil Bek ve Esin Aygün’e ait *Eşitsizlik ve Kimlik Ekseninde Gençler ve Yeni Medya* (2014) başlıklı çalışmada bu sınıflandırma biçimine referans verilmektedir. Turkcell GSM firmasına ait bir reklamın farklı yaş ve sınıfsal kökenlerden gelen çocuk ve gençler tarafından nasıl alımlandığının ortaya koyulmaya çalışıldığı araştırmada, dijital eşitsizliklere salt bir erişim ve sahiplik sorunu olarak yaklaşılmamaktadır.

Kuramsal temeli Bourdieu'nün *habitus* ve *beğeni* kavramları üzerine inşa edilen farklı bir çalışma, North ve arkadaşlarının, *Dijital Beğeniler: Sosyal Sınıf ve Gençlerin Teknoloji Kullanımı* (*Digital Tastes: Social Class And Young People's Technology Use*) (2008) başlıklı araştırmalarıdır. 15 yaşlarındaki 25 Avusturalyalı gençle gerçekleştirilen vaka çalışması (*case study*) sonucunda, sınıf ve teknoloji kullanımı arasında güçlü bir ilişki olduğu bulgulanmış; sınıf göstergeleri olarak alınan ebeveyn eğitim düzeyi ve mesleği, gençlerin dijital beğenilerini etkileyen unsurlar olarak görülmüştür (2008, s. 895). Gençler, ev ve okulda benzer teknolojilere sahip olsalar ve yeni teknolojiler hakkında benzer bilgi düzeyinde olsalar bile, ailelerinin eğitim düzeyini, mesleklerini ve coğrafi konumlarını kapsayan toplumsal arkaplanları bu teknolojileri kullanım pratiklerini farklılaştırmıştır (2008, s. 908-909).

Zillien ve Hargittai ise, *Dijital Ayrım: Statüye Özgü İnternet Kullanım Türleri* (*Digital Distinction: Status-Specific Types of Internet Usage*) (2009) başlığını taşıyan çalışmalarında, sosyal statü ve “sermaye-arttırıcı” internet kullanımı arasında ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Sosyo-ekonomik statüsü yüksek bireylerin çevrimiçinde harcadıkları zamandan fayda sağlama eğilimleri, yani “sermaye-arttırıcı” çevrimiçi davranışları düşük sosyo-ekonomik statüye sahip bireylere oranla daha fazladır. Sosyo-ekonomik statünün yükselmesi, kullanıcıların çevrimiçi davranışlarını değiştirmektedir. Örneğin, yüksek statüdeki kullanıcıların, internette siyasi ve ekonomik içerikli haberleri okuma, seyahatle ilgili aramalar yapma veya çeşitli ürünlerin fiyatlarını karşılaştırma olasılıklarının sosyo-ekonomik statüsü düşük kullanıcılardan daha fazla olduğu bulgulanmıştır. Buna karşın, sosyo-ekonomik statü düştükçe “sermaye-arttırıcı” internet kullanımından uzaklaşıldığı, örneğin sohbet odalarını kullanma eğiliminin arttığı gözlemlenmiştir. Yazarlar teknik, ekonomik, sosyal veya kültürel anlamda daha fazla kaynağa sahip bireylerin interneti daha faydalı amaçlar için kullandıklarını, gündelik yaşama dahil olan hiçbir teknolojinin birey yaşamında, bireyin mevcut toplumsal konumundan bağımsız bir etkiye sahip olamayacağını vurgularlar (2009, s. 287-288).³²

³²Burada, yazarlar Everett M. Rogers'ın “yenilikçilik-ihtiyaç paradoksu” (*innovativeness-needs paradox*) kavramına gönderme yapar. Bu kavrama göre, yenilikçilik ile yeniliklerden yararlanma ihtiyacı arasında paradoksal bir ilişki vardır. Bu paradoksa göre, her yeni teknoloji, düşük ve yüksek sosyo-ekonomik statüdeki bireyler arasında mevcut olan eşitsizlikleri daha çok büyütmektedir (Rogers 1995'den aktaran Zillien ve Hargittai, 2009, s. 287). Dolayısıyla, bu paradoks yeni iletişim teknolojilerine erişim eşitlendikçe farklılıkların azalacağı görüşünü reddetmektedir (Taşdemir ve Fındık, 2017, s. 46).

3. Yöntem

Bu bölümde araştırmanın modeli, araştırmanın evreni ve örnekleme ile verilerin toplanması ve çözümlenmesi süreçlerine ilişkin bilgiler verilmektedir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Bir araştırmada hangi yöntemin seçileceği hususu oldukça önemli olduğu gibi, bu seçimi belirleyen temel unsurlar araştırmanın problemi ve amacıdır. Bununla birlikte, araştırmacının teorik bakış açısı, araştırmada kullanılabilecek kaynaklar ve elbette araştırmacının becerileri de belirleyicidir (Gönç Şavran, 2009, s. 79). Bu araştırmada nitel ve nicel yöntemler bir arada kullanılacağı için *karma* araştırma yöntemi benimsenmiştir. Nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin bir arada kullanılmasıyla ilgili iki farklı görüş vardır: Bunlardan ilki, nicel ve nitel yöntemlerin toplumsal gerçekliği anlamının farklı yolları olduğunu, bu sebeple bir arada kullanılamayacaklarını savunur. İkinci bir görüş ise, bu iki yöntemin aslında farklı araştırma problemlerine uygun farklı yollar olduğunu, dolayısıyla bu farklı yöntemlere uygun araştırma tekniklerinin güçlü yönlerine eğililebileceğini ve bir arada kullanılabileceğini söyler. İşte bu ikinci görüş doğrultusunda, aynı araştırma içerisinde her iki yöntemden faydalanılması durumu, *yöntemsel çoğulculuk*, *nirengi*³³ veya *üçgenleme* şeklinde ifade edilmektedir (Gönç Şavran, 2009, s. 91; Neuman, 2010 s. 222). Karma araştırma yönteminin neden bu araştırma için önemli olduğu, hem çalışmanın devamında hem de sahadan örnekler verilerek bulgular bölümünde daha açık bir şekilde belirtilmiştir.

Karma yöntemi, “*görmenin birden fazla yolu*” şeklinde tanımlayan Creswell ve Clark (2015a, s. 5), nicel araştırma teknikleriyle elde edilen verilerin, araştırmacıyı, araştırma problemi ile ilgili genel bir anlayışa, nitel araştırma teknikleriyle elde edilen verilerin ise, aynı problemle ilgili daha ayrıntılı bir anlayışa ulaştırabildiğini söyler. Özellikle bir çalışmanın sonuçlarının, araştırma sorusunu açıklamaya yetmediği durumlarda karma yöntem kullanılabileceğini ifade eden yazarlara göre, araştırma soruları göz önünde bulundurularak nitel ve nicel veriler ikna edici ve titiz bir şekilde toplanır ve araştırmanın vurgusuna göre nicel veya nitel veri türlerinden birine veya her ikisine öncelik verilebilir (Creswell ve Clark, 2015a, s. 8-10). Dolayısıyla, bu çalışmada uygulanan anket ile görece yoksul, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel anlamda

³³Neuman’a (2010, s. 222) göre nirengi, “bir şeye birden çok bakış açısından bakmanın daha fazla doğruluk sağladığı fikri”dir.

dezavantajlı olan bireylerin medya kullanım pratikleri ile ilgili genel bir bilgi edinilmesi; yapılandırılmış görüşmelerle ise, örneğin kadın-erkek, genç-yaşlı, eğitilmiş-eğitimsiz bireyler arasında farklılaşacağı varsayılan medya kullanım pratikleri ve medyanın toplumsal etkilerine yönelik algıları hakkında daha derinlemesine bir değerlendirmeye ulaşılması amaçlanmıştır. Böylece bir yöntemin zayıf taraflarının, bir diğer yöntemle giderilebileceği düşünülmüştür. Nitekim çalışmanın başından beri belirtildiği üzere, medya araçlarının çoğalması, yeni medya ve geleneksel medya araçlarının birlikte kullanılmaya ve hatta içeriklerinin eş zamanlı tüketilmeye başlanması, izleyicilerin/kullanıcıların tüketim pratiklerini öğrenmeyi amaçlayan soruların da yeniden düzenlenmesini gerekli kılmıştır. Bir diğer deyişle, medya tüketimine odaklanan çalışmalarda, yeni iletişim teknolojilerinin gelişimine paralel olarak, araştırmalarda kullanılacak yöntem, teknik ve soruların da çok titizlikle belirlenmesi ihtiyacı doğmuştur. Örneğin, bu çalışmada, örneklemin 14-80 yaş aralığındaki bireylerden oluşması, yani yaşlı bireylerinde araştırma kapsamında olması, “internet kullanıyor musunuz?” sorusunun, “kendi başınıza internet kullanabiliyor musunuz?” şeklinde sorulmasını gerektirmiştir. Bu iki soru arasındaki ayrımın önemi, özellikle son on yıl içerisinde internet içeriklerinin çeşitlenmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Daha açık bir ifadeyle, internet, bankacılık işlemlerini gerçekleştirmek gibi ileri beceri gerektiren bir amaç için veya sadece Facebook’ta başkalarının ne paylaştığını görmek gibi temel düzey beceri gerektiren bir amaç için kullanılıyor olabilir. Dolayısıyla yaşlı bir internet kullanıcısı, sadece sosyal medyada gezinmeyi bildiği için internet kullanıyor musunuz sorusuna hayır yanıtını verebileceği gibi, yine sadece sosyal medyada dolaşabildiği için aynı soruya evet yanıtını verebilir. Böylece, evet-hayır cevaplarının yüzdeleri yanlış dağılacak ve sonuçlar toplumsal gerçekliği doğru şekilde yansıtmayacaktır. Oysa bir araştırmacı sağduyusunu gerektirmeyen çok sıradan gözlemler bile artık yaşlı bireylerin de akıllı cep telefonu kullanabildiğini, uzaktaki yakınlarıyla WhatsApp uygulaması yoluyla görüntülü konuşma yapabildiğini ve farklı sosyal medya ortamlarını kullanabildiğini göstermektedir. Eskişehir’deki düşük gelir ve statü grubunu temsil ettiği varsayılan mahallelerde gerçekleştirilmesi nedeniyle, böyle bir ayrım farklı yaş gruplarının olduğu kadar farklı eğitim düzeylerinin kullanım pratiklerinin anlaşılabilmesi açısından da önemlidir. Bu anlamda, yüz yüze uygulanan anketler ve görüşmeler, tam da Creswell ve Clark’a (2005a, s. 9) referansla yukarıda belirtildiği gibi, bireylerin sorulara verdiği tepkilere ve mimiklere tanık olunmasını, medya kullanımlarına ilişkin daha net bilgilere,

araştırma problemi ile ilgili daha ayrıntılı bir anlayışa ulaşılmasını sağlamıştır. Yazarlar bu durumu daha açık bir şekilde şöyle ifade ederler:

“Tek bir veri kaynağının yetersiz kaldığı çeşitli yollar vardır. Tek türde bir delil, tüm hikâyeyi anlatamayabilir veya araştırmacı problemi ele alırken tek türde bir delilin yeterliliğine güven duymayabilir. Nitel ve nicel verilerden elde edilen sonuçlar, sadece tek tür veri toplayarak bilinmeyecek şekilde çelişkiler içerebilir. (...) Bunların hepsi, bir problemi ele alırken sadece tek bir yaklaşım kullanmanın yetersiz olduğu durumlardır”.

İşte bu sebeplerle, *nirengi* şeklinde ifade edilen, *bir konuya ya da olguya farklı perspektiflerden bakmanın* (Neuman, 2010, s. 222) daha iyi olacağı fikrinden hareketle, araştırmada nicel ve nitel yönetime ait veri toplama teknikleri bir arada kullanılmıştır. Karma araştırma deseni içerisinde yer alan ‘açımlayıcı sıralı desen’ benimsenmiştir. *Nitel takip yaklaşımı* da denilen bu desen de (Morgan, 1998’den aktaran Creswell ve Clark, 2015b, s. 89), araştırmacı çalışmasına nicel bir aşamayı yöneterek başlar ve arkasından daha özel sonuçlara ulaşmak için nitel aşamaya geçer. Açımlayıcı desenin hangi şartlarda kullanışlı olduğu, nicel verilerle değerlendirilen eğilimlerin ardındaki işleyiş veya sonuçlar açıklanmak istendiğinde anlaşılır. Bununla birlikte, nicel sonuçlara dayanan yeni soruların geliştirilmesi ve bu soruların nicel verilerle açıklanamıyor oluşu da önemlidir (Creswell ve Clark, 2015b, s. 89-90). Dolayısıyla, yukarıda “*internet kullanabiliyor musunuz?*” sorusu örneğinden hareketle ifade edildiği gibi, nicel verilerle açıklanmayan hatta anlaşılamayan medya kullanım örüntülerini ortaya çıkarmak için karma araştırma deseni seçilmiştir. Saha çalışmasına nicel aşama ile başlanıp arkasından daha özel sonuçlara ulaşmak için nitel aşamaya geçilmiş olsa da, bu araştırma için, her iki veri türünün de eşit önceliğe/değere sahip olduğu rahatlıkla söylenebilir. Yani, anket tekniğiyle elde edilen veriler ile yarı yapılandırılmış görüşme ve yapılandırılmamış gözlemden elde edilen veriler arasında bir öncelik/değerlilik ilişkisi kurulmamıştır. Her iki yönetime ait tekniğe de, araştırmayı güçlendirmek ve araştırma sonuçlarının genellenebilirliğini arttırmak amacıyla başvurulmuştur.

3.2. Veri Toplama Süreci ile Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Eskişehir’de yaşayan insanlar oluşturmaktadır. Örneklemi ise, Eskişehir’de yaşayan yoksul bireylerdir. Araştırmanın örnekleme, *olasılığa dayalı olmayan örnekleme* tekniklerinden olan *amaçsal örnekleme seçim tekniği* ile

belirlenmiştir. Buna göre, yoksul bireylere ulaşmanın daha kolay olduğu, düşük gelir ve statü grubunun ortalama özelliklerini en iyi yansıtacağı düşünülen Eskişehir'in Odunpazarı ilçesine bağlı üç mahallesi; Emek, Gündoğdu ve Sevinç mahalleleri amaçsal örnekleme tekniğiyle seçilmiştir. Örneklem seçiminde ikinci bir alt örnekleme yapılmış ve üç mahalle içinden aylık hane geliri sadece 4.500,00 TL³⁴ ve altında olan bireyler çalışmaya dâhil edilmiştir. Bu üç mahallenin neden tercih edildiği aşağıda daha ayrıntılı olarak açıklanacaktır. Ayrıca, Emek ve Gündoğdu mahalleleri, saha çalışması Eskişehir'de gerçekleştirilmiş olan "Toplumsal Eşitsizlikler ve Sağlık: Eskişehir'de Sosyolojik Bir Araştırma" başlıklı tez çalışmasında da "kentsel düşük gelir ve statü grubunun özelliklerini en iyi yansıtacağı düşünülen ve işçilerin ağırlıklı olarak yaşadığı iki mahalle (Gönç Şavran, 2010, s. 179)" olması dolayısıyla tercih edilmiştir.

Aktaş Yamanoğlu (2006), yoksulluk, gelir-tüketim ekseninde etrafında kavramsallaştırıldığında, bu süreçle ilişkili farklı boyutların ihmal edilebildiğini ifade eder.³⁵ Bourdieu, bireylerin karşılaştıkları güçlükler üzerine eğilen çalışmalarda, maddi yoksulluğu tek ölçüt olarak ele almanın eksikliğini savunur ve toplumsal sınıfı da hem kültürel-yapısal hem de mekânsal bir bağlamda ele alır (Bourdieu 1998'den aktaran Gönç Şavran, 2010, s. 60).³⁶ Arun (2014, s. 187) ise, ayrımın, yalnızca ve en fazla göze çarpan şekilde ekonomik sermayeye bağlı olmadığını; kültürel sermayenin bireyleri net olarak birbirinden ayırdığını belirtir. Bourdieu, eğitim olanaklarındaki eşitsizliklere yönelik bir kültürel açıklama getirmiş olmasına karşın, yoksulluğun kökenleriyle ilgili 'kültürcüler' ve 'yapısalcılar' arasında halihazırda var olan tartışmaların ötesinde ve farklı bir bakış

³⁴Söz konusu tutar belirlenirken, Türkiye Cumhuriyeti Toplu Konut İdaresi Başkanlığı'nın alt gelir grubu konut başvuruları için şart koyduğu azami aylık hane gelir tutarı referans alınmıştır.

³⁵Melike Aktaş Yamanoğlu, "Kent Yoksulu Gençlerin Yaşam Koşulları ve Yoksulluğun Yeniden Üretimi" (2006) başlıklı çalışmasında, yoksulluğu nesnel bir kategori şeklinde tanımlamadığını belirtir. Yaşanılan yerin yoksulluk deneyimine katkısını göz önüne alarak, yoksulluğun mekânsal olarak yoğunlaştığı bölgelerde, yaşam standartını yükselten türlü kaynaklardan belli düzeylerde yoksun olan gençlerle görüşme gerçekleştirdiğini belirten yazar, yoksulluğu sosyal dışlanma süreçlerini de içeren bir bağlamda ele almış, Pierre Bourdieu'nün ekonomik, kültürel ve sosyal sermaye kavramsallaştırmasına uygun bir yaklaşımı benimsemiştir (Aktaş Yamanoğlu, 2006, s. 10-13).

³⁶"Konuma dair sefalet" (*misère de position*), Bourdieu'nün 1993 yılında yayımlanan "*Dünyanın Sefaleti*" (La Misère du monde) adlı eserinde geçer. Bourdieu, "*itibarlı ve ayrıcalıklı bir evrende aşağı, görünmez ve ücra bir konumu işgal eden insanların*" toplumsal yaşamı daha sancılı bir şekilde tecrübe ettiklerini belirtir ve bu durumu "konuma dair sefalet" olarak adlandırır. İşte "büyük sefalet" (*la grande misère*) tüm sefaletlerin tek ölçütü olarak kabul edildiğinde toplumsal düzenin ayırt edici özelliğini belirleyen ızdırapların önemli bir kısmı; yani konuma dair sefaletler anlaşılamayacaktır (Bourdieu vd. 2015: 39-40). ("Büyük sefalet" kavramı kitabın *The Weight of the World* isimli İngilizce basımında "material poverty (1999: 4)" şeklinde çevrilmiştir.)

açısı sunar. Bourdieu'nün 'kültürel' açıklaması, *yoksulluk kültürü*³⁷ yaklaşımında olduğu gibi, toplumsal normlara uymayan davranışların kültürel kökenlerine eğilmez ve kurbanı suçlamaz. Bourdieu, bireylerin sınırlı fırsatlara nasıl uyarlandığını, yapısal dezavantajların, sosyalleşme yoluyla kuşaktan kuşağa nasıl aktarıldığını ve böylece kalıcı denilebilecek yatkınlıklara dönüşecek biçimde nasıl içselleştirildiğini anlatır (Swartz, 2015, s. 149). Yaşanılan yer, eğitim olanakları, toplumsal yaşama katılım, gelir gibi yaşam standartını yükseltebilecek unsurlar; *ekonomik, sosyal ve kültürel sermaye* önemli görülür. Çalışmada bu kavramlar, Bourdieu'nün yaklaşımıyla ve kavramsallaştırmasıyla ilişkili olarak kullanılmıştır.

Burada önemle altının çizilmesi gereken nokta, bu araştırmanın bir yoksulluk araştırması olmadığıdır. Daha açık bir ifadeyle, belirli bir grubun yoksulluk düzeyinin ölçümü, maddi varlıkları, içinde bulundukları koşulların nedenleri veya bu koşulları nasıl deneyimledikleri bu araştırma kapsamında değildir. Bu araştırma, görece bir yoksulluğa, yaşa, toplumsal cinsiyete ve eğitim düzeyine ilişkin toplumsal eşitsizlikleri dikkate alarak, aynı mahallede yaşayan ve ortak bir *habitusu* paylaşan bireylerin yeni iletişim araçlarını kullanım pratiklerini ve bu araçlarla olan ilişkilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bununla birlikte, sahada geçirilen süre ve bu süreçte edinilen tecrübeler yoksulluğu salt gelirle ve mülk sahipliğiyle ilişkili bir durum olarak değerlendirmenin

³⁷Yoksulluk kavramı, *kültürel* öğeleri ve *yapısal* öğeleri öne çıkarmaları açısından farklılaşan iki temel bakış açısı altında incelenmektedir. İlki, yoksulluğu bireylerin ya da bir toplumsal grubun özellikleriyle ilişkilendirerek ele almaktadır: Burada bireysel yetersizliğe, yeteneksizliğe, yoksulluk durumundan çıkmak için yeterli çaba göstermeme eğilimine yol açan disiplinsizliğe ve tembelliğe vurgu yapılır (Yılmaz, 2008). Nitekim Oscar Lewis'in, özellikle 1959 yayımlanan "*Beş Aile*" (Five Families) ve 1966'da yayımlanan "*İşte Hayat*" (La Vida) isimli kitaplarında değindiği "yoksulluk kültürü" kavramı, elbette kültürel öğeleri öne çıkaran bakış açısını temsil eder. Buna karşın Yılmaz (2008), kavramın aslında yoksulluğun bireyler üzerindeki olumsuz etkilerini göstermesi açısından sistemin bozukluğuna vurgu yaptığını, fakat zamanla bireyleri kendi yoksulluklarının asıl sorumlusu olarak gösteren kültürel anlamın baskın çıktığını belirtir. Lewis, Porto Riko'lu bir aile üzerine yapmış olduğu incelemeye dayanan "*İşte Hayat*" isimli belgesel romanında, yoksulluğu, "kendi çevresi içinde ve rasyonel olarak ailede kuşaktan kuşağa geçen bir yaşam şekli olarak" (1900, s. L) tanımak istediğini belirtmiştir. Lewis'e (1990, s. LV-LVI) göre, yoksulluk kültürünün aile düzeyindeki başlıca özellikleri; çocukluk döneminin bulunmaması, cinsiyetle erken tanışma, nikâhsız evlilikler, erkeklerin eş ve çocuklarını çok sık terk etmeleri ve bu tür erkeklerin fazla oluşu vb. şeklindedir. Birey düzeyindeki bazı özellikler ise; zayıf benlik yapısı, içgüdünün kontrol edilmemesi, bugünü yaşayarak yarını çok az düşünme, kendini bırakma, tevekkül vb. şeklindedir. Lewis, yoksulluğun etkilerinin tek kuşakta yok edilmesinin mümkün olmadığını (1990, s. XI) ve yoksulluk kültürünü yok etmenin yoksulluğu yok etmekten daha zor olduğunu ifade eder (1990, s. LX). Dolayısıyla burada esas alınan, yoksulluğun yaşam biçimi hâline gelmesi ve böylece kuşaktan kuşağa aktarılan ortak davranışsal özellikleridir. Yapısalcı bakış açısı ise yoksulluğu bireysel özellikler ve yeteneksizliklerin dışında; devletin yeniden dağıtım mekanizmasında, sosyal ve ekonomik yapının kendisinde ve toplumsal tabakalaşmada arar (Yılmaz, 2008).

yeterli olmadığını göstermiştir. Özellikle eğitimsizliğin ve gündelik yaşamın sınırlarını çizen toplumsal cinsiyete ilişkin kabul edilmiş yargıların bireylerin yaşam kalitesini düşüren, kendilerine olan güveni azaltan, maddi yoksunlukları derinleştiren ve hatta zaman zaman maddi varlıkları anlamsız kılan önemli unsurlar olduğunu göstermiştir. Bu sebeple, bu çalışmanın odağındaki bireylerin gerek sosyo-ekonomik gerekse de sosyo-kültürel anlamda kısıtlı imkânlarla sahip olduğunu söylemek daha doğru olacaktır.

Sınıfları tüketim gücü üzerinden değerlendiren reklam, medya ve pazarlama alanındaki çalışmaların yanı sıra, sınıf olgusuna odaklanan sosyolojik çalışmalarda kullanılmak üzere, ölçme de kullanılan kriterleri ve ölçme başarısı hâlâ tartışmalı olan sosyo-ekonomik statü (SES) ölçekleri geliştirilmiştir (Akarçay, 2016, s. 146). Sosyo-ekonomik statü, en genel anlamda “bireylerin ve/veya hanelerin sosyal hiyerarşi içindeki konumları/pozisyonları” şeklinde tanımlanır (Kalaycıoğlu vd., 2010, s. 192). Statü grupları A (en üst), B (üstün altı), C1 (ortanın üstü), C2 (ortanın altı), D (altın üstü) ve E (altın altı) şeklinde sıralanır. Türkiye Araştırmacılar Derneği (TÜAD) de, Reklamverenler Derneği ve Reklamcılar Derneği işbirliği ile, Türkiye’deki pazarlama faaliyetlerinde tek bir referansın baz alınması amacıyla 2006 yılında SES çalışması gerçekleştirmiştir.³⁸ Fakat, çalışma 2012 yılında değişen ve gelişen ihtiyaçlara uyum sağlanması adına yeni bir örneklemeyle tekrar edilmiştir. TÜAD’ın, 2012 yılında geliştirilen ‘Yeni SES’ ölçeği ile ilgili sunumunda, sosyo-ekonomik statünün gelirle %100 ilişki içinde olmasının beklenmemesi gerektiği ifade edilir. TÜAD’a göre, gelir eşittir ‘yaşam tarzı’ olmadığı için, gelir eşittir ‘SES’ de değildir (Örneğin, hanehalkı paneli esas alınarak yapılmış olan bir araştırmada, AB grubunun %12’si en alt iki gelir grubunda çıkarken, DE grubunun %22’si ise en üst gelir grubunda çıkmıştır). Fakat, bu gelirin tamamen dışarda bırakılabileceği anlamına da gelmemektedir. Nitekim, 2006 yılındaki SES ölçeğinde bir takım değişikliklere gidilmesi yönündeki ihtiyacın en başta gelen nedeni, bu ölçekte, eğitimin meslekten daha ağırlıklı bir rol oynaması, böylece hanehalklarının ekonomik durumundaki değişimlerin SES düzeyine olan katkısının gözlenememesidir. Bu sebeple, ‘Yeni SES’te, mesleğin eğitimden daha ağırlıklı bir rol oynaması sağlanmıştır. Buradaki amacın, SES ve gelir grupları arasında %100 korelasyonu sağlamak olmadığı, meslek ve eğitimin açıklamakta yetersiz kaldığı

³⁸<https://tuad.org.tr/projeler/sosyo-ekonomik-statü-2012> (Erişim tarihi: 06.09.2019)

sapmaları azaltmak olduğu ifade edilir. Hanedeki bireylerin yaşı, cinsiyet, eğitim düzeyi ve meslek bilgileri; asıl gelir getirenin ve eşinin anne-baba³⁹ eğitim düzeyi ve mesleği; mülk sahipliği; tatil ve ev dışı etkinliklerin yanı sıra internet sahipliği ve internetin kullanım alanı SES düzeyinin belirlenmesi noktasındaki önemli sorulardır (TÜAD, 2012).

Kalaycıoğlu ve arkadaşları da (2010, s. 187), bir sosyo-ekonomik statü endeksi geliştirerek farklı toplumsal tabakaları, daha sonra da bu tabakalara özgü sosyal ve ekonomik özellikleri belirlemeyi amaçladıkları çalışmalarında, toplumsal tabakayı ölçme çabalarının hem *sınıf* ve *statü* şeklinde birbiriyle ilişkili iki önemli kavramı hem de belli başlı yeni soruları gündeme getirdiğini belirtir: “Ölçüm ile yüksek tabaka, orta tabaka, alt tabaka gibi ayrımlar ve bu ayrımlara olanak sağlayıcı kesme noktaları keyfi midir? Ya da ölçüm için kullanılmakta olan araçlar temsil edici midir? Ölçütlerin birinde başka bir tabakada diğesinde başka bir tabakada olmak mümkün değil midir?” (Kalaycıoğlu vd., 2010, s. 187) sorularını soran yazarlar, bu soruların, Marx’ın ekonomik gerekirciliğini reddederek Weberyen bir yaklaşımı benimsemek anlamına gelebileceğini belirtirler. Nitekim yazarlara göre, “gelir ve statü arasında birebir bir ilişkinin olmadığı açıkça kabul edilmektedir ve toplumsal yaşamda reel karşılığı olmayabilmektedir” (Kalaycıoğlu vd., 2010, s. 187-188). Kalaycıoğlu ve arkadaşları, meslek ve gelir değişkenlerinin SES’i önemli düzeyde etkilese de bu etkileşimin sanıldığı kadar kusursuz olmadığını, SES’i etkileyen ve ölçekleri çeşitli sosyal dinamiklere bağlı olarak değişen farklı değişkenler de olduğunu ifade eder. Bu yüzden, araştırmalarında hem geniş bir alanyazın bilgisi hem de Türkiye’ye ait veriler göz önünde bulundurulmuş, SES ölçümü için meslek ve gelirin yanı sıra eğitim ve mülkiyet gibi değişkenlerin önemli olduğu anlaşılmıştır. Yazarlar, SES ölçüm endeksi geliştirmek için analize dâhil ettikleri kriterlere meslek, gelir, eğitim ve

³⁹ “Hedef kitleniz ne kadar zengin?” başlıklı haberde, sosyo-ekonomik statünün sadece bir ailedeki eşlerin eğitim ve meslek bilgilerini değil, onların bir üst kuşağının da benzer bilgilerini içerdiği ifade edilmektedir. Örneğin A grubunda yer alan bireylerde eşlerin üniversite mezunu, anne ve babalarının ise en az lise mezunu olduğu, ayrıca bu gruba dâhil olan hanelerde asansör, parke, avize, kalorifer kullanımı, ev işlerinde ücretli yardımcı, internet bankacılığı kullanımı görüldüğü; buna karşın D ve E grubunda ise eğitim düzeyinin ilkökul ve altı olduğu belirtilmektedir. Aynı haberde, marka uzmanı ve psikolog İpek Görgün, eğitimin sosyo-ekonomik statüyü belirlemedeki önemine değinerek, üniversiteyi yeni bitirmiş olmasına karşın, düşük gelirli fakat yüksek kültür seviyesine sahip birini alt sosyal sınıfa ait olarak tanımlamanın hem birey için haksızlık hem de markalar için yanıltıcı olacağını söyler <https://www.dunya.com/ozel-dosya/isim-iletisim/hedef-kitleniz-ne-kadar-zengin-biliyor-musunuz-haberi-181999> (Erişim tarihi: 6.01.2019).

mülkiyet ile birlikte hanenin fiziksel nitelikleri (evin kaloriferli olması) ve hane içerisinde sahip olunan araçları (bulaşık makinesi, birden fazla televizyon internet bağlantısı) da dâhil etmiştir (2010, s. 199-200).

Görüldüğü üzere, SES düzeyinin ölçülmesi noktasında da, eğitim, meslek ve gelir unsurlarını birbirinden bağımsız değerlendirmenin doğru olmadığına yönelik araştırma deneyimleri söz konusudur. Dolayısıyla, yaşanan yer, eğitim düzeyi, toplumsal yaşama katılım, gelir gibi yaşam standartını yükseltebilecek unsurların hepsinin birlikte ele alındığı, *ekonomik, kültürel ve sosyal sermayenin* birlikte önemli görüldüğü bir yaklaşımın daha doğru olacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada, çocuklarını eğlendirmeleri için mahalledeki aynı çocuk parkına götüren anneler; sosyalleşmek için kapı önlerinde çay içen kadınlar; mahalle kahvehanelerine giden erkekler ve mahallenin internet kafesinde *world of warcraft* ve benzeri oyunları oynamak için sözleşen gençler benzer bir *habitusu* paylaşmaktadırlar. Benzer *habitus*a sahip olmak, bu ortak yaşam alanlarını paylaşmakla da ilişkili olarak benzer bir *yaşam tarzını* da paylaşmak anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, bireylerin eğitim düzeyleri, meslekleri, gelirleri ve toplumsal çevreleri benzer bir yaşam tarzının ortaya çıkmasını sağlayan önemli statü göstergeleridir. Çalışmanın bulgular bölümünde verilen, katılımcıların eğitim durumları ile anne-baba eğitim durumları; istihdam durumları ile anne-baba veya eş istihdam durumları; sinema, tiyatro, konser ve benzeri kültürel faaliyetlere katılım durumları ile özellikle kültürel ve sosyal faaliyetlere katılım sorusuna yanıt olarak verdikleri sözlü ifadeler ve sonrasında gelen medya kullanım pratikleri ile ilgili bulgular burada resmedilmeye çalışılan durumu daha anlaşılır kılacaktır.

Anket çalışmasına 23-27 Temmuz 2018 tarihleri arasında yapılmış olan pilot anket uygulaması ile başlanmıştır.⁴⁰ Anket uygulamasına geçilmeden önce, mahalle muhtarları

⁴⁰Pilot anket uygulamasına geçilmeden önce, örneklemin hangi mahallelerde seçileceğinin netleştirilmesi amacıyla, öncelikle Odunpazarı Belediye Başkan Yardımcısı Sayın Figen Engin ile görüşülmüştür. Bu görüşmenin temel amacı, Eskişehir sınırları içerisinde yer alan ve sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi açısından değerlendirildiğinde, en son sırada bulunan iki ya da üç mahallenin ismini öğrenmektir. Ulaşılmak istenen örneklemin özelliklerinin yanı sıra, Sayın Engin'e bu çalışmanın bir medya kullanım pratikleri ve medya okuryazarlığı araştırması olduğu söylendiğinde, kendisi Odunpazarı ilçesi sınırlarında bulunan Emek ve Gündoğdu mahallelerinin ismini verdi. Ona göre, bu mahalleler, temel okuryazarlığın geliştirilmesine yönelik, belediyenin gerçekleştirmiş olduğu belli başlı faaliyetlerin de sahası olmuştur. Bu bilgi, adı geçen mahallelerin tam da araştırma için istenilen sahalara olduğunu ortaya koymuştur. Nitekim medya okuryazarlığının, temel okuryazarlık düzeyinden ayrı düşünülmemesi gerektiği araştırmanın kuramsal çerçevesinde de önemle vurgulanmıştır.

hem saha çalışmasıyla ilgili bilgilendirilmiş hem de kendilerinden sosyo-ekonomik anlamda görece kısıtlı imkânlara sahip hanelerin yaşadığı sokak isimleri istenmiştir. Alınan bilgiler doğrultusunda, yukarıda belirtilen tarihler arasında pilot anket uygulaması gerçekleştirilmiş, 28 Temmuz 2018 tarihinde ise resmen asıl anketlerin uygulanması süreci başlamıştır. Anketlerin uygulama sahası olan Emek (50.837) ve Gündoğdu (11.003) mahallelerinin toplam nüfusu 2018 yılı itibarıyla 61.840 olarak belirlenmiştir. Lin'in (1976, s. 446) örneklem hesaplama tablosu referans alındığında, .05 güven aralığında 100 bin kişilik evren için 383; 500 bin kişilik evren için ise 384 kişilik bir örneklem grubunun evreni temsil ettiği öngörülmekte olup çalışmada Lin'in örneklem hesaplama tablosu referans alınmıştır. Bu doğrultuda gerçekleştirilen saha çalışması neticesinde, her iki mahallede uygulanan anketler değerlendirilmiş, 228 kadın ve 187 erkek kullanıcıya uygulanan toplam 415 anketten elde edilen verilerin değerlendirmeye alınması uygun görülmüştür. Dolayısıyla, büyük çoğunluğu yüz yüze gerçekleştirilen toplam 415 anketle saha çalışmasının anket boyutu tamamlanmıştır.

Saha çalışmasının bir diğer ayağı Sevinç mahallesinde yürütülmüştür. 2012 yılında çıkan 6360 Sayılı Büyükşehir Kanunu ile köy statüsünden mahalle statüsüne dönüşen Sevinç mahallesi, Emek ve Gündoğdu mahallelerinin aksine kent merkezine görece uzak olması açısından önemliydi. Fakat bu özelliği taşıyan mahallelerden hangisinin çalışma kapsamına alınacağı önemli bir soruydu. Bu sorunun cevabının netlik kazandırılmasındaysa, Odunpazarı Kırsal Hizmetler Müdür Vekili Sayın Rafet Burak Özen ile gerçekleştirilen görüşme belirleyici olmuştur. Kendisine, kent merkezine görece uzak ve sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi açısından görece en yoksul mahallelerin ismi sorulduğunda, Sevinç, Kireç ve Akpınar mahallelerinin ismine ulaşılmıştır. Bu bilgi neticesinde Eskişehir merkezine yaklaşık 20 km uzaklıkta bulunan Sevinç mahallesi, muhtarı ile yapılan görüşme neticesinde örneklem sahasına dâhil edilmiştir. Sevinç mahallesinde kullanıcılara anket uygulanmamış, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşme ve yapılandırılmamış gözlem teknikleri ile araştırma yürütülmüştür. Sonuç olarak, araştırmanın nicel ayağı 415 anket ve nitel ayağı ise araştırmaya dahil edilen 39 yarı yapılandırılmış görüşme ile tamamlanmıştır. Sevinç mahallesi, 6360 Sayılı Büyükşehir Kanunu ile resmi olarak köy statüsünden mahalle statüsüne dönüşmüştür; ancak fiili olarak “köy” kimliğini korumaktadır. Araştırma sahasına dahil olan Emek ve Gündoğdu mahallelerinden ayrılabilmesi amacıyla,

çalışmanın bundan sonraki kısmında Sevinç mahallesinden “Sevinç köyü” şeklinde bahsedilecektir.

Saha araştırmalarının tüm biçimleri gerçekleştirildiği koşullara, kimlere uygulandığına veya nerede uygulandığına ilişkin çeşitli zorlukları içinde barındırır. Bu çalışmanın hâlâ geleneksel mahalle kültürünün yaşadığı sahalarda gerçekleştirilmesi de araştırmacıyı farklı zorluklarla karşı karşıya bırakmıştır. Mahalleler ne kadar kent merkezi içinde yer alsalar da, aslında kendi içine kapalı mekânlar olarak sakinlerinin kültürel, ekonomik ve simgesel sermayeleri ile biçimlendirilmiş bir kültürel atmosfere sahiptirler. Dolayısıyla, mahalle sakinleri yüzüne aşına olmadıkları ya da yabancı buldukları insanları ilk etapta bir tehdit olarak görebilmektedir. Yaşadığı mahallenin sınırları dışına çok az çıkmış veya hiç çıkmamış, eğitim seviyesi düşük bir birey için neden orada bulunduğunuz, amacınızın tam olarak ne olduğu, bu soruların cevaplarının neden bu kadar önemli olduğu, hatta bunun için neden kendinizi bu kadar yorduğunuz ve en önemlisi isimlerini ve imzalarını alıp almayacağınız oldukça önemlidir. Bütün bunların samimi bir şekilde izah edilmesi; mesleki prestijin ve eğitimsel kazanımların araştırmacı ve muhtemel katılımcı arasında aşılması zor bir uçurum yaratmasına izin vermeyen, tam aksine güven inşa etmeye yarayan nitelikler olarak yansıtılması gerekir. Araştırmacı ve muhtemel katılımcılar arasında kurulan ilişkinin niteliği neden bu kadar önemlidir? Bunun için birçok neden sayılabilir. Öncelikle araştırmacının samimiyetine ve iyi niyetine olan güven, katılımcıların da soruları samimi bir şekilde yanıtlamasını sağlar ki, bu her araştırmanın temel varsayımıdır. İkinci olarak, bu saha araştırmasında olduğu gibi, oluşan samimi ortamla katılımcılar anket soruları için hazırlanmış kapalı uçlu soruları yanıtlamakla kalmayıp cevaplarına yorumlarını da katabilirler. İşte bu yorumlar en az mülakatlardan elde edilenler kadar zengin ve değerli verilere ulaşılmasına imkân verebilir. Üçüncüsü ise, katılımcılar çalışmanın nitel ayağına dâhil olma konusunda daha kolay ikna edilebilir. İşte bu nokta, özellikle karma yöntem araştırmaları için önemlidir. Creswell ve Clark (2015b, s. 90), karma araştırma yöntemi içerisinde, özellikle açımlayıcı deseni kullanan araştırmalarda, araştırmacının ikinci bir nitel veri toplama döngüsü için katılımcılara geri dönme becerisinin önemli olduğunu ifade ederler. Bu noktada araştırmacı farklı yolları denemiştir. Daha çok gençlerden oluşan ilk gruba araştırmanın nitel ayağından anketin hemen bitiminde bahsedilmiş ve geri dönüş için telefon numaraları alınmıştır. İkinci gruba yine araştırmanın nitel ayağından anketin

hemen bitiminde bahsedilse de, telefon numaraları istenmemiş; yaşadıkları sokağın isimleri ve evlerinin kapı numaraları not edilmiştir. Üçüncü gruba ise araştırmanın nitel ayağından hiç söz edilmemiş ve sadece sokak isimleri ile kapı numaraları alınmıştır. Katılımcıların bu şekilde gruplandırılmasının çeşitli nedenleri vardır. Burada anlatılan deneyimlerden ve izlenen yollardan birçok farklı saha araştırmasına yol gösterecek genellenebilir öneriler ve ipuçları çıkartılabilir elbette. Buna karşın, her araştırmada izlenmesi gereken yol kendine özeldir ve her araştırma kendi ipuçlarını o yolda yaratır. Dolayısıyla, bu saha ve örnekleme etkileşimi süresince, araştırmacının düşünce ve davranışlarını etkileyen şey, o sahada o katılımcılardan aldığı hissiyatla ilgilidir. Bu hissiyata araştırmacı sağduyusu da denilebilir. Bu yüzden bu gruplandırmanın kesinlikle üzerinde düşünülmüş, planlanmış bir teknik olmadığını belirtmek gerekir. Buradaki amaç karşılıklı olarak inşa edilen güven duvarının katılımcı nezdinde bir anda yıkılmasını engellemektir. Çünkü yüz yüze yapılan anketlerde, anketin başlamasından bitişine kadar olan kısa bir süre içerisinde dahi araştırmacı ve katılımcı arasında karşılıklı bir güven inşa edilir. Katılımcı, karşısındakinin gerçek bir araştırmacı olduğunu ve yöneltile soruların zararsız olduğunu görür. İşte, tüm bu sürecin sonunda, araştırmanın farklı bir süreçle devam edeceğini, kendilerine tekrar ulaşmak için telefon numaralarına ihtiyaç duyulabileceğini anlatan ifadeleri duymak, katılımcı “hayır” yanıtını vermeyecek bile olsa titizlik ve samimiyetle inşa edilen o güven duvarını yıkabilir.

İşte görüşme yapılacak kişilerin büyük çoğunluğu bu hassasiyetler göz önüne alınarak belirlenmiştir. Görüşmelerin hangi katılımcılara teklif edileceğini belirleyen çeşitli unsurlar vardır. Bu araştırmada ise, bazı anket katılımcılarının araştırmanın nitel ayağına sıcak bakacaklarına ilişkin araştırmacının hissiyatı; belirli medya kullanım pratiklerini yerine getiriyor olma (örn. internet veya sosyal medya kullanımıyla ilgili sorulara gösterdikleri aşırı ilgi); sosyo-ekonomik (gelirin çok düşük olması) ve sosyo-kültürel (örn. hem kendi hem de anne-baba eğitim düzeyinin çok düşük olması) anlamda daha kısıtlı imkânlarla sahip olma gibi özellikler belirleyici olmuştur. Sevinç köyünde gerçekleştirilen bazı görüşmeler ise, kartopu tekniğiyle ilerlemiştir. Sonuç olarak Emek mahallesinden 8 kadın ve 6 erkek; Gündoğdu mahallesinden 6 kadın ve 7 erkek; ve Sevinç köyünden ise 8 kadın ve 4 erkek olmak üzere toplam 39 kişi ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Her üç mahalledeki toplam kadın görüşmeci sayısı 22

iken, toplam erkek görüşmeci sayısı ise 17'dir.⁴¹ Görüşülenlerin cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, işgücü durumu, aylık hane geliri ve yaşadıkları mahalle bilgilerini içeren tablo (Tablo 4.1) aşağıdadır:

Tablo 4.1. Görüşme gerçekleştirilen bireylerin demografik bilgileri

	Cinsiyet ve yaş	Medeni durum	Eğitim düz.	İşgücü dur.	Aylık hane geliri/TL	Mahalle/Köy
1.	Kadın, 16	Bekâr	Lise ögr.	Öğrenci	2600	Emek
2.	Erkek, 16	Bekâr	Lise ögr.	Öğrenci	3500	Gündoğdu
3.	Kadın, 33	Evli	İlkokul mez.	Ev kadını	*42	Sevinç köyü
4.	Erkek, 39	Evli	İlkokul mez.	İnşaatta sıvacı	1500	Sevinç köyü
5.	Erkek, 35	Evli	İlkokul mez.	İşsiz	*43	Sevinç köyü
6.	Kadın, 32	Evli	Ortaokul mez.	Ev kadını	2500	Emek
7.	Kadın, 35	Evli	İlkokul mez.	Ev kadını	2500	Emek
8.	Erkek, 17	Bekâr	Lise ögr.	Öğrenci	3000-4000	Gündoğdu
9.	Kadın, 46	Evli	İlkokul mez.	Ev temizliği	1200	Gündoğdu
10.	Erkek, 17	Bekâr	Lise ögr.	Öğrenci	3000	Emek
11.	Kadın, 60	Evli	Diplomasız okur-yazar	Ev kadını	1100	Gündoğdu
12.	Erkek, 25	Evli	Ortaokul mez.	İnt. kafe işl.	2000-2500	Gündoğdu
13.	Kadın, 25	Evli	Ortaokul mez.	Ev kadını	Asgari ücret	Emek
14.	Erkek, 19	Bekâr	Üniversite ögr.	Öğrenci. Tatillerde çalışıyor.	*44	Gündoğdu
15.	Erkek, 41	Bekâr	Ortaokul mez.	Emekli terzi	1500	Emek
16.	Kadın, 15	Bekâr	Lise ögr.	Öğrenci	Asgari ücret	Gündoğdu
17.	Erkek, 44	Evli	Lise mez.	Emekli	2500	Gündoğdu
18.	Erkek, 40	Evli	İlkokul mez.	Fabrikada işçi	Asgari ücret	Gündoğdu
19.	Kadın, 28	Evli	Ortaokul mez.	Ev kadını	Asgari ücret	Gündoğdu
20.	Kadın, 15	Bekâr	Lise ögr.	Öğrenci	2000	Emek
21.	Erkek, 49	Evli	İlkokul mez.	Dozer operatörü	4500	Gündoğdu

⁴¹Gündoğdu mahallesindeki erkek görüşmecilerden biri, o mahallede bulunan internet kafenin işletmecisidir. Görüşmelerin tamamı mahallelerin sınırları içerisinde; çoğunluğu da görüşmecilerin kendi evlerinde veya yaz ayları olması dolayısıyla evlerinin önünde gerçekleştirilmiştir. Örneğin, birbirine komşu olan bireylerle gerçekleştirilen görüşmelerden bazıları birinin diğerinin evine gelmesi neticesinde, sırayla veya görüşmenin gidişatına göre, doğal akışına bırakılarak eş zamanlı olarak gerçekleştirilmiştir. Emek ve Gündoğdu mahallelerindeki yaşları 15 ila 19 arasında değişen bazı gençlerle gerçekleştirilen görüşmeler mahallelerdeki parklarda tamamlanmıştır. Emek mahallesindeki 1 görüşme ise, görüşmecinin eskiden çalıştığı, fakat zaman zaman hâlâ geldiği bir dükkânda gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, ortalama olarak yaklaşık 40-45 dakika sürmüştür. En uzun görüşme 78 dakika sürerken, en kısa iki görüşme yaklaşık 10 dakika sürmüştür. Bu görüşmenin kısa olmasının nedeni, görüşmecinin yaşlı olması, özellikle yeni iletişim teknolojileriyle ilişkisinin sınırlı olması ve kendisinin de bu kadarını yeterli göreyerek görüşmeyi sonlandırmak istemesidir.

⁴²“Valla bizim bi aylık gelirimiz yok. Biz çiftçiyiz. (...) Düzenli gelir olmuyo, yıllık, senelik, öyle yani aylık bi gelir yok. (...) mahsüllere göre, bizim öyle düzenimiz”.

⁴³“Vallahi şu an çalışmadığım için almıyorum. (...) Şu an sıfır. Hep içeriden gidiyorum” (Yeşil karthı aile)

⁴⁴“Aylık hane gelirimiz belirsiz, çünkü aile fertlerinden hiç biri devamlı, sürekli bi işte çalışmıyo”.

22.	Erkek, 26	Evli	Ortaokul mez.	Fabrikada kaynak bölümünde işçi	Asgari ücret	Emek
23.	Kadın, 32	Evli	Okur-yazar değil	Ev kadını	*45	Sevinç köyü
24.	Kadın, kimlikte 40	Evli	Okur-yazar değil	Ev kadını	*46	Sevinç
25.	Kadın, 26	Evli	İlkokul mez.	Ev kadını	1100	Emek
26.	Kadın, 36	Evli	İlkokul mez.	Ev kadını	1500-2500	Emek
27.	Kadın, 38	Evli	İlkokul mez.	Ev kadını	Asgari ücret	Gündoğdu
28.	Kadın, 34	Evli	İlkokul mez.	Ev kadını	2500	Gündoğdu
29.	Erkek, 17	Bekâr	Lise öğr.	Öğrenci	4000'e yakın	Emek
30.	Erkek, 17	Bekâr	Lise öğr.	Öğrenci	3000-3500	Emek
31.	Kadın, 28	Evli	Diplomasız okur-yazar	Ev kadını	2000	Sevinç köyü
32.	Erkek, bilgi yok	Evli	İlkokul mez.	İnşaatta işçi	2000	Sevinç köyü
33.	Kadın, 39	Evli	Okur-yazar değil	Ev kadını	1500	Sevinç köyü
34.	Erkek, 17	Bekâr	Lise terk	Sanayide oto elektrikçi	3050	Emek
35.	Kadın, 51	Eşinden ayrı yaşıyor	İlkokul mez.	Ev temizliği	3050	Emek
36.	Kadın, bilgi yok	Evli	İlkokul mez.	Ev kadını	2500	Sevinç köyü
37.	Kadın, 39	Evli	Okur-yazar değil	Ev kadını	900-1000 ⁴⁷	Sevinç köyü
38.	Kadın, 39	Evli	Lise mez.	Ev kadını	*48	Sevinç köyü
39.	Erkek, 72	Evli	İlkokul mez.	Emekli çoban	1500	Sevinç köyü

Neuman (2010, 570), “toplumsal yaşamın özünün dünyevi, sıradan, gündelik ufak ayrıntılar” arasında saklı olduğunu; bu yüzden saha araştırmacılarının, “orada neler olup bittiğini” ortaya çıkaran ayrıntılara merak duyması gerektiğini belirtir. Bu anlamda, yüz yüze yapılan anketlerin, araştırma için oldukça zengin bir veri sunduğu rahatlıkla ifade edilebilir. Nitekim araştırmacının, anket katılımcılarının gündelik yaşamlarına dâhil olabildiği belirli anlar onların medya kullanım pratiklerine ilişkin daha derinlikli bilgiler edinilmesine imkân vermiştir. Yakalanan böyle anlar, mahalleyi araştırmacı için de çok önemli bir gözlem sahasına dönüştürmüştür. Mahalle sakinlerinin kapı önlerinde çay eşliğinde yapmış oldukları akşamüstü sohbetleri veya belirli bir sokakta yaşayan sakinlerin aynı gün gerçekleştirmeye karar verdikleri halı yıkama pratikleri gibi özel zamanlar da, katılımcılar ankette yer alan kapalı uçlu soruları yanıtlamakla kalmamış, hem medya pratiklerine hem de sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel konumlarına ilişkin oldukça değerli bilgileri araştırmacıyla paylaşmışlardır. Anket katılımcıları bu noktada

⁴⁵“Kocam günlük, akşamları çalışıyo... (...) Otuz milyon, kırk milyon. (...) Belediyeye girmiş”.

⁴⁶“Vallaa düzenli bir şeyimiz yok yani. İş olsa a bugün şeyde, yukarda bi tane şey ahırda bi şey varmış ne ona gitmiş. İki aydır belki Allah biliyo eşim boştur, işi yok”.

⁴⁷Yeşil kartlı aile.

⁴⁸Görüşmeci, eşinin çiftçilik yaptığını, bu nedenle de kazançlarının senelik olduğunu, belirli bir aylık gelirlerinin olmadığını ifade etmiştir. Ayrıca iklime göre değişen yıllık kazançlarının geçen sene kötü olmasına karşın bu sene iyi olduğunu belirtmiştir.

özgür bırakılmış ve sorulara ilişkin söyledikleri ifadeler mümkün olduğunca not alınmıştır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Verilerin toplanması süreci ile ilgili yukarıda ifade edilenlere ek olarak, araştırmada kullanılan veri toplama araçları hakkındaki teknik bilgiler şöyle açıklanabilir:

Anket soruları alanyazın taraması sonrasında, araştırmanın amacı ve problemleri dikkate alınarak hazırlanmış ve uzman görüşüne sunulmuştur. Sorular anlaşılabilir olma ve araştırmanın amacına ve problemlerine uygunluğu bakımından değerlendirilebilmesi amacıyla, daha önce de ifade edildiği gibi, pilot çalışma uygulanmıştır. Hem uzmanlardan alınan öneriler hem de pilot çalışmadaki deneyimler neticesinde sorular yeniden düzenlenmiştir. Ankette yer alan sorular çoktan seçmeli, açık uçlu ve “Likert-tipi soru” şeklindedir. Çoktan seçmeli ve açık uçlu olarak yapılandırılmış soruların bulunduğu ankette, demografik özellikler; kültürel faaliyetlere katılma durumları ve kitap okuma alışkanlıkları; medya araçlarına erişim ve sahiplik düzeyleri; TV izleme pratikleri; akıllı işaretleri bilme düzeyleri, medya kullanım pratikleri ve becerileri ile yoksulluk ve zenginlik algıları ile ilgili sorular yer almaktadır. Yine, medya kullanım pratiklerini ortaya koymayı amaçlayan sorulardan olan, akıllı cep telefonu kullanım amacı ve internet kullanım amaçlarına ilişkin sorular ise “Likert-tipi soru” biçiminde düzenlenmiştir. Anket soruları EK-4’de sunulmaktadır.

Görüşmelerin tamamı araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde kullanılan sorular, karma yöntem desenlerinden *açımlayıcı sıralı desen*in mantığına uygun olarak, anket sorularına paralel bir şekilde hazırlanmıştır. Görüşmelerde “neden” ve “nasıl” sorularına yanıt bulunmaya çalışılmıştır. Daha açık bir ifadeyle, sorular görüşülenlerin demografik özelliklerine; kültürel sermayelerine; yeni iletişim araçlarını kullanma pratikleri ve becerilerine ilişkin daha ayrıntılı bir bilgiye ulaşılabilmesi amacıyla yönelik olarak tasarlanmış; bazı sorular ise görüşmenin akışı içerisinde ortaya çıkmıştır. Görüşme soruları EK-5’de verilmiştir. İnternet kafe işletmecisine yöneltilen görüşme soruları ise EK-6’dadır.

3.4. Verilerin Çözümü ve Yorumlanması

Saha çalışmasının tamamlanmasıyla 415 anketten elde edilen verilerin SPSS programına aktarımı ve istatistiki analizler yine araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın örneklemini homojen bir örneklem grubu olmadığı için yaş, cinsiyet, gelir ve eğitim değişkenleri normal bir dağılım göstermemektedir. Nitekim değişkenlerin normal bir dağılıma sahip olup olmadığını anlamak için uygulanan Sample Kolmogorov-Smirnov testi sonucunda bu değişkenlerin p değerleri 0,05'ten küçük çıkmıştır. Bu sonuç, verilerin parametrik olmayan istatistiklerle analiz edilmeye uygun olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda, değişkenler arasında bir ilişki olup olmadığını görmek için Ki-Kare testi (Chi-Square test), gruplar arasında farklılık olup olmadığını görmek için ise Mann-Whitney-U ve Kruskal-Wallis-H testleri kullanılmıştır. Ayrıca bazı değişkenler ise sadece yüzde dağılımları verilerek; iki ya da daha çok değişkene ilişkin yüzde dağılımları ise Çarpaz Tablo (Crosstab) kullanılarak betimlenmiştir.

Yüz yüze uygulanan anketler sırasında görüşülenlerin sorularla ilgili olarak yaptıkları ek yorumların da araştırmacı tarafından anket formu üzerine not edildiği daha önce ifade edilmişti. Bu ifadeler de anket numaraları kaydedilerek, araştırmacı tarafından Microsoft Word programına aktarılmıştır. Bu verilerden istatistiksel sonuçları açıklaması ve güçlendirmesi için yararlanılmıştır.

Anket verilerinin anlamlı birer bulguya dönüşebilmesi için öncelikle bireylerin yanıtlarını rakamlara dönüştürmek bir zorunluluktur. En basit örnekle, bilindiği üzere anket sorularının “evet” veya “hayır” şeklinde kapalı uçlu yanıtları vardır ve katılımcıların yanıtları o cevaplarla sınırlandırılır. Buna karşın yüz yüze gerçekleştirilen anketler, araştırmacıyı bu yanıtların verebileceğinden daha fazla ve en önemlisi daha zengin bir veriyle karşı karşıya bırakabilir. Sözelimi, katılımcı “evet” veya “hayır” yanıtlarından birini verdikten sonra “ama” ile başlayan bir cümle kuruyorsa ya da bu iki şıkkın aslında onun yanıtını karşılamadığını söylüyorsa, bu ifadelerin nasıl bir rakama dönüştürüleceği önemli bir sorun hâline gelir. Fakat uzun vadede araştırmacıyı bir veri zenginliği ile baş başa bırakır; çünkü hikâyenin en heyecanlı kısmı o “ama”ların veya beklenmeyen yanıtların içinde saklıdır. İşte bu çalışmada, nicel ve nitel veri toplama tekniklerini içine alan karma yöntemin kullanılması, araştırmanın sorularıyla ilgili daha ayrıntılı bulgulara ulaşılmasını sağlamış, katılımcıların medya kullanım pratikleri zengin

verilere dayanarak betimlenebilmiştir. Ancak araştırmanın en güçlü yönü, anketlerin çoğunluğunun da yüz yüze uygulanmış olmasıdır. Böylece, katılımcılarla gündelik yaşamları içerisinde etkileşim kurma ve onları gözlemleme imkânı bulunmuş, anket soruları yanıtlanırken yapılan ek yorum ve değerlendirmeler de etik ilkeler göz önünde bulundurarak çalışmaya dâhil etmiştir.

Ses kayıt cihazına kaydedilen yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşme verilerinin 18'i araştırmacı tarafından deşifre edilerek Microsoft Word programına aktarılmıştır. Görüşülenlerin istekleri doğrultusunda ses kaydı alınmayıp, mümkün olduğunca yazarak kaydedilmeye çalışılan 8 görüşme ve ses kayıt cihazında ortaya çıkan sorun nedeniyle belli bir yere kadar silinen 1 görüşmeden elde edilen verilerin yine Word programına aktarımı da yine araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler mümkün olduğunca not edilmeye çalışılmıştır. Ses kaydı alınamayan görüşmelerde, araştırmacının bütün verileri olduğu gibi aktarması elbette mümkün olmamıştır. Bu verilerden, yalnızca aynen aktarımı mümkün olan ifadeler tırnak içinde kullanılmıştır. Dolayısıyla, bu görüşme verilerinin aktarımı, görüşme esnasında olduğu gibi yazıya dökülebilen görüşmeciler ifadeleri ve görüşme esnasında alınan tüm notların özetlenmesi şeklinde gerçekleşmiştir. Sadece olduğu gibi yazıya dökülebilen ifadeler metinde tırnak içinde kullanılmış, bunun dışında kalanlar ise uygun ve gerekli yerlerde özet olarak tartışmalar içerisine yedirilmiştir. Ses kayıt cihazına kayıtlı, kalan 12 görüşme verisi için ise deşifre desteği alınmıştır. Deşifreler, bazı özel isimlerin yanlış kullanımı da dâhil olmak üzere, mümkün olduğunca, görüşülenlerin dil kullanım biçimlerine sadık kalınarak gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Deşifreleri gerçekleştirilen veriler, araştırmanın alt problemlerine göre sınıflandırılmış ve birbirine benzer olan örneklerin bir araya getirilmesi amacıyla kodlanmıştır. Kodlama ile uzun ve ham durumdaki verilerin belli bir düzene sokulması sağlanmıştır. Böylece veriler analiz edilebilir hâle getirilmiştir. Son olarak, görüşmecilerin gerçek isimleri gizlenmiş olup çalışmada kullanılan isimler takma isimlerdir.

4. Bulgular ve Yorum

Bu bölümde, 415 anket, 45 yarı-yapılandırılmış görüşme ve 4 aydan uzun süreye yayılan saha çalışması süresince elde edilen gözlemlerden elde edilen bulgular ile yorumlarına yer verilmiştir.

Araştırmanın amaç ve alt amaçları doğrultusunda bulguların altı ana başlık altında değerlendirilmesi uygun görülmüştür.

4.1. Demografik özellikler

“*Demografik özellikler*” başlıklı ilk bölümde, katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum bilgileri ile ekonomik özellikleri, hane yapıları ve eğitim durumlarını içeren bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 4.2. Ankete katılan bireylerin demografik özellikleri

	Katılımcılar
Cinsiyet %	n=415
Kadın	54,9
Erkek	45,1
TOPLAM	100
Yaş ortalaması	n=414
Aritmetik ortalama (X)	36,73
En düşük-en yüksek değer	14-80
Standart sapma (SD)	16,041
Medeni durum %	n=415
Evli	61
Bekâr	33
Eşi vefat etmiş	4,3
Eşinden boşanmış	1,7
TOPLAM	100

Yukarıdaki tabloda (Tablo 4.2.) görüldüğü üzere örneklem, %54,9’u kadın ve %45,1’i erkek olmak üzere toplam 415 kişiden oluşmaktadır. Örneklemde bulunanların yaşları 14-80 arasında değişmektedir. Yaş ortalaması 36,73; en çok tekrarlanan yaş (mod) 17’dir. Örneklemenin %61’i evli, %33’ü bekârdır. Katılımcıların %4,3’ünün eşi vefat etmiş ve kalan %1,7’si ise eşinden boşanmıştır.

Tablo 4.3. Ankete katılan bireylerin ekonomik özellikleri ve hane yapısı

	Katılımcılar
Ortalama aylık hane geliri	n=415
Aritmetik ortalama (X)	2366,06
En düşük-en yüksek değer	0-4500
Standart sapma (SD)	893,172 (mod=1604)
Ortalama hane büyüklüğü	n=413
Aritmetik ortalama (X)	3,89
En düşük-en yüksek değer	1-11
Standart sapma (SD)	1,482
Ortalama çocuk sayısı	n=272⁴⁹
Aritmetik ortalama (X)	2,38
En düşük-en yüksek değer	0-8
Standart sapma (SD)	1,143
Sosyal güvence tipi %	n=407
Sosyal güvencesi var (SSK, Bağ-Kur, Emekli Sandığı)	79,6
Sosyal güvencesi yok	9,1
Yeşil kart/fakir ilmühaberi veya aşevi yemek kartı	5,7
Yabancı kimliğinde sigortalı (Afgan)	0,7
Bilmiyor	4,9
TOPLAM	100
Ev mülkiyeti %	n=410
Kendilerine ait	59
Kendilerine ait değil ama kira ödemiyor	6,8
Kira	34,1
TOPLAM	100

Yukarıdaki tabloda (Tablo 4.3) görüldüğü üzere ise, örneklem genelinin aylık ortalama geliri 2.366,06 TL’dir (X=2366,06; SD=893,172; Mod=1604). Ortalama hane

⁴⁹Evli, eşi vefat etmiş ve eşinden ayrılmış olan toplam 278 katılımcıdan 272’si “kaç çocuğunuz var?” sorusunu yanıtlamıştır. Dolayısıyla tabloda verilen çocuk sayısı ortalaması (X=2,38), 272 katılımcının verdiği yanıtlar üzerinden hesaplanmıştır.

büyüklüğü 3,89; ortalama çocuk sayısı 2,38'dir. Katılımcıların %59'u kendilerine ait bir evde, %34,1'i ise kirada oturduklarını belirtirken; %6,8'i ise başkasına ait bir evde oturduklarını fakat kira ödemediklerini belirtmiştir.

Örneklemin %79,6'sının SSK, Bağ-kur veya Emekli sandığı kapsamında bir sosyal güvencesi vardır. Geri kalan katılımcıların %9,1'i bir sosyal güvenceye sahip olmadığını, %5,7'si yeşil kartlı olduğunu, Afgan katılımcılardan oluşan %0,7'lik kesim ise yabancı kimliğinde sigortalı olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların kalan %4,9'luk kesimi ise bir sosyal güvenceye sahip olup olmadığını bilmediğini ifade etmiştir⁵⁰ (Tablo 4.3).

Tablo 4.4. Cinsiyete göre eğitim durumu/Anne-baba eğitim durumu

Eğitim durumu	Katılımcıların eğitim durumu n: 410			Anne eğitim durumu n: 400 %	Baba eğitim durumu n: 398 %
	Kadın %	Erkek %	Örneklem %		
Bilmiyor/Hatırlamıyor	-	-	-	8,8	6,8
Öğrenci veya üniversiteye hazırlanıyor	18,7	20	19,3	-	-
Bir okul bitirmedi ⁵¹	9,3	1,6	5,9	29,5	20,1
İlkokul mezunu	41,3	29,7	36,1	48,8	53
Ortaokul mezunu	14,2	20	16,8	11	11,6
Lise/mesleki lise veya teknik lise mezunu	13,8	21,1	17,1	1,3	7
Yüksekokul veya üniversite mezunu	2,7	7,6	4,9	0,8	1,5
Toplam	100	100	100	100	100

Tablo 4.4'e göre, öğrenci olduğunu veya üniversiteye hazırlandığını belirten katılımcıların oranı %19,3'dür. Yarısından fazlası (%58,8) ise ortaokul ve altı eğitim düzeyindedir. Geriye kalanların %17,1'lik kesimi lise/mesleki lise veya teknik lise mezunu, %4,9'luk kesimi yüksekokul veya üniversite mezunudur. Eğitim düzeyinin cinsiyetlere göre dağılımlarına baktığımızda, oranların kadınların aleyhine olacak şekilde dağıldığı görülmektedir. Nitekim ortaokul ve altı eğitim düzeyinde olan kadınların (%64,8) toplam oranı, aynı eğitim düzeyinde olan erkeklerin (%51,3) toplam oranından fazladır. Buna karşın, lise ve üzerinde eğitim düzeyine sahip olan kadınların (%16,5)

⁵⁰ Anketlerin uygulanması sırasında gözlemlendiği üzere "sosyal güvenceniz var mı?" sorusuna "bilmiyorum" yanıtının neredeyse tamamı gençlerden gelmiştir. "Bilmiyorum" yanıtını veren 20 katılımcıdan 19'u 14-26 yaşları arasında, bekâr ve ailesiyle yaşayan gençlerden oluşmaktadır.

⁵¹ "Bir okul bitirmedi" şeklindeki düzeylendirme okur-yazar olmayanları ve diplomasız okur-yazarları kapsamaktadır.

toplam oranının, lise ve üzerinde eğitim düzeyine sahip olan erkeklerin (%28,7) toplam oranından düşük olduğu görülmektedir (Tablo 4.4).

Hem anne hem de baba eğitim durumuna bakıldığında, en yüksek oranın ilkökul mezunlarını işaret ettiği görülmektedir. Buna göre, annesi ilkökul mezunu olan katılımcıların oranı %48,8 iken; babası ilkökul mezunu olan katılımcıların oranı ise %53'tür. Annesi ortaokul ve altı eğitim düzeyinde olan katılımcıların toplam oranı %89,3 iken babası ortaokul ve altı eğitim düzeyine sahip katılımcıların oranı ise %84,7'dir. Anne ve babası lise ve üzerinde eğitim düzeyine sahip olanlar ise katılımcıların %10,6'sını (%2,1'i anne ve %8,5'i baba) oluşturmaktadır (Tablo 4.4).

Hem örneklemin eğitim düzeyi hem de anne-baba eğitim düzeyini gösteren bulgular, Ergül ve arkadaşlarının (2012, s. 26-27), Eskişehir örneklemindeki kent yoksullarının günlük yaşamında medya kullanım pratiklerini inceledikleri araştırmalarında, eğitim düzeyleri ile ilgili ulaştıkları bulgularla benzerlik göstermektedir. Araştırma kapsamında yapılan yüz yüze görüşmelerde de, ebeveynlerin kendi eğitim düzeyleri düşük olsa da, çocuklarının eğitimlerine fazlaca önem verdikleri görülmüştür. Bu bulguyu örneklendirmesi açısından, önce iki annenin sonra da bir babanın görüşlerine aşağıda yer verilmiştir:

- Görüşmeci-2 (28. Kadın, 34, evli, ilkökul mez., Gündoğdu mah.): Hep onlar için çabalıyoz hocam gerçekten hani siz okuyun ki biz-...
- Görüşmeci-1 (27. Kadın, 38, evli, ilkökul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.): Onlar için çaba gösteriyoz...
- Görüşmeci-2 (28. Kadın): Biz okumadık biz çekiyoz mesela ama siz dedim okuyun, siz çekmeyin. Meslek sahibi olun, kimseye muhtaç olmayın mesela. Hatta dedim hiç evlenmeyin! <gülüyor>. Biz evlendik ama onların evlenmelerini hiç istemiyoz. Meslek sahibi olun; öğretmen olun, avukat olun...
- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Ya evlenirler de, yani şöyle bi kendilerini bi kurtarsınlar. Şöyle ellerine ekmeğini bi alsınlaar, işlerini kursunlar, mesleğini bulsunlar, meslek sahibi olsunlar ondan sonra bi daha evlensinler ki, kendileri gene çalışsınlar evlendikten sonra. Ben onu istiyom yani.

“(...) ben çocuklarımın ihtiyaçlarını karşılamadığım için ben hiç memnun değilim (...) Ben de onları yönlendiriyorum ki ‘Okuyun!’, ‘Büyük adam olun, her şeyiniz olsun!’

Okumazsanız benim gibi işte böyle ilkokuldan bırakırsanız, böyle inşaatları da bulamazsınız”
(4. Erkek, 39, evli, ilkokul mez., inşaatçı, Sevinç mah.).

Görüldüğü gibi, ebeveynler çocuklarının meslek sahibi olmalarını ve kimseye muhtaç olmamalarını istiyorlar. “Biz okumadık biz çekiyoz mesela ama siz dedim okuyun, siz çekmeyin” cümlesi, kendilerinden farklı bir hayata kavuşma yolunun ancak okumakla mümkün olabileceğine dair inançlarını göstermektedir. Eğitim, toplumsal sistemle bütünleşebilmenin bir yolu olarak algılanmaktadır (Ergül vd., 2012, s. 27). Bununla birlikte, eşi ile çalıştığı anlaşılan inşaat işçisi bir baba, çocuklarının okumasına karşı olduğunu ifade etmiştir. Bunun daha çok ahlâki bir panikle ilişkili olduğu ve bu ahlâki paniğin eğitim sistemine karşı bir güvensizlik doğurduğu anlaşılmıştır:

“(…) ortaokul mecburi eğitim bittikten sonra, gelsin benim yanımda inşaatçılığı öğrensin. (...) Benim ahlâkımı alsın. (...) sigara içmeyi topluma almıyor öğrenciler. İçki içmeyi, kız arkadaşı olmayı almıyor. Gidip de onlara arkadaş olmasın, onlar gibi olmasın. (...) Toplumun yüzde sekseni bitmiş. Gelsin benim yanımda, benim ahlâkımı alsın”
(32. Erkek, yaş bil. yok, evli, ilkokul mez., inşaat işçisi, Sevinç köyü).

Babanın zaten eğitimle iyi bir yerlere gelinebileceğine inanmadığı düşünülmektedir. Buna karşın, eğitime güvensizliğinin nedeni, eğitimin toplumsal sistemle bütünleşmeyi sağlama noktasındaki başarısızlığı değildir. Ona göre, bütünleşmenin bedeli, ahlâki ve normal olmayan davranışları edinmekle ödenmektedir ve baba, çocuklarının böylesi bir bütünün parçası olmasını istememektedir. Babanın yukarıdaki ifadelerinin, Bourdieu’nün *habitus* kavramı açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Çünkü babanın, kendisi için mevcut olan sınırlı fırsatları içselleştirmek yoluyla, aslında çocuklarının fırsatlarını da sınırlandırma eğilimi (Swartz, 2015, s. 149) içerisine girdiği anlaşılmaktadır.

Bu noktada, *habitus* ile ilgili önemli bir noktanın, onun ‘kader’ olmadığına vurgulanması gerekmektedir. Bourdieu (2003, s. 125-126), *habitusun* düşünüldüğü gibi bir kader olmadığını, tarihsel bir ürün olması sebebiyle yeni deneyimlerle karşılaşabilen ve bu deneyimlerden etkilenen bir yatkinlikler, potansiyeller sistemi olduğunu belirtmektedir:

“Sistem dayanıklıdır, ama sarsılmaz değildir. Bununla birlikte, istatistiksel olarak insanların çoğunun, başlangıçta habituslarını şekillendiren durumlara uygun durumlarla karşılaşmaya, yani yatkınlıklarını pekiştirecek deneyimler yaşamaya mahkum olduklarını da eklemem gerek. (...) Ama hepsi bu değil: Habitus, sadece –söz konusu olanın bir yatkınlıklar, yani potansiyeller sistemi olduğunu hatırlamak gerekir- belirli bir durumla *ilişki içinde* kendini gösterir (örneğin kültürel kalıtım konusundaki çözümlemelerinden, babanın mesleği ile oğlun mesleği arasında doğrudan ve mekanik bir ilişkiye indirgenmesinin saçmalığı anlaşılabilir). Habitus, harekete geçirilmeyi bekleyen bir zemberek gibi düşünülmelidir; aynı habitus, uyaranlara ve alanın yapısına göre, farklı, hatta zıt pratikler ortaya çıkarabilir” (Bourdieu, 2003, s. 125-126).

Çocuğundan bahsederken, “gelsin benim yanımda inşaatçılığı öğrensın” diyen yukarıdaki babanın eğitimle ilgili düşünceleri, Bourdieu’nün ‘*habitusun dayanıklılığı*’ olarak ifade ettiğı durumu açıklamaktadır. Babanın düşünceleri, çocuğun başlangıçta mahkum olduğı, “yatkınlıklarını pekiştirecek deneyimler”den biri olarak ele alınabilir. Bununla birlikte, *habitus* sarsılmaz bir sistemde değildir.

Kendilerinin gün görmediğini, fakat çocuklarının okumasını istediğini ısrarla vurgulayan bir başka annenin, bu isteğine karşın baskın gelen umutsuzluğu da, yine anne tarafından içselleştirilen sınırlı fırsatların, çocukları da sınırlandırdığı bir başka örnektir:

“(...) Biz okumadık, gün görmedik bare onlar görsünler yani. Ben onlar için her şeyi yaparım gerçekten. Elimden ne geliyorsa kötü şey hariç <vurgulu>. Yani her şeyi yaparım, çalışırım, yeter ki okusunlar. Yeter ki yani kendi ekmeğini kazansınlar. (...) Hiç sanmıyorum <araştırmacının, çocukların okuması yönündeki dileğine karşı, sesi kısık ve üzgün bir şekilde bu cümleyi kuruyor>. Benim büyük oğlum, işte okula... Ben ne kadar sevdiğim bi şeyi yani hırsla istiyosam o olmuyo” (24. Kadın, kimliğe göre 40, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

Aşağıdaki ifadeler ise, 19 yaşındaki genç bir erkeğe aittir. Üniversiteyi yeni kazanmış ve kayıt yaptırmak için görüşmenin yapıldığı akşam yola çıkacak olan bu gencin biraz hayata kırgın bir duruşu olduğu anlaşılmıştı. Bir dönemler çok iyi futbol oynadığını fakat üzerinde konuşmak istemediğı ‘yaşam koşulları’ yüzünden devam edemediğini söyleyen Hasan’ın cümleleri, başka insanları yargılamanın kolaylığına getirilen eleştiriye de içeriyor. Küçük yaşlarda aileden görülenlerin, öğrenilenlerin ve ev dışındaki toplumsallaşma çevresinin bireyin yaşamında oldukça önemli olduğuna ilişkin

yaptığı vurgularıysa, yargılama yerine anlamanın kendi açısından neden gerekli olduğunu açıklamasını oluşturuyor:

- Görüşmeci (14. Erkek, 19, bekâr, üni. ögr., Gündoğdu mah.): (...) bana sorsalar, ya ne bilim bana altıncı sınıfta felan sorsalardı hani, mesela hocalar soruyodu hani, ilerde kendini ne görüyorsun diye, ben ne bilim, tıp yani hakkında konular söylüyodum. Ya ne bilim, daha üst yani böyle hukuk üzerineydi. Ne bilim, benim, mesela Eskişehirspor geçen maç yaptı. Talha Erdoğan gol attı. Biz o çocukla birlikte milli takıma gittik 2011 senesinde <burada çok zorlanıyor, anlatmakta güçlük çekiyor> (...) İkimiz beraberdik. Ben futbolu bıraktım, o futbolcu oldu. Şimdi mesela gol attı geçen.
- Araştırmacı: Ama niye bıraktın sen futbolu?
- Görüşmeci (14. Erkek): ... <önce sessiz kalıyor>. Onlarda ya, farklı nedenler ya... (...) Okulda çok başarılıyım. Yaa, ilk önce atılmadım. Ortam... Benim içimde bi muzurluk vardı; yani içimde değil de, benim büyüdüğüm ortam böyle beni ona itekledi ya... Hani böyle yaramaz olmaya itekledi. Yoktu yani başka şeyim (seçeneğim). (...) İnsanlar mesela hiç görmediği bi hayatı çok çabuk yargılayabiliyo. (...) Çocuk büyür, babası sürekli şiddet uygular, çocuk sokağa çıkar, babasından şiddet öğrenmiştir, şiddet uygular. Ya ne bilim dışarı çıkar, uyuşturucu içiliyodur, uyuşturucu içildiğini görür, hani onu öğrenmiştir, onu yapar. Sonra, bi takım, bi müddet sonra büyür, hani buluş çağını geçer, bi olgunluk yaşına gelir, on yedi on sekiz yaşına, sonra insanlar der ki; bunlar pis der! <‘pis’ sözcüğünü vurgulu ve tükürür gibi söylüyor>. (...) yani gerçekten senin doğup büyüdüğün yerin bence insanın hayatında çok büyük bi etkeni var. (...) Zaten annemiz babamızın olduğu yerde biz de doğuyoruz. Hani çoğu da orda büyüyo. (...) O yüzden hani, herkes aynı olmamalı.

Öznel umutlar ile nesnel olasılıklar arasında, genellikle yüksek düzeyde korelasyon olduğunu düşünen Bourdieu’ye göre, çocuğun geleceğiyle ilgili arzu ve beklentileri, ebeveynlerinin veya kendine referans olarak aldığı diğer grupların eğitim deneyimlerinin ürünleridir. Bourdieu, bu durumu işçi sınıfı gençlerinden verdiği örneklerle açıklar: Ona göre, eğitimde yüksek bir başarı hedefi olmayan işçi sınıfı gençleri, kültürel sermayesi düşük olanların eğitimsel alanındaki sınırlı fırsatları hâlihazırda içselleştirmiş ve kendilerini de sınırlandırmışlardır (Swartz, 2015, s. 273-274). Yukarıdaki alıntılarda da, çocukların, eğitim almaksızın kendini gerçekleştirme olasılığının sınırları, babanın “benim yanımda inşaatçılığı öğrensin” şeklindeki tutumuyla veya başka bir annenin, sesini kısarak ve umutsuzca “hiç sanmıyorum (...) Ben ne kadar sevdiğim bi şeyi yani hırsıyla istiyosam o olmuyo” şeklindeki inancıyla zaten çizilmiştir. Bu tutum ve inançlar,

sınırlı fırsatların, “sosyalleşme yoluyla kuşaktan kuşağa aktarılabilen (...), nispeten kalıcı yatkınlıklara dönüşecek şekilde içselleştirilebildiğini (Swartz, 2015, s. 149)” göstermektedir.

Tablo 4.5. Öğrencilerin ek gelir sağlamak için bir işte çalışma durumu

	n	%
Evet	16	20,3
Hayır	63	79,7
Toplam	79	100

Öğrenci olduğunu veya üniversite sınavlarını hazırlandığını ifade eden toplam 79 katılımcıdan %79,7’si “*ek gelir sağlamak için bir işte çalışıyor musunuz?*” sorusuna “hayır” yanıtını verirken; kalan %20,3’ü ise “evet” yanıtını vermiştir (Tablo 4.5).

Hâlihazırda öğrenci olan katılımcıların, öğrencilikten arta kalan zamanlarında hangi işlerle meşgul olduklarına ve/veya ne sıklıkla çalıştıklarına ilişkin sözlü veya yazılı ifadeleri ile araştırmacının aldığı notlar aşağıdaki gibidir. Dört katılımcı hane gelirine katkı sağlamak için ne işle meşgul olduğunu belirtmemiştir:

“Lokanta”. (erkek, yaş 19, anket 2)

“Müzik”. (erkek, yaş 17, anket 22)

Laboratuar teknisyeni. (kadın, yaş 15, anket 29)

“Kuaför”. (kadın, yaş 17, anket 31)

“Fabrikada işçi”. (erkek, yaş 18, anket 59)

“Bazen mağazada yardım ediyorum”. (kadın, yaş 15, anket 105)

Bazen berberde çalışıyor. (kadın, yaş 16, anket 110)

Arada komilik yapıyor. (kadın, yaş 17, anket 119)

“Muavin”. (erkek, yaş 20, anket 217)

“Garsonluk”. (erkek, yaş 17, anket 278)

Yazın tarlada çalışıyor. (erkek, yaş 16, anket 284)

“Otomotiv”. (erkek, yaş 22, anket 310)

Tablo 4.6. *Cinsiyete göre istihdam durumu*

	Katılımcıların istihdam durumu n: 413		
	Kadın %	Erkek%	Örneklem%
Öğrenci/üni. hazırlanıyor	18,9	19,5	19,1
Ev kadını	68,9	-	38
Çalışıyor	5,3	52,4	26,4 ⁵²
İşsiz	3,5	10,8	6,8
Emekli	3,5	17,3	9,7
Vefat etmiş/ayrılmış	-	-	-
Toplam	100	100	100

Anketlere ve yarı yapılandırılmış görüşmelere katılan kadın ve erkek katılımcıların sayısında denge sağlamaya çalışmak oldukça zor olmuştur. Kadın ve erkek sayıları arasında tam bir eşitliğin sağlanamamış olması, tamamen sahanın araştırmacıya sunduğu imkânlarla ilgilidir. Görüldüğü gibi, bu araştırma, ortak bir *habitusu* paylaşan bireylerin yaşadığı mahallelerde gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla hanelerin kapısını çalmak için, belirli bir saat aralığının gözetilmesi gerekliliği, erkeklerin çalışma saatleriyle doğal bir çakışmayı da beraberinde getirmiştir. Ayrıca, “erkeklerin çalışma saatleri ifadesi”, aslında mahallelerin demografik özelliklerini yansıtmaması bakımından önemli bir noktaya gönderme yapmaktadır. Nitekim yukarıdaki tabloda (Tablo 4.6) görüldüğü gibi, örneklem genelinde öğrenci olduğunu veya üniversiteye hazırlandığını ifade edenler haricinde, evin gelirine katkı sağladığını (çalışan+emekli) belirten kadınların toplam oranı sadece %8,8 iken; aynı gruptaki erkeklerin oranı ise %69,7’dir. Kadınların %68,9’u ise “ev hanımı” olduğunu ifade etmiştir. Bu ifade, iş gücüne dahil olmayıp yalnızca ev işleri ve çocuk bakımı ile meşgul olma anlamında kullanılmıştır.

Tablo 4.7. *Anne-baba istihdam durumu/Eş istihdam durumu*

Eğitim durumu	Anne istihdam n: 129 %	Baba istihdam n: 129 %	Eş istihdam n: 275		
			Kadın istihdam%	Erkek istihdam%	Evli/dul genel%
Öğrenci/üni. hazırlanıyor	-	-	-	-	-
Ev kadını	79,1	-	87,5	-	33

⁵²Örneklem genelinde çalışanların toplam oranı %26,4’tür. Bu oranın yarısından fazlasını %19,9 ile işçi olarak çalışanlar oluşturmaktadır.

Çalışıyor	15,5 ⁵³	69 ⁵⁴	5,8	66,7	43,8
İşsiz	-	3,1	-	1,8	1,1
Emekli	3,9	24	1	20,5	13
Vefat etmiş/ayrılmış	1,6	3,9	5,8	11,1	9,1
Toplam	100	100	100	100	100

Anket soruları, bekârların ebeveynlerinin, evli olanların ise eşlerinin istihdam durumlarının öğrenilebileceği şekilde hazırlanmıştır. Buradaki amaç, hanenin sosyo-ekonomik statüsü hakkında daha fazla bilgi edinebilmektir. Buna göre, Tablo 4.7’de görüldüğü üzere, bekâr katılımcıların verdikleri cevaplar, evin gelirine katkı sağlayan (çalışan+emekli) annelerin oranının düşük (%19,4) olduğunu göstermiştir. Oysa hane gelirine katkı sağlayan (çalışan+emekli) babaların oranı %93’dür (Tablo 4.7).

Evli olan kadın katılımcılardan eşleri çalışanların oranı %66,7⁵⁵, emekli olanların oranı %20,5 ve işsiz olanların oranı ise %1,8’dir. Buna karşın, evli olan erkek katılımcılardan eşleri çalışanların oranı sadece %5,8⁵⁶, emekli olanların oranı ise sadece %1’dir. Eşleri ev kadını olan evli erkeklerin oranı ise %87,5’dir (Tablo 4.7). Bu bulgular, hanelerde baba dışında istihdam oranının çok düşük olduğunu göstermektedir.

Evli ve çalışmayan bazı kadınların çalışmama durumları ile ilgili verdikleri ifadeler aşağıdaki gibidir. Bu ifadelerde, çocukların bakımının önemli bir gerekçe olarak öne çıktığı görülmektedir:

“(…) bunun <çocuğunu kastediyor> yüzünden gidemiyom. Bir de bunun yüzünden derken böyle çocukları çalıyorlar ya öldürüyor, şey yapıyorlar, babası izin vermiyor. Diyor, ‘sen gidip dünya malı getirsen, bir çocuğum gitse ben ne yapacağım?’. O yüzden izin vermiyor, gidemiyorum. Yani vallahi ihtiyacım da var paraya, çocuğum gidip geliyor. Ben şu an 2 tane lisede, onlar çok sıkıntı çekiyorlar çünkü günde 2 çocuğa 10 milyon para veriyom, 10 milyonla neye yetecekler? 10 milyon-20 milyon veriyom, onu karta atıyorlar, ondan yemek yiyorlar. Yani sıkıntı çekiyorlar. Bu ikisine de yine iyi-kötü varsa-yoksa yediriyom, karnını

⁵³Bekâr katılımcılardan anneleri çalışanların oranı %15,5’dir. Bu oranın tamamına yakını (%13,2) işçi olarak çalışan anneler oluşturmaktadır. Çalışan annelerin %13,2’si işçidir.

⁵⁴Bekâr katılımcılardan babaları çalışanların oranı %69’dur. Bu oranın yarısından fazlasını (%50,4) işçi olarak çalışan babalar oluşturmaktadır.

⁵⁵Evli olan kadın katılımcılardan eşleri çalışanların oranı %66,7’dir. Bu oranın yarısından fazlasını (%57,9) işçi olarak çalışan eşler oluşturmaktadır.

⁵⁶Evli olan erkek katılımcılardan eşleri çalışanların oranı %5,8’dir. Bu oranın tamamına yakını (%4,8) işçi olarak çalışan kadınlar oluşturmaktadır.

dozuruyom, gönderiyom. 2 yumurta kırıyor, çayı da yediriyom, karnını dozuruyorum” (33. Kadın, 39, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç mah.).

“Çok çalışmak isterim. Çok da çalıştım (bekârken). (...) Köye düştüm işte böyle (evlenince). İşsiz kaldım çoluk çocuk olunca” (24. Kadın, kimliğe göre 40, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

“Şöyle söylüyom, ben de eşim de ee nerede ne yapacağımızı bilen insanız. Yani çarçur etmeyi sevmeyiz ama yeri geldiği zaman da her şeyin, bir şeyi vardır yani. Çarçur da ederiz yani. Ama yani devlet bana bir katkıda bulunsa ya da eşimin maaşını yükseltse ben güzel geçinirim. Ben suçlu değilim. Vergimi de veriyorum. Her şeyi veriyorsun. Ama işte onlar yani bir asgari ücret düşünsene, 600 liradan oturduğumu, bir kirada. Hadi bırak 400 olsun. Doğalgaz yok, hiçbir şeyi yok. (...) Ödeyemezsin. Çocuklar yani kızım mesela bu sene okula başladı, servise verdim 100 lira. E hadi oğlana, nasip olursa, 2 sene sonra liseye geçecek, servis... Ben bunları nasıl yaparım ki? Ben çalışmıyorum. Eşim sadece çalışıyor” (19. Kadın, 28, evli, ortaokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.).

Görüldüğü gibi kadınların ifadelerinde toplumsal cinsiyete ilişkin izler de mevcuttur. Kadınlar nezdinde, ev içi yaşam kadına ait olarak görülmektedir. Özellikle, yukarıdaki son alıntının sahibi olan 28 yaşındaki Nurhan Hanım’ın görüşmenin devam eden kısmındaki ifadelerinde bu vurgular çok nettir. Nurhan Hanım, zorunlu olmadıkça kadının çalışmasına gerek olmadığını, kadının görevinin “sadece yemek yapmak, çocuklarına bakmak, güzel şeyler yapmak” olduğunu dile getirmiştir:

“Yani hani bir de şöyle bir şey ben eğerkine bu asgari ücrette mesela iyi bir zam koyarlarsa, ben kadınların çalışmasına da karşıyım. (...) Yani adama iyi bir asgari ücret versen yani karın niye çalışsın ki? Onun görevi sadece yemek yapmak, çocuklarına bakmak, güzel şeyler yapmak. Yani. Çalı-... şimdi ben mecbur nasip olursa, çocuklar büyüyünce ben de çalışırım. Böyle giderse yetinemeyiz zaten. Ona iyi bir asgari ücret yani güzel bir maaş verirse ben niye çalışırım ki? E, ben çalışıcam e, çocuk nerede kaldı? Belki kafalarına göre giderler (çocuklar). (...) şimdi bile zor yönetebiliyon onları ama büyüyünce ben düşünemiyorum. ‘Baş eder miyim?’ diye. Hiç sanmıyorum hani... Bazen eşim kızıyor, bağılıyor, çağırıyor. Yeri geliyor tokat falan da atıyor (çocuklara). Bir yerim-... tabii almıyor, hemen ben karşılık veriyom. Ondan sonra susuyom, yani diyom, en azından babalarını bilsin, ondan korksunlar”

Tablo 4.8. Ev kadınlarının ek gelir sağlamak için bir işte çalışma durumu

	n	%
Evet	20	12,7
Hayır	137	87,3
Toplam	157	100

Ev işleriyle meşgul olduğunu ifade eden toplam 157 kadın katılımcının %87,3'ü “ek gelir sağlamak için bir işte çalışıyor musunuz?” sorusuna “hayır” yanıtını verirken; kalan %12,7’si ise “evet” yanıtını vermiştir (Tablo 4.8).

Ev kadınlarının, hane gelirine katkı sağlamak için hangi işlerle meşgul olduklarına ilişkin ifadeleri ve araştırmacının aldığı notlar aşağıdaki gibidir:

“Bazen domates topluyorum”. (48, ilkokul mez., anket 36)

“Arada sigara sarma, çocuk bakımı”. (34, ilkokul mez., anket 41)

Emek mahallesindeki bir parkta yumurta satıyor. (34, lise mez., anket 47)

“El işi yapıp satıyorum”. (31, ilkokul mez., anket 82)

El işi yapıyorum, isteyene satıyorum”. (52, ilkokul mez., anket 91)

“Dışarı örgü örerim”. (65, diplomasız okur-yazar, anket 95)

Bazen makarna yapıp satıyor. (yaş belirtilmemiş, ilkokul mez., anket 101)

Sadece temizlik. Olursa merdivene gidiyorum, olursa tanidik”. (46, ilkokul mez., anket 103)

“Çocuk bakıyorum”. (43, ilkokul mez., anket 113)

Tespah yapıyor. (25, lise mez., anket 153)

El işi yapıp satıyor. (26, ortaokul mez., anket 170)

“Dantel, kazak örüp sattım”. (55, okur-yazar değil, anket 180)

“Katalog satışı; makyaj, giyim... Sürekli yapıyorum”. (40, ortaokul mez., anket 192)

El işi yapıp satıyor. (43, ilkokul mez., anket 197)

Temizlik. (48, lise mez., anket 202)

Bazen diyanette öğreticilik. (25, yüksekokul/üni mez., anket 233)

“Arada ev temizliği”. (45, ilkokul mez., anket 305)

“El işi yapıp satmak. Sipariş oldukça”. (43, ilkokul mez., anket 341)

Gündoğdu mahallesinde semt pazarı olduğu gün Avon ürünleri satıyor. (38, ilkokul mez., anket 361)

Tablo 4.9. Aylık hane geliri

	n	%
1604 TL ve altı	134	32,3
1605-3209TL	212	51,1
3210-4500 TL	69	16,6
Toplam	415	100

Tablo 4.9'a göre, katılımcıların %83,4'ünün aylık hane geliri 3210 TL ve altındadır. Bu oranın da %32,3'ünü aylık hane geliri asgari ücret⁵⁷ ve altında olanlar oluşturmaktadır. Katılımcıların geriye kalan %16,6'sının aylık hane geliri ise 3210 TL ve üzerindedir. Ortalama hane geliri ise daha önce ifade edildiği gibi 2.366,06 TL'dir (Bkz. Tablo 4.3).

Tablo 4.10. Aylık hane gelirinin hanede yaşayan kişi sayısına göre dağılımı

Hanede yaşayan kişi sayısı		0-1604	1605-3209	3210-4500	Toplam
1	n	6	4	1	11
	%	54,5	36,4	9,1	100
2-3	n	47	73	24	144
	%	32,6	50,7	16,7	100
4 ve üzeri	n	80	134	44	258
	%	31	51,9	17,1	100
Toplam	n	133	211	69	413 ⁵⁸
	%	32,2	51,1	16,7	100

Tablo 4.10, katılımcıların aylık hane gelirinin hanede yaşayan kişi sayısına göre dağılımını göstermektedir. Buna göre, 4 ve daha fazla kişinin yaşadığı toplam 258 hanenin %82,9'unun aylık geliri 0-3209 TL arasındadır. Tek başına yaşayan 11 kişi arasında aylık hane geliri 3210 TL'den yukarı olanların oranı sadece %9,1'dir (1 kişi). 2 ila 3 kişinin yaşadığı toplam 144 hanenin ise sadece %16,7'sinin aylık geliri 3210-4500 TL arasındadır.

Dolayısıyla, kendilerinin ve ebeveynlerinin eğitim düzeyleri, ebeveynlerinin veya eşlerinin mesleki konumları ve aylık ortalama gelir göstergeleri çerçevesinde değerlendirildiğinde katılımcıların yoksul oldukları söylenebilir. Nitekim Türkiye İşçi

⁵⁷Araştırmanın saha çalışmasının gerçekleştiği 2018 yılındaki net asgari ücret 1.603,12 TL'dir.

⁵⁸İki katılımcı hanede yaşayan kişi sayısını belirtmediği için aylık hane gelirinin hanede yaşayan kişi sayısına göre dağılımı 413 katılımcı üzerinden analiz edilmiştir.

Sendikaları Konfederasyonu, dört kişilik bir ailenin yoksulluk sınırını⁵⁹ 2018 Temmuz ayı için 5.662,46 TL (http-14)⁶⁰, 2018 Ağustos ayı için ise 5.903,80 TL (http-15)⁶¹ olarak açıklamıştır. Memur Sendikaları Konfederasyonu ise yoksulluk sınırını, 2018 Temmuz ayı için 5.542,00 TL (http-16)⁶², 2018 Ağustos ayı için ise 5.625,91 TL (http-17)⁶³ olarak açıklamıştır. Türkiye Kamu-Sen Araştırma Geliştirme Merkezi'nin açıkladığı 2018 Temmuz ayı asgari geçim endeksi sonuçlarına göre ise tek kişinin yoksulluk sınırı 2.844,09 TL; dört kişilik bir ailenin asgari geçim haddi ise 5.866,11 TL'dir (http-18)⁶⁴.

4.2. Yoksulluk ve Zenginliğe İlişkin Algılar

Görüşülen bireylerin yoksulluk ve zenginlik algılarına ilişkin ifadelerinde öne çıkan vurguların önemli olduğu düşünülmektedir. Hem yoksulluğun nedenleri üzerine hem de yoksulluk ve zenginliğin ölçütleri üzerine söylenenler, bu çalışmada yoksulluk kavramının neden nesnel bir kategori olarak tanımlanmadığına da farklı bir noktadan açıklık getirecektir. Görüşmelerde, yoksulluk ve zenginliğin nedenleri, kimi zaman 'tembellik' gibi bireysel özelliklere, kimi zaman 'aile' ve 'devlet' gibi kurumsal yapılara, kimi zaman da 'kader' gibi soyut ve dinsel öğelere işaret edilerek açıklanmıştır. Yoksulluk ve zenginliğin ölçütü olarak ise, 'para' ve 'ev ve/veya araba sahipliği' gibi maddi göstergeler ile 'gönül zenginliği' ve 'imanlı olmak' gibi soyut ve dini göstergeler kullanılmıştır. Yoksulluğun nedenini devlet gibi kurumsal bir yapıyla ilişkilendiren ifadelerin yanı sıra, devletin sorumlu olmadığına veya artık 'fakir' insanların kalmadığına işaret eden ifadelere de rastlanmıştır. Bu yanıtlar, yine tembellik, tutumsuzluk/kanaatsizlik gibi bireysel özelliklere ilişkin vurgularla desteklenmiştir.

Yoksulluğun ve zenginliğin ölçütü olarak 'para' veya 'parasızlığın' öne çıkarıldığı bazı ifadeler aşağıdaki gibidir. İsteddiği şeyi 'hemen' satın alabilmek, 'güzel'

⁵⁹Yoksulluk sınırı, dört kişilik bir ailenin sağlıklı, dengeli ve yeterli beslenebilmesi için yapması gereken aylık gıda harcaması ile birlikte giyim, konut (kira, elektrik, su, yakıt), ulaşım, eğitim, sağlık ve benzeri ihtiyaçlar için yapılması zorunlu diğer aylık harcamaların toplam tutarına karşılık gelmektedir.

⁶⁰<http://www.turkis.org.tr/TEMMUZ-2018-ACLİK-ve-YOKSULLUK-SINIRI-d75742> (Erişim tarihi: 6.01.2019)

⁶¹<http://www.turkis.org.tr/AGUSTOS-2018-ACLİK-ve-YOKSULLUK-SINIRI-d90742> (Erişim tarihi: 6.01.2019)

⁶²<http://www.memursen.org.tr/temmuz-ayi-aclik-ve-yoksulluk-rakamlari-aciklandi> (Erişim tarihi: 28.10.2019)

⁶³<http://www.memursen.org.tr/agustos-ayi-aclik-yoksulluk-rakamlari-aciklandi> (Erişim tarihi: 28.10.2019)

⁶⁴<https://www.kamusen.org.tr/ar-ge/temmuz-ayi-asgari-gecim-sonuclari-aciklandi/3827/> (Erişim tarihi: 28.10.2019)

bir araba satın alabilecek kadar ‘çok’ paraya sahip olmak veya bir tanesi yettiği halde ‘ikincisini’ satın alabilmek zenginliğin göstergeleridir:

“Zengin; parası olana, istediğini alabilene, hayallerini gerçekleştirebilene. Mesela, bi şey ister, hemen onu alabilir” (1. Kadın, 16, bekâr, lise öğr., Emek mah.).

“Parası olana ya! Parası olana zengin denir. (...) Çok parası olan. (...) Çok benim için ne kadardır? Güzel bir arabam olana kadar” (8. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Gündoğdu mah.).

“Parası olana zengin denir. Bizim gibilerine yoksul denir” (6. Kadın, 32, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

“Zengin; parası olana zengin derler. Çok parası olana... Fakir de, hiç parası olmayana derler” (15. Erkek, 41, bekâr, ortaokul mez., Emek mah.).

“Zengin de fazlasıyla, yani bir tanesi yetiyorsa ama ikincisini aldıysa bence o adam zengindir” (30. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.).

“(...) parası olmayana aynı şekilde. Mesela ihtiyaçlarını karşılayamayana, rahatça mesela eğlencesini falan yapamayanaa. O şekilde...” (8. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Gündoğdu mah.).

“Şu devirde, ben kendimce konuşuyum. Asgari ücret alan insan yoksuldur. Annesi, babası olmayan, üzerinde hiçbir şeyi olmayan, sadece tek tabanca, sadece tek tabanca, annesinden, babasından bir şey kalmamış...” (18. Erkek, 40, evli, ilkokul mez., fabrikada işçi, Gündoğdu mah.).

“İstedini mesela yapamayanaa, alamayanaa, zor durumda kalanaa, onu ona nasıl yetiştirsem, ona nasıl yetiştirsem diye düşünene yoksul denir” (1. Kadın, 16, bekâr, lise öğr., Emek mah.).

- Görüşmeci (35. Erkek, 17, bekâr, lise terk, sanayide oto elektrikçi, Emek mah.): Yani gücü olan genelde zengin olur, gücü olmayan genelde fakir olur.
- Araştırmacı: ‘Güç’ ne ile ilişkili?
- Görüşmeci: Parayla.

Kimi katlımcılar ise, yoksulluğu yemek ve barınma gibi ‘temel’ ihtiyaçlara sahip olamama durumuna göre tanımlamışlardır. Bu tanımlardaki “barınacak yeri ve yiyecek ekmeği olmayan”, “karnını doyuramayacak insan” şeklindeki ifadeler, Castells’in “aşırı yoksulluk” kavramını hatırlatmaktadır. Castells’e (2010, s. 70-71) göre aşırı yoksulluk;

gelir dağılımında en dipte yer alma, sosyal ve ekonomik anlamda derin bir kısıtlılık içinde olma durumu şeklinde tanımlanmaktadır:

“‘Yoksul’, barınacak yeri ve yiyecek yemeği olmayana denir” (30. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.).

“Bence yoksul karnını doyuramayacak insana denir. Zengin de istediği her şeyi elde edebilene. Kolaylıkla” (31. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.).

“‘Fakir’, durumu iyi olmayanlara, muhtaç olanlara. (...) Yani işsiz, iş arayanlar çocuğuna ekmeke parası götürmek için muhtaç olanlar var” (22. Erkek, 26, evli, ortaokul mez., fabrikada kaynak bölümünde işçi, Emek mah.).

Görüldüğü üzere, yoksulluğun ve zenginliğin para gibi maddi bir ölçüte göre tanımlandığı ifadelerde iki farklı eğilim söz konusudur. İlk eğilimde yoksulluk, ‘eğlencesini yapamama’ veya bir tanesi varken ‘ikincisini alamama’ gibi mevcut olandan daha iyi bir yaşam standardına sahip olma/olmama hâli üzerinden, yani *görelî*⁶⁵ bir biçimde tanımlanmaktadır. İkinci eğilimde ise, hem *gelir/tüketim yaklaşımında* ifade edildiği türden, gıda ve barınma ihtiyaçlarını karşılayamama anlamında bir mutlak

⁶⁵Görelî yoksulluk yaklaşımı, her ülkenin sosyal ve ekonomik gelişmişlik seviyesinin farklı olduğunu kabul eder ve bu yüzden yoksulluğun görelî olarak tanımlanmasını önerir. Yoksulluk sınırını belirleyen şey, bireylerin maddi-manevi refah düzeylerinin, yaşadıkları toplumun ortalama refah düzeyinin altında olmasıdır. Yoksulluk tanımlanırken temel toplumsal etkinliklere katılıp katılamama durumunun göz ardı edilmesi ve sadece belirli ihtiyaçların yokluğunun kriter alınması hususu görelî yoksulluk tanımı savunucularının temel vurgusudur (Suğur vd., 2010, s. 6). Daha açık bir ifadeyle, görelî yoksulluk, birinin yaşam düzeyinin, ondan daha yüksek gelire sahip olan bir referans grubuyla karşılaştırılması sonucu ortaya çıkmaktadır (Streeten, 1990, s. 5). Streeten, görelî yoksulluğu bu şekilde tanımlamadan önce, açıklayıcı olması sebebiyle, Karl Marx’ın 1849 yılında yayımlanan “*Ücretli Emek ve Sermaye*” (Wage Labour and Capital) adlı eserindeki bir bölüme atıf yapar (1990, s. 4-5). Burada Marx, yanına saray inşa edilene kadar küçük kulübesinde çok mutlu yaşayan bir adamdan bahseder. Ne yazık ki, sarayın inşa edilmesinden sonra artık her şey değişmiş, adam kendini yoksul hissetmeye başlamıştır. Yani sarayı inşa eden komşu, kulübede yaşayan adam için referans grubu hâline gelmiştir. Marx şöyle devam eder: “Bir ev, büyük ya da küçük olabilir, çevresindeki evler de aynı ölçüde küçük oldukları sürece, bu ev, bir konuta olan bütün toplumsal talepleri karşılar (...) Ama uygarlığın ilerleyişi boyunca, küçük ev ne denli büyürse büyüsün, eğer komşu saray da aynı hızla ya da daha büyük ölçüde büyürse, görelî olarak küçük evde oturan kişi, kendi dört duvarı arasında, kendini, gitgide daha rahatsız, daha hoşnutsuz, daha darda hissedecektir (Marx, 1976, s. 44)”. Görelî yoksulluk kavramı, en açıklayıcı şekliyle ise Townsend’in yoksulluk tanımında karşılık bulur. Townsend’ a (1979, s. 31) göre, “bir nüfus içerisindeki bireyler, aileler ve gruplar ait oldukları toplumun beslenme şekli, toplumsal etkinliklere katılım, alışlagelmiş yaşam koşulları içerisinde yer almalarını veya en azından yaşadıkları toplum tarafından kabul görmelerini sağlayacak kaynaklardan mahrum olduklarında yoksul sayılabilirler”.

yoksulluğa⁶⁶ hem de işsizlik gibi işgücü piyasasının dışında kalmakla ilgili bir sosyal dışlanma⁶⁷ hâline işaret edilmektedir. Yazgan ve Suğur’a (2018) göre yoksulluk,

⁶⁶Yoksulluğun tanımlanmasında; yoksullara bakış açıları, toplumsal yapıların sahip oldukları farklı değer sistemleri, zaman mefhumu (Şenses, 2014, s. 62); bir bölgeden diğerine değişen coğrafi ve kültürel özellikler ile sosyal ve ekonomik bağlam (Streteen, 1990, s. 4) belirleyici olmaktadır. *Sosyoloji Sözlüğü*’nde yoksulluk; “genellikle maddi kaynaklardan, bazen de kültürel kaynaklardan yoksun kalındığını ifade eden bir durum” şeklinde tanımlansa da, buradaki ‘maddi’ ve ‘kültürel’ kaynakların ne olduğu ve hangi koşullar altında, bu kaynakların ne kadarından yoksun kalındığında yoksulluktan bahsedilmesi gerektiği ile ilgili sorular yanıtız kalmaktadır (Marshall, 2009, s. 825). İşte yoksulluğun ölçülmesi ve tanımlanmasında ekonomik göstergelerin mi, kültürel göstergelerin mi yoksa sosyal ve siyasal göstergelerin mi dikkate alınacağı sorusu (Şenses, 2014, s. 62), kavramın tanımlanmasına ilişkin farklı yaklaşımların doğmasına neden olmuştur: *Mutlak, görel ve sosyal dışlanma yaklaşımları ile objektif/konsensüse dayalı yoksulluk yaklaşımı (consensual poverty approach), katılımcı yoksulluk değerlendirmesi yaklaşımı (participatory poverty assessment approach) ve yapabilirlik/insani yoksulluk yaklaşımı* bunlardan bazılarıdır. Genel anlamda, temel düzeydeki fiziksel/materyal ihtiyaçlara erişememe durumuna karşılık gelen mutlak yoksulluk anlayışının (Suğur vd., 2010, s. 3-4), *gelir/tüketim* ve *temel ihtiyaçlar* isimli, biri diğerinin genişletilmesiyle doğan iki temel yaklaşım tarafından temsil edildiği söylenebilir. Mutlak yoksulluk sınırının belirlenmesinde, yeterli miktarda temel gıda maddesinden oluşan gıda sepetinin maliyeti veya hayatta kalmak için alınması gereken asgari kalori miktarının gerektirdiği tüketim harcamaları esas alınır. Böylece hayatta kalabilmek için ihtiyaç duyulan en düşük maliyetli gıda harcamalarının parasal karşılığı yoksulluk sınırını belirler. Bu gelir seviyesine ulaşamayanlar da yoksul kabul edilirler (Şenses, 2014, s. 63). Örneğin; Dünya Bankası yoksulluk sınırını günde 1,90 ABD doları şeklinde belirlemiştir (<http://www.worldbank.org/en/understanding-poverty> (Erişim tarihi: 11.10.2017)). Mutlak yoksulluk yaklaşımının, bu şekilde sadece gıda harcamalarına odaklanan dar biçiminin yanı sıra, barınma ve giyim gibi gıda dışı maddi ihtiyaçları kapsayan geniş biçiminden de söz etmek mümkündür. Mutlak yoksulluk yaklaşımının bu ‘geniş’ biçimi dahi, salt bireyin fiziksel olarak hayatta kalabilmesini sağlayan kriterler üzerinde odaklanmaktadır (Güneş, 2016, s. 7). Burada da yalnızca yiyecek, su, giyinme, barınma gibi biyolojik ihtiyaçlar öne çıkar; sosyal ve kültürel beklentiler ise ihtiyaç olarak tanımlanmaz (Mac Phearson ve Silburn, 1998, s. 5). Lipton’ın (1997, s. 27) ifadesiyle, “bir insan yalnızca ve yalnızca temel maddi ihtiyaçlarını yeterince karşılayabileceği ekonomik kaynaklara ulaşımının sınırlı olduğu zamanlarda” yoksul olarak kabul edilir. *Gelir/tüketim yaklaşımına* toplumsal hizmet göstergelerinin dâhil edilmesiyle geliştirilen *temel ihtiyaçlar yaklaşımı* (Güneş, 2016, s. 8), gelir/tüketime kıyasla daha göreceli göstergelere sahip olsa da (MacPhearson ve Silburn, 1998, s. 6); özünde bir mutlak yoksulluk yaklaşımı olarak nitelendirilmektedir (Şenses, 2014, s. 64). Uluslararası Çalışma Örgütü’ne (ILO) göre, temel ihtiyaçlar; yiyecek, barınma, giyecek gibi özel tüketim göstergelerinin yanı sıra; içme suyu, sağlık hizmetleri, ulaşım, sağlık ve eğitim gibi toplumsal hizmet göstergelerini de kapsamaktadır (ILO, 1976, s. 7). Bu yaklaşımın zayıf noktası elbette ki ihtiyaç olgusunu sadece yeme, içme, giyinme veya barınma gibi maddi ve görünen unsurlarla sınırlandırmış olmasıdır. Bireylerin tek ve nihai amacını sadece hayatta kalabilmek olarak kabul eden bu yaklaşım, sosyal ve kültürel ihtiyaçları göz önüne alan sosyolojik çok boyutluluktan yoksundur. Bu noktada, Güneş’in (2016, s. 9) yaptığı vurgu anlamlıdır: Mutlak yoksulluk yaklaşımında insan, fiziksel olarak “kendini yeniden üretmesi” bağlamında salt biyolojik bir varlık olarak ele alınır. Oysa birey, toplumsal bir varlık olduğu da unutulmadan topyekün “yaşantısını yeniden üretebildiği” koşullarla birlikte ele alınmalıdır (Güneş, 2016, s. 9). Örneğin, mutlak yoksulluk sınırının belirlenmesinde kullanılan kişi başına düşen gelir ya da günlük kalori miktarı gibi ölçümler yoksulluğun objektif bir şekilde ölçülebileceğine yönelik bir inancı içerirler. Oysa yoksulluk sınırını böyle objektif ölçütlerle belirleme çabaları, yoksulluğun bir kişiden diğerine, bir zamandan başka bir zamana, içinde yaşanılan çağ ya da düzene göre farklılık gösterebilen boyutunun göz ardı edilmesine neden olmakta; incelenen olgunun öznesinin düşünen, hisseden ve yaşadığı toplumsal-tarihsel bağlamdan etkilenebilen bireyler olduğunu unutturmaktadır. Şenses (2014, s. 80-85), mutlak yoksulluk yaklaşımının hem uluslararası hem de ulusal düzeyde farklılaşan mekânlara ilişkin karşılaştırmalara uygun bir çerçeve sağlamadığını belirtir. Yani, ülkelerin farklılaşan ekonomik ve sosyal yapıları, coğrafi koşulları, gelişmişlik düzeyleri, kültürel değerleri vb. birçok unsur, yoksulluğun gerek tanımına gerekse de ölçümüne ilişkin

problemlerin kaynağını oluşturmaktadır. Eleştirilerin bir kısmı ise, mutlak yoksulluk yaklaşımının yoksul kitle içerisindeki çeşitliliği yansıtamaması (Şenses, 2014, s. 87), yani yoksulları yekpare bir toplulukmuşçasına değerlendirmesi ile ilgilidir. Başta mutlak yoksulluk olmak üzere, yoksulluk yaklaşımlarının cinsiyet konusuna yeterli düzeyde değinmediğine (Güneş, 2016, s. 9); kadın yoksulluğunu erkeklerle aynı kavramsal perspektiften anlamaya çalıştığına (Kabeer, 1996, s. 19), yani yoksulluğun kadın ve erkekler tarafından farklı düzeylerde hissedilip hissedilmediğine ilişkin sorgulamaların yapılmadığına dikkat çekilir.

⁶⁷*Sosyal dışlanma* kavramı, yoksulluktan farkının ne olduğu konusundaki tartışmalar hâlen devam etmekle beraber yoksulluk yazını içerisinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Dolayısıyla yoksulluğun ölçümü ve tanımında ortaya çıkan görüş ayrılıkları sosyal dışlanma içinde geçerlidir. Buradaki önemli nokta, her iki kavramın hangi açılardan farklılaştığı veya birinin diğerini ne kadar kapsadığıdır. Room'a (1999, s. 167-169) göre, sosyal dışlanma yoksulluğu aşan *çok boyutlu (multi-dimensional)* bir kavramdır: Yoksulluk, birey veya hane halkının elindeki kaynakların yetersizliği anlamında bir *bölüşüm* sorununa odaklanırken; sosyal dışlanma, sosyal katılımın yetersizliği, sosyal bütünleşmenin sağlanamaması gibi daha *ilişkisel* sorunlara odaklanmaktadır. Adaman ve Keyder'e (2006, s. 9-10) göre, sosyal dışlanma, yoksulluk hallerini içeren fakat onun tek boyutluluğunu aşan bir kavram olarak; *ekonomik, mekânsal, politik ve kültürel dışlanma* şeklinde dört farklı görünüme sahiptir. Kalfa-Topateş (2015, s. 46) ise benzer şekilde, zaman zaman birbirlerinin yerine kullanılsalar bile bu iki kavramın özünde farklı olduklarını vurgulamaktadır. Zira *sosyal dışlanma*, yoksul olmanın da dışına çıkacak şekilde geniş kapsamlı bir olgudur. Daha açık bir ifadeyle, sosyal dışlanmaya maruz kalan her birey yoksul olmayabileceği gibi, yoksulluk kendi başına bir sosyal dışlanma nedeni de olabilir. Sosyal dışlanma, bugünkü anlamıyla, ilk kez, Fransa'da Jacques Chirac Hükümeti döneminde sosyal işlerden sorumlu devlet sekreteri olarak görev yapan René Lenoir tarafından, fiziksel engelliler, tek ebeveynliler ve sigortasız çalışan işçiler gibi, devletin sosyal koruma mekanizmalarının dışında kalan birey ve gruplara gönderme yapmak için kullanılmıştır (Todman, 2004, s. 2). Levitas, sosyal dışlanmayı üç farklı yorum ışığında tanımlar (2005, s. 7). *Yeniden dağıtımçı söylem* (redistributionist discourse) şeklinde ifade ettiği ilkinde dışlanma, yoksulluğun bir sonucu olarak ele alınır; yani burada yoksulluk kendi başına bir sosyal dışlanma nedenidir. *Ahlaki söylem (moral underclass discourse)* ise, yoksulların davranış biçimlerine odaklanır; ve cinsiyetçi bir söyleme sahiptir (2005, s. 21). Levitas burada, alt sınıf kültürüne ve suçluluk, işsizlik, iş etiğinden yoksun olma, tek ebeveynlilik gibi dışlanmanın ahlaki ve kültürel karakteristiklerine gönderme yapar (Todman, 2004, s. 3). *Sosyal bütünleşmecî söylem (social integrationist discourse)* şeklinde ifade edilen üçüncü yorumda ise, *sosyal dışlanma* işsizliğin bir sonucu olarak ele alınır. Fakat bu söylem, çalışanlar arasındaki (örneğin kadınların erkeklerden daha düşük ücretli işlerde çalışması gibi cinsiyete dayalı olan) eşitsizlikleri gizlemesi ve ücretsiz çalışma meselesine yeterince değinmemesi gibi eksikliklere sahiptir (Levitas, 2005, s. 26-27). Sosyal dışlanmanın işsizlikle ilişkilendirildiğini söyleyen bir diğer isim Somerville'dir. Somerville, sosyal dışlanmanın yaygın olan iki yorumu olduğunu belirtir. Birincisine göre, sosyal dışlanma, uzun süreli işsizlik veya işgücü piyasasından dışlanma durumu ile açıklanır. İkincisine göre ise sosyal dışlanma; etiketlenme, hukukun zorlayıcılığı ya da kısıtlayıcılığı, ve kurumsal ayrımcılık gibi nedenler dolayısıyla, sağlık, eğitim ve barınma gibi temel sosyal vatandaşlık haklarından mahrum bırakılma durumu şeklinde tanımlanır (Somerville, 1998, s. 761-762; Todman, 2004, s. 2-3). Sosyal dışlanma kavramının, *yeni yoksulluk* olgusunun gelişimiyle ilgili olduğu söylenir (Silver, 1994, s. 1). Yeni yoksulluk olgusunun geçmişi, 1970'li yıllar boyunca küresel düzeyde kendini gösteren ekonomik krizler sonrası, birçok ülkede yaşama geçirilen liberal ekonomi politikalarının sendikal örgütlenmeleri ve sosyal güvenlik sistemini zayıflatmasına dayanmaktadır. Bu süreçle birlikte, özelleştirme ve esnek istihdam politikaları uygulanmaya başlamış; formel sektörde daralan istihdam olanaklarıyla, taşeronlaşma ve kayıt dışı çalışma biçimi yaygınlaşmış; böylece güvencesiz işlerde düşük ücretlerle çalışanların sayısında gözle görülür artışlar olmuştur (Suğur vd., 2010, s. 9-10). Çalıştığı halde asgari yaşam standartlarının altında kalarak yoksulluğu deneyimlemek durumunda kalan bu kesim *çalışan yoksullar* adlı yeni bir olguyu gün yüzüne çıkarmıştır (Suğur vd., 2010, s. 10; Kalfa-Topateş, 2015, s. 45; Aytaç, 2013, s. 70). İşte 'yeni yoksulluk' kavramı, bu gelişmelerle birlikte başlayıp günümüze değin uzanan süreç boyunca ortaya çıkan yoksulluğu nitelemede kullanılmaktadır (Kalfa-Topateş, 2015, s. 45). Kalfa-Topateş, dikkat çekiçi bir şekilde, yeni yoksulluğun doğuşunu "sanayi devrimi koşullarının yeniden yaratılması" (2015, s. 45) şeklinde ifade eder. Benzer bir analizin Işık ve Pınarcıoğlu'nda da mevcut olduğu söylenebilir: Örneğin yazarlar, yoksulluğu sistem içi ve sistem dışı

“yiyecek yemeği olmama” gibi ölçütlerle tanımlandığında, kavramın karşılık geldiği anlam daraltılmakta, böylece “algısal düzeyde kaçınılan bir alana dönüştürülmektedir” (2018, s. 302). Yazarların bu tespitini haklı çıkaran bir diğer bulgu, yoksulluğu hatırlatan öğelerin göze çok çarptığı hanelerde yaşayan bireylerin bile, kendilerini orta halli olarak tanımlamış olmalarıdır. Örneğin farklı zamanlarda görüşme yapılan iki çocuklu bir çift, kendi durumlarını şu sözlerle ifade etmiştir:

“Orta. Bişey diyemem, orta. Şükür, yine şükür” (22.erkek, 26, evli, ortaokul mez., fabrikada kaynak bölümünde işçi, Emek mah.).

Zenginliği “mutluluğu olan” şeklinde tarif eden eşi ise, aynı yanıtı vermiştir:

“Orta diyelim” (13. kadın, 25, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).”

Oysa, bu çiftin yaşadıkları evdeki eşyaların bir kısmının komşuların yardımlarıyla edinildiği öğrenilmişti ve hanenin gelir getireni olarak erkek, bir fabrikada, asgari ücretle yeni işe başladığını belirtmişti. Ergül ve arkadaşlarının (2012, s. 45-46) çalışmalarında da gözlenen bu durum, yazarlar tarafından, hem bireylerin yoksulluğu “deneyimleme, anlamlandırma, algılama pratikleriyle” hem de sınıfa ve eşitsizliğe ilişkin olguların medyadaki temsil biçimleriyle ilişkili olarak yorumlanmaktadır. Bu araştırmada bulguların, yoksulluğun ‘kader’ ve ‘gönül zenginliği’ gibi soyut ve dinsel öğelere işaret

olmak üzere ikiye ayırır. O veya bu şekilde sistemin içinde tutunmayı başaran fakat düşük ücretler nedeniyle yoksullaşanlar sistem içi yoksullardır. Sosyal dışlanma ise, ekonomik sistemin yanı sıra sosyal ve siyasal sistemden de dışlanarak mücadele gücünü yitiren kesimler olarak sistemin dışında oluşan yoksulluğu anlatır. Sistem içi yoksulluk 19. yüzyılda, özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrasında başlayan refah politikası uygulamalarına kadar geçen süre içerisinde kendini gösterir. Marksizmin sınıfsal çerçevesine göre, sistemin işleyişini sağlayan proleterlerin yoksulluğu buna örnek verilebilir.. Sistemin dışında kalanlar için ise Marx, *lumpen proleterya* kavramını kullanmıştır (Işık ve Pınarcıoğlu, 2015, s. 67-70). Yine Bauman’ın *kusurlu tüketicileri* (1999, s. 60), yeni yoksulluk kapsamında değerlendirilebilir. Nitekim Bauman, 1998 yılında yayınlanan “Çalışma, Tüketim ve Yeni Yoksullar” (*Work, consumerism and the new poor*) isimli eserinde, günümüzde yoksul olmayı sadece işsiz olma durumuyla değil, aynı zamanda yeterince tüketemiyor olma durumuyla ilişkilendirerek açıklıyordu. Silver (1996, s. 105-106), hâlâ bu yeni yoksulluğun nasıl isimlendirileceği konusunun belirsiz olduğunu ifade eder. Farklı ülkeler, bu olguyu açıklamak için farklı kavramlar kullanmışlardır. Örneğin, yeni yoksulluk olgusu, Fransa’da “dışlanma”, ABD’de ise yaygın olarak “sınıfaltı” kavramıyla açıklanır. Yılmaz’a (2008) göre, ABD’de sınıf-altı “altta veya üstte” olmak; dışlanma ise Fransa’da toplumun “içinde veya dışında” olmak anlamında, ülkelerin kendi bağlamlarına özgü bir durumu betimlemek için kullanılmaktadır. Bu durum yeni yoksulluk sürecinin her ülkede farklı şekillerde yaşanıyor ve farklı düzeylerde hissediliyor olmasından kaynaklanmaktadır.

edilerek açıklanmasını sağlayan süreçlerin de, bu noktada önemli bir etken olduğu düşünülmektedir:

“Vallahi ‘kime zengin denir?’, eğer ben kendi adıma getiriyom, eğer ben bugün birisine muhtaç olmuyorsam, kimsenin kapısına çoluk çocuğumu göndermiyorsam, en zengin olan benim. Ama her gün başkasının, birisine- mal- malı olduğu halde, arabası, yatı katı olduğu zaman komşudan bir faydalanırsa, senin arabanı alıp bir yere gidebiliyorsa bence en fakir insan o olur. Yani benim için gönül zenginliği daha önemli. Siz buraya gelmişsiniz, siz zengin-fakir burada, insansın-... Bizim kapımızı açtığınız zaman, biz size bir çay söylemişsek... Ya da ısmarlamışsak en güzel zenginlik bizimdir. Ama bir zengin evine gittiyseniz, size ‘Yok, biz yapamayız!’ derse, bence en büyük fakirlik de odur” (4.erkek, 39, evli, ilkokul mez., inşaatta sıvacı, Sevinç mah.).

“Ben sana kısa bir cevapla söyleyeyim bunu. Merhametli adama zengin denir. Merhametsize de fakir denir. (...) Milletin hayalleri... Milletin yaptığı şeyi kendisi yapamamak. Fakirliği söylüyorum” (5.erkek, 35, evli, ilkokul mez., işsiz, Sevinç mah.).

“Kızım zenginlik olmasın, fakir ol, monkör ol. Zenginlik para etmiyi. İnsanlık yapıyı parayı. İnsan ol insan! Zenginliği düşünme! Şu kirli çorabı cebine koyup da götürebiliyin mi? Götüremiyin. İmanını goturcen. Ancak şurana bakacan <kalbini kastediyor>. Benim kardaşım dedi ki. (...) Bana dedi hacca seni de göndercem, yazıl. Hacı ben neye güvenip da yazılıcam. (...) Ben <vurgulu, üzerine basarak> altı tane duğun ettim. Uç de dedim torun evlendi. Her sene birine bi altın alıyom, her sene birine bi yorgan alıyom. O bana yeter, o da bana hacıya gitmiş gibi olur. Değil mi yavrum? (...) Bak pazara yarından sonra gidecem de, o çocuğa mutfağana masraf aldırcam dedeye <çocukları, torunları için eşine bir şeyler aldıracağını söylüyor>. O da bana bir hacı <hac sevabı> yavrum” (11. Kadın, 60, evli, diplomasız okur-yazar, ev kadını, Gündoğdu mah.).

Bazı görüşmelerde, dinsel öğelere yapılan göndermelerin daha fazla olduğu görülmektedir. Zenginliğin insanlar için olmadığına, öte dünyaya hiçbir şeyin götürülemeyeceğine veya öte dünyada zenginlerin yoksullardan daha çok hesap vermek zorunda kalacağına yönelik ifadeler söz konusudur. Razı olmanın ve şükrün önemi vurgulanmaktadır. Bu ve benzeri ifadeler, Suğur ve arkadaşlarının (2010, s. 193) Eskişehir’deki çalışan yoksullar örneğinde yapmış oldukları araştırmada da görülmektedir. Yazarlar, maneviyatın maddi koşullardan daha önemli olduğu fikrinin, içinde bulunulan ekonomik koşulları meşrulaştırdığını ifade etmektedir:

“Dün, bugün, yarın... Yani, hani sevgili Peygamber Efendimiz’in ahlâklarından bir tanesi; mütevazı (olması). Sonra ne demiş, ‘Cennete ilk girenler kim?’ demiş, ‘Güzel ahlâklı olanlar’. Güzel ahlâklı... Ne demek güzel ahlâk ya? Şu dünyada, işte bu güzel ahlâk oldu mu, hepsi içinde değil mi? Edebi, adamı, adabı, ilimi... Öyle mi? Ee zenginlik, değil mi? (...) Allah’tır zengin. Sonsuz zengin Allah. Tabii! (...) Allah sonsuz zengindir. (...) Niye? E ölüyorsun ya! Malı götüremiyorsun sen oraya” (18.erkek, 40, evli, ilkokul mez., fabrikada işçi, Gündoğdu mah.).

“Kimi kendi kendine fakir oluyor yani. Oturuyor, ‘Hep bana, hep bana getirin!’ diyor. Tabii ki ‘Rabbim verir mi?’ ‘Vermez’. Çalış, emeğini al ki... Bence kimin gönlü zenginse, şura zenginse bence zengin olur. (...) Benim gönlüm zengin olsun yeter! Gönlüm zengin olsun. Ben öyle düşünüyorum yani” (36. Kadın, 51, eşinden ayrı, ilkokul mez., evlere temizliğe gidiyor, Emek mah.).

“Vallahi ben şunu diye-... söyleyeyim de ablam, ilk önce Cenab-ı Allah, sevdiği kuluna çile verirmiş. Yapma kızım. İmtihan. Anlayana. İmtihan. Yani bu şeyin Allah’tan geldiğini bileceksin ne hikmet varsa en iyisini Allah bilir. Şükredeceksin! Rız olacaksın! Yani bazı insanların çok parası var. Ama şimdi öbür tarafta ben iki hesap veririm, o yirmi hesap verecek. Ya bu kadar paranın hesabını nasıl verecek o? Demin dedim ya işte Cenab-ı Allah sana vallahi kırmızı halı serer yani o malını öbür tarafa götürürsün. Anlayana. Nasıl götüreceksin? Dedğim gibi. ‘Kim ki’ diyor ki sevgili şey Cenab-ı Allah, ‘Bir Müslüman sıkıntısını giderse’ diyor, ‘Ben de o kulumun sıkıntısını gideririm’ diyor ya! Allah kefil, daha ötesi var mı?” (18.erkek, 40, evli, ilkokul mez., fabrikada işçi, Gündoğdu mah.).

Yoksulluğun nedenini tembelliğe bağlayan yanıtlardan bazı örnekler ise aşağıdaki gibidir:

“Yoksulluğun, yoksulluğun nedeni hem devlet, hem emek çekmediğin... Yorgandan, yorgandan dışarı çıktın mıydı işin bitmiştir. (...) Ailemden benim şöyle bir <vurgulu> çöpüm yok. Ne anne tarafından ne baba tarafından. Ben bir tek hasırılan geldim buraya. On yedi tane yorgan diktim. Amma kendi alımın teriyle. Esentepe’de oturdum ben. Tuğlacıyan tuğla attım. Muhtarlıktan tezek getirdim, odun getirdim. Bu evi sırtımın taşıyan yaptım. Sekiz tane tuvalet kuyu surdum karnımın çocuğuyun. (...) Ben kucakladım taşları koca koca, kapak gibi taşları ben kucakladım. Adamım ördü. Şimdi bi kucakla hadi bakalım o taşı kaldırayıncan mı? Eşimde hem pavyonda bulaşık yıkadı hemi devletin işinde çalıştı. Uç yerde çalıştı. Ben de kendimi evde tuttum. On yedi yorganla ev yaptım. Bak üçte torun evlendi. Altı kendimin var. Yedi, sekiz, dokuz tane evimiz (çocuğumuz anlamında) oldu. Allah bereket versin. Ne güzel mutlu(luk) benim için de mi?” (11. kadın, 60, evli, diplomasız okur-yazar, ev kadını, Gündoğdu mah.).

“Eee kendisidir, ben kişinin kendisi olduğunu düşünüyorum. Çünkü, hani, bi insan ‘ben yoksulum’ olarak değerlendiriy o olayı, eee, ama sen yoksulsan, ee ne şey yapıyosun belli dil hani, ee bunu aşmak için ne kullanıyosun? (...) Şu an eğitim sistemine de bu şekilde laf attıklarını düşünüyorum ben. Ee hani, ben geçen arkadaşına da yazdım. Yok böyle, yok şöyle hani, ee, eğitim sistemimiz çok çok güzel bi sistem olmayabilir, çok iyi bi sistem de olmayabilir. Ee ama biz hani, açıkçası kendi adıma da konuşim. Telefon bağımlısıyız, internet bağımlısıyız. Elimize bi kitap alıp okumuyoruz. (...) Aziz Sancar bu ülkeden çıkmadı mı dedim. Ben bu konuda böyle düşünüyorum açıkçası. Hani, herkesin kendi elinde olan bi şey. Her durum için geçerli, sadece kendi iraden ve kendi şey, çaban doğrultusunda buna inanırsan, amaçladığın şeye inanırsan ulaşabileceğini düşünüyorum insanların” (16. kadın, 15, bekâr, lise öğr., Gündoğdu mah.).

60 yaşındaki ve 15 yaşındaki iki kadın görüşme için ait olan yukarıdaki ifadeler, yoksulluk kültürü yaklaşımını hatırlatmaktadır. Hatırlanacağı üzere, yoksulluk kavramı, *kültürel* öğeleri ve *yapısal* öğeleri öne çıkarmaları açısından iki temel bakış açısı altında incelenmektedir. Yapısalcı bakış açısı, yoksulluğu devletin yeniden dağıtım mekanizmasıyla, sosyal ve ekonomik yapıyla ve toplumsal tabakalaşmayla ilişkisi içinde ele almaktadır (Yılmaz, 2008). Yoksulluğu bireylerin ya da bir toplumsal grubun özellikleriyle ilişkilendiren diğeri ise, bireysel yetersizliğe, yeteneksizliğe, yoksulluk durumundan çıkmak için yeterli çaba göstermeme eğilimiyle bağlantılı bir disiplinsizliğe ve tembelliğe vurgu yapar (Yılmaz, 2008). Lewis’in yoksulluk kültürü yaklaşımında net bir şekilde ifade bulan ikincisine göre, yoksulluk bir yaşam biçimidir ve kuşaktan kuşağa aktarılan ortak davranışsal özelliklerle de, sürekli tekrarlayan bir döngü hâline gelir. Daha yaşlı olan görüşmecinin, geçmişten bugüne verdiği mücadeleyi anlatırkenki ifadeleri yoksulluk kültürü yaklaşımını hatırlatıyor olsa da, daha ilk cümlesindeki, “yoksulluğun nedeni hem devlet, hem emek çekmediğin” şeklindeki ifadesi, yapısal faktörlerin birey nezdinde çok da görünmez olmadığına işaret etmektedir. Genç görüşmecinin ise, eğitim sistemini çok iyi bulmamasına karşın, bireysel çabanın önemli olduğunu gösteren cümleleri, yine yapısal dezavantajların farkında olunmakla beraber, bireysel niteliklere daha fazla önem atfedildiğini gösteren bir diğeri örnektir.

Eğitim, aile ve yaşanan yere yapılan vurguları gösteren görüşmelerde söz konusudur. Bunlardan biri 39 yaşındaki inşaat işçisi bir babaya aittir:

“Vallahi bu (yoksulluk), aileden gelen bir şey. (...) benim babam fakirdi (...) Bir banka işiyle uğraşmadı. Yani ne bileyim? Böyle bir fabrikaya girip de böyle bir zengin insanın yanında çalışmadı. Hep, affedersiniz çoban oldu dağda bayırda... Onun için biz böyle geldik, böyle gördük” (4. Erkek, 39, evli, ilkokul mez., inşaatta sıvacı, Sevinç köyü).

35 yaşındaki işsiz başka bir babanın ise, yoksulluğun nedenleri konusunda eğitim, aile ve ortam unsurlarını bir sıralamaya koyduğu görülmektedir:

“Eğitim bir, ailesi (iki), ondan sonracığıma ortamı (üç). Ortam insanı aşırı değiştirir. Mesela ben eskiden sigara içmiyordum ama arkadaş ortamına bir girdim sigara içmeye başladım” (5. Erkek, 35, evli, ilkokul mez., işsiz, Sevinç köyü).

Özetle, yoksulluğun ve zenginliğin nedenlerine ve ölçütlerine ilişkin farklı unsurların öne çıkarıldığı ifade edilebilir. Yoksulluğun ve zenginliğin nedeni olarak burada, tembellik gibi bireysel özellikler; eğitim ve devlet gibi kurumsal yapılar; para, ev, araba gibi maddi göstergeler veya yaşanan ortam gibi konumsal özellikler gösterilmiştir. Bazen de, ‘gönül zenginliği’ ve ‘imanlı olmak’ zenginliğin ölçütleri olarak sunulmuştur. Bu farklılıklar, yoksulluk literatüründe de kavramın zor tanımlanan, farklı ölçütlere göre değerlendirildiğinde sınırları değişen bir olgu olduğunu hatırlatmaktadır.

4.3. Kültürel Sermaye Göstergesi Olarak Kültürel-Sosyal Faaliyetlere Katılım ve Kitap Okuma Alışkanlığı

Çok az şeye sahip olan değil, çok şeyin özlemini çeken insan fakirdir...

- A. Ali Ural, *Güneşimin Önünden Çekil*

Bu bölüm, bireylerin son bir yıl içerisinde tiyatro, sinema ve konser gibi kültürel faaliyetlere katılımları ile yine son bir yıl içerisinde okudukları kitap sayısına ilişkin nicel ve nitel bulgulara ayrılmıştır.

4.3.1. “Sinemaya gider misiniz?”: “Kız bende o şans nerdeee?!”

Aşağıdaki tablo (Tablo 4.11), kültürel-sosyal faaliyetlere katılma ve kitap okuma alışkanlıklarıyla ilgili nicel bulguları yansıtmaktadır. Öncelikle verilen nicel bulguların, sahanın ilgili konu ile ilgili genel bir resmini çizmesi, nitel bulguların da bu resmi tamamlaması amaçlanmıştır.

Tablo 4.11. Son bir yıl içerisinde kültürel-sosyal faaliyetlere katılma durumu ve son bir yıl içerisinde okunan kitap sayısı

	N	%
Hiç gitmeyenler	273	66,1
1-6 defa gidenler	117	28,3
6 defadan çok gidenler	23	5,6
Toplam	413	100
Hiç kitap okumayanlar	276	67,2
1-4 kitap okuyanlar	87	21,2
5-10 kitap okuyanlar	29	7,1
10'dan fazla kitap okuyanlar	19	4,6
Toplam	411	100

Tablo 4.11 incelendiğinde, “son bir yıl içerisinde tiyatro, sinema ve/veya konsere gittiniz mi?” sorusunu yanıtlayan 413 katılımcıdan yarısından fazlasının (%66,1) tiyatro, sinema ve/veya konsere hiç gitmediği görülmektedir. Bunların %28,3’ü 1 ila 6 defa; sadece %5,6’sı ise 6 defadan fazla tiyatro, sinema ve/veya konsere gittiğini belirtmiştir. “Son bir yıl içerisinde kaç kitap okudunuz?” sorusunu yanıtlayan 411 katılımcının yine yarısından fazlası (%67,2) son bir yıl içerisinde hiç kitap okumadığını ifade etmiştir. Bunların %21,2’si 1 ila 4; %7,1’i 5 ila 10 kitap okuduğunu söylerken; 10’dan fazla kitap okuyanların oranı ise %4,6’dır.

Gerek anket katılımcıları arasındaki gerekse görüşülenler arasındaki kadınların, tiyatro, sinema veya konsere gitme sorusuna verdikleri yanıtlardan bazıları aşağıda verilmiştir. Bu soruya verilen yanıtların ve tepkilerin farklı kategorilere ayrılması mümkün olsa da, öne çıkan en önemli nokta, evli ve bekârların yanıtlarındaki farklılıktır. Evli kadın ve erkeklerin söz konusu soruya verdikleri yanıtlar şöyle farklılaşmaktadır: Böyle bir yaşam pratiği hiç olmamış veya uzak bir geçmişte olmuş kadınlar, ilgili soruyu bu faaliyetlerin kendi yaşamlarından uzak olduğunu vurgulayan sözcükleri ve beden dilini kullanarak yanıtlamışlardır. Erkeklerde ise yanıtlar, diğer sorulardan çok farklı olmayan bir tepki, ses tonu ve beden dili ile karşılık bulmuştur:

“Yok. (...) “Bizim sosyal hayatımız yok kardeşim öyle! Biz evden okula, okuldan eve... <komşusuyla birlikte aynı anda>. Ev hanımı... <komşusuyla birlikte gülüşüyorlar>. (...) daha doğrusu çocuklar küçükken hiç bi yere bırakmadı benim eşim, hiç bi yer öğrenmedim. Daha bu sene, daha işte hastaneye gidip gelmeyi anca öğrendim bu sene tramvayla. O da oğlanla. Gülecek bana şimdi... <gülüyor>” (26. kadın, 36, evli, ilköğretim mez., ev kadını, Emek mah.).

“Hayır. Heveste etmedim”. (kadın, yaş 60, ilkokul mez., ev kadını, anket 230)

“Aklımın işi değil”. (kadın, yaş 67, ilkokul mez., ev kadını, anket 245)

“Kız bende o şans nerdeee?! <gülüyor>. Nerden çıktı bu?! <gülüyor>. Nerde o günleer?! <gülüyor>. Ancak bu evde, akşama kadar bunlarla <çocukları gösteriyor ve gülmeye devam ediyor> birbirlerimizi yiyip...” (23. kadın, 32, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

Yukarıdaki ifadeler, görüşülenlerin sinemaya gitme faaliyetini kendi hayatları ile ilişkilendiremediklerine işaret etmektedir. “Nerden çıktı bu?”, “bizim sosyal hayatımız yok kardeşim öyle!”, “aklımın işi değil” şeklindeki ifadeler, bu ilişki kuramama durumunu net bir şekilde ortaya koymaktadır. Kadınların sinemaya gitmek ile kendi yaşamları arasında kurmuş oldukları bu sembolik uzaklık, Bourdieu’nün *habitus* kavramıyla açıklanabilir. Nitekim Bourdieu, *habitusun*, insanların toplumsal dünyadaki mevcut konumları için neyin “makul” veya “mantıksız” olduğu hakkındaki yargılar üzerinde belirleyici olduğunu söyler (Swartz, 2015, s. 148). *Habitus*, hayaller ve beklentilerin, aynı gruba veya sınıfa mensup kişiler için geçerli olabilecek başarı olasılıklarına göre değerlendirilmesini sağlar. Bu bilinçli değil, pratik bir değerlendirmedir; ve bu pratik değerlendirme, deneyimler, gündelik olaylar ve Bourdieu’nün ifadesiyle “böyle şeyler bize uymaz” şeklindeki etik hükümlerden oluşan bir yapıyla işler (Bourdieu 1977’den aktaran Swartz, 2015, s. 151). “Nerden çıktı bu?” ve “heveste etmedim” şeklindeki cümlelerin tam da böylesi bir pratik değerlendirmenin çıktısı olduğu düşünülmekte ve kadınların günlük yaşam deneyimlerini içselleştirmiş oldukları görülmektedir. Sınırlı yaşam koşullarının içselleştirilmesi, kendini bu koşullarla sınırlandırma eğilimini de beraberinde getirmektedir (Swartz, 2015, s. 149).⁶⁸ Daha açık bir ifadeyle, sadece bugünü değil, gelecek beklentilerini de belirlemektedir.

“Mesela, 16-17 yaşında oğlum olmuş. Bu saatten sonra çoluk çocuğa karışmışım. Hayat yok canım. Yok yani... Ama eşimle pikniğe, çoluk çocuğu çıkarırız” (31. Kadın, 28, evli, diplomasız okur-yazar, ev kadını, Sevinç köyü.).

“Ömrümde gitmedim”. (kadın, yaş 50, ilkokul mez., ev kadını, anket 232; kadın, yaş 56, ilkokul mez., ev kadını, anket 240; kadın, yaş 52, ilkokul mez., ev kadını, anket 342)

⁶⁸Bourdieu’ye göre, eğitimin 1960’lı yıllardaki yaygınlaşması sürecinde, Fransız işçi sınıfı gençleri yükseköğretime heves etmemişlerdir; çünkü kendi yaşamları ile ilgili mevcut sınırlı fırsatları içselleştirmiş ve kendilerini bu fırsatlarla sınırlamışlardır (Swartz, 2015, s. 149).

“Evden dışarı çıkmıyorum”. (kadın, yaş 38, ilkokul mez., ev kadını, anket 266)

“Valla hiç bilmeyiz”. (kadın, yaş 39, ilkokul mez., ev kadını, anket 343)

“Hiç öyle hayatım yok”. (kadın, yaş 44, ilkokul mez., ev kadını, anket 345)

“Bugüne kadar hiç gitmedim” (13. Kadın, 25, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

Gençliğin, eğitim hayatının devam edip etmemesiyle de bağlantılı olarak, bireylerin içinde bulundukları benzer olumsuz veya sınırlı toplumsal koşulları görünmez ve aşılabilir kılan, böylece gençliğe özgü dinamik bir yaşam pratiğini mümkün kılan bir olgu olduğu düşünülmektedir. Bu araştırma sahası için, genç olarak anılmanın tek koşulunun yaş olmaması gerektiğine işaret eden bulgulara rastlanmıştır. Bu durum, gözlemlerin de en önemli bulgularından biridir. Gençliğin yaştan sonra gelen, bazen de yaş unsurunu tamamen önemsiz veya görünmez kılan birinci temel koşulu bekâr olmak, ikincisi ise eğitim hayatının içinde yer almaktır. Ergur ve arkadaşlarının (2009, s. 91) kentsel çevre bölgelerinde yaptıkları araştırmada ulaştıkları bulgular da, genç olmanın bekâr olmakla özdeş olduğunu, ayrıca 20 yaş ve üzerindeki gençlerin kendilerini genç olarak kabul etmedikleri yönünde bir söylemsel eğilimin mevcut olduğunu göstermiştir. Bu araştırmada ise görüşmecilerin kendilerini genç olarak görüp görmediklerine ve doğrudan, gençliği nasıl açıkladıklarına ilişkin bir söylemsel eğilimin varlığından söz edebilecek yeterli veri yoktur. Nitekim, araştırmanın katılımcılarına, doğrudan gençliği nasıl tanımladıklarına ilişkin sorular yöneltilmemiştir. Buna karşın, yukarıdaki alıntıda verilen, “bu saatten sonra çoluk çocuğa karışmışım. Hayat yok canım” diyen 28 yaşındaki görüşmeci ile “bugüne kadar hiç gitmedim” diyen 25 yaşındaki evli kadın görüşmecilerin ifadelerinden de görüleceği üzere, eğitim hayatını erken terk etme, yoksulluk, genç yaşta evlilik ve en az bir çocuk sahibi olma unsurlarının, bireyi asgari düzeyde bir dinamizm içeren yaşam pratiği ve heyecanından, kültürel ve sosyal faaliyetlere katılımdan ve yaşadıkları toplumsallaşma çevresinden dışarı adım atmaktan yoksun bıraktığı anlaşılmaktadır. Aslında bu durum, Arun ve Elmas’ın (2020, s. 110, 120) vurguladığı gibi, yaş gruplarının yalnızca biyolojik özelliklere sahip olmadığını, sosyolojik olarak inşa edildiğini ve bireylerin sınıfsal konumlarıyla ilişkili kategoriler olduğunu göstermektedir.

Özgür Arun’un, ülkemizde kültürel pratiklerin, farklı zevk ve beğenilerin eşitsizlik yaratıp yaratmadığı, insanları birbirinden ayırıp ayırmadığı sorusuna yanıt

aradığı *İnce Zevkler - Olağan Beğeniler: Çağdaş Türkiye’de Kültürel Eşitsizliğin Yansımaları* (2014) adlı çalışması, yukarıdaki bulguları yorumlamada ışık tutabilir. Arun (2014), Türkiye’de seçkin beğeniye ulaşmanın önündeki temel engelin kültürel sermayenin sınırlı hacmi olduğunu belirtir:

“Kadınların düşük kültürel sermaye sahibi olmaları Türkiye’de engelleyici bir işleve dönüşmektedir. Okuryazar olmama ya da sadece okuryazar olma durumları, bilhassa sanata, seçkin beğenilere ve bu bağlamda gerçekleşen kültürel tüketim aktivitelerine meyletmeyi sınırlayan etkenlerdir. Sanatsal ürünün ve seçkin beğenilerin kodunu çözüp, onları bariyersiz biçimde tüketilebilir hale getiren ana etken, kültürel sermayenin hacimli halidir. Bireyin kültürel sermayesi arttıkça, ürünün içine gömülü anlamları da yerinden sökü� çıkarması kolaylaşır. Tüketilen ürüne ya da angaje olunan tüketim pratiğine ilişkin malumatın varlığı ve düzeyi, bireyin sahip olduğu kültürel sermayenin düzeyine sıkı sıkıya bağlıdır. Bu bakımdan, sadece ve basitçe ekonomik sermayenin değil; bilhassa kültürel sermayenin eşitsiz dağılımı, diğer alanlardaki beğenilere ve kültürel aktivitelere ulaşmayı engelleyebilir” (Arun, 2014, s. 186).

Arun’un (2014), seçkin beğenilere ulaşma ve onların kodlarını çözme noktalarında kültürel sermayenin önemine yaptığı vurgu, bu araştırmadaki yoksul ve eğitim düzeyi düşük kadınların kültürel faaliyetlerle ilgili sorulara verdikleri yanıtların açıklanmasında önemli bir referanstır. Bununla birlikte, yazar, kadınların zevk ve beğenilerini yalnızca toplumsal cinsiyet perspektifinden yorumlamanın, hem onların sınıfsal konumlarının gözden kaçırılmasına neden olacağını hem de ayrımı pekiştireceğini ifade eder. Bunun sebebi, toplumsal cinsiyetin üst sınıflar arasında fark yaratan bir unsur olmamasıdır. Yazara göre, toplumsal cinsiyet alt ve orta sınıflardaki kadınların yaşamında işlevselleşmekte, bu iki sınıf arasında da alt sınıflardaki kadınlar en dezavantajlı konumda yer almaktadır. İşte, kültürel beğeni ve tercihlere sadece toplumsal cinsiyet perspektifinden bakmak, kadınların “yekpare ve türdeş” bir kesim olduğu yanılgısını kabul ettirdiği ve temel ayrım noktası olan sınıf konumunun göz ardı edilmesine neden olduğu için doğru değildir (Arun, 2014, s. 185).

Sevinç köyünde yaşayan 39 yaşındaki bir kadın görüşmeci, ilgili soruya yukarıdaki yanıtlara benzer şekilde, “ben evden çıkmıyom desem” yanıtını vermiştir. Görüşmenin farklı bir yerinde, bir gününü nasıl geçirdiğiyle ilgili söyledikleri, ev işleri

ve çocuklarla ilgilenme dışında bir pratiğe sahip olmadığını da açık bir şekilde ortaya koymaktadır:

“Ben evden çıkmıyom desem... <sohbetin farklı bir yerinden döküm devam ediyor> Zaten sabah 6'da kalkıyom, akşama kadar duramıyom. Akşam da 10'a kadar bekliyorum, çocukların yemeğini, çayını içiriyom, yediriyorum. (...) Ben sabah 5'te de kalkıyom. Yani 5'te kalkıp sobayı yakıyom, benim diğer 2 büyük (çocuk), hava soğuk sabahları, üstlerini getirip sobada ısıtıyom. Kahvaltısını yediriyorum, çıkarıp gönderiyom vallaha! Ben şey yapmasam, korkmasam köpeklerden yola çıkarım, arabaya da bindiririm. Babası çok şükür, evde. Götürüp getiriyor. Ben gidemiyom. İşe gidince, sabahdan beraber gidiyorlar. Akşam beraber geliyorlar” (33. Kadın, 39, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

Bu soruya verilen yanıtlarda yoksulluğa ilişkin vurgulara da rastlanmıştır. Araba sahibi olmama ve para ve pahalılık ile ilişkili kurulan cümleler, bir “ortama çıkamama” nedeni olarak sunulmuştur. Ayrıca, “yo, ben gitmedim ama eşim gitti. Sinemaya gidiyoo, mesela kafeteryaya gidiyo. (...) Valla çocuklar olduğu için ben gitmiyorum yani” cümlelerinden de anlaşılabacağı üzere, egemen cinsiyet rejimi ile ilgili örüntüler de mevcuttur. Demez'e (2005) göre, Cins Bakışı Sözlüğü'nde, özel ve kamusal alan kavramları, kadın ve erkek alanları olarak tanımlanmaktadır. Yani, toplumsal düzen içerisinde, ekonomik ve politik alan olarak benimsenen kamusal alan erkeklere ait; özel ve ev içi alanlar ise kadınlara ait olarak görülür (Demez, 2005, s. 32). Dolayısıyla, aşağıda daha ayrıntılı verilen bu ifadelerle, kadının da sınırlarını belirleyen özel ve kamusal alana ait çizgilerin (Demez, 2005, s. 230), kadınlar tarafından da içselleştirildiği bulgulanmaktadır.

(...) Hani biz bir ortama çıkamıyoz, mesela bir pikniktir, gezme... Bizim öyle bir şeyimiz yok. Ha, paramız olmuş olsaydı. Arab-, altında arabamız olumuş olsaydı, gezerdik. Pikniğe de giderdik, güzel güzel gezerdik. "Hayvanat bahçesi" deyip duruyoz ama işte eşim yani... Arabasız zor olur, ta nereye gitcez. İşte e 20 Lira oraya verecen, 30 lirayı oraya verecen. (...) Gitmiyoruz yani bu nedir? Hani bu olmadığından gidemiyoz. Yok yani. Ha, şansımızı zorlarım, bu sefer zararlı çıkarız. (...) Kastık kendimizi” (19. kadın, 28, evli, ortaokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.).

“Yo, ben gitmedim ama eşim gitti. Sinemaya gidiyoo, mesela kafeteryaya gidiyo. (...) Valla çocuklar olduğu için ben gitmiyorum yani. Yoksa öyle bi insan değil. Hatta bi ara dedi ki,

dedi beraber bir gün gidelim. Hani nasıl gidersin. Okul al-... yazın hiç boş kalmıyoruz. Temizlik midir, Ramazan mıdır? Onu bunu bitiriyosun, bilmiyosun yaz nasıl bitiyoo. Yani bi ara söyledi gidecez diye amaa gidemedik” (24. kadın, kimliğe göre 40, evli okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

“*Son bir yıl içerisinde tiyatro, sinema veya konsere gittiniz mi?*” sorusu, katılımcıların yaşam tarzları ile ilgili önemli bir ipucu verecek olması açısından önemliydi. Nitekim, nicel bulgular da örneklemin bu türden faaliyetlere katılımının oldukça az olduğunu göstermekteydi. Bu anlamda, özellikle bazı kadınların soruyu sadece “hayır” veya “gitmedim” şeklindeki kısa cümlelerle geçiştirmemeleri; “*hiç öyle hayatım yok*”; “*evden dışarı çıkmıyorum*”; “*valla hiç bilmeyiz*” şeklinde kurmuş oldukları cümleler, kadınların sadece yaşam tarzlarına dair ipucu vermekle kalmamıştır. Bilhassa, “*heveste etmedim*” ve “*aklımın işi değil*” vb. ifadeler, kadınların içinde bulundukları yaşam koşullarını kabul ettikleri, başka türlü bir yaşamı da düşlemediklerini göstermektedir. Hatta birçok kadın katılımcının bu sorunun kendilerine yöneltilmesini anlamsız bulduğu, soruyu yanıtlarken omuz silkmelerinden, yüzlerine kondurdukları hafif tebessümden veya dalga geçmek için attıkları kahkahadan da anlaşılmaktaydı. Ayrıca, “*ömrümde gitmedim*” cümlesinin birden fazla kadın tarafından tam da aynı şekilde kurulduğu görülmüştür. Bourdieu, *habitusun* kolektif temeliyle ilgili yaptıkları vurgularda, aynı *habitusu* paylaşan bireylerin, benzer hayat olasılıklarını içselleştirmiş olduklarını; aynı grubun veya sınıfın pratiklerinin, o grup veya sınıfın üyelerinin sandığından daha fazla uyum içinde olduğunu ifade eder (Swartz, 2015, s. 148). Hatırlanacak olursa, araştırmanın örneklemini hakkında bilgi verilirken de, bireyleri birbirinden farklılaştıran en önemli unsurun yaşam tarzları olduğundan ve aynı *habitusu* sahip olmanın, ortak yaşam alanlarını paylaşmanın devamında ortak bir yaşam tarzını paylaşmak demek olduğundan bahsedilmişti. Bu tanım, katılımcıların söz konusu soruya verdikleri yanıtlar üzerinden biraz daha somutlaştırılırsa, *habitusun*, birbirini hiç tanımayan bireylerin, aynı soruyu benzer tepkilerle ve benzer cümlelerle yanıtlamalarını sağlayan bir yaşamışlıklar/alışkanlıklar bütünü de olduğu söylenebilir.

Evli erkeklerin, ilgili soruya verdikleri yanıtlardan bazıları ise aşağıdaki gibidir. Daha önce ifade edildiği gibi, erkekler bu soruyu diğer sorulardan farklı görmediklerine işaret eden ve kadınlarda olmayan bir sakinlikle yanıtlamışlardır. Kadınlar, mevcut yaşam koşullarını kabullenişlerini buna eşlik eden bir serzenişle dile getirirken, erkeklerde böyle

bir durum söz konusu değildir. Daha açık bir ifadeyle, erkeklerin mevcut yaşam koşullarına ilişkin gerçekliği, içine bir şaşkınlık, isyan ya da serzeniş katmadan olduğu haliyle anlatma eğilimi olduğu sezilmiştir:

“Vallaha sinema hiç gitmedik. Hiç tiyatroya da gitmedik. İşte yok, bir çocuklarımı futbol maçına götürdüm. O da yıllar önce Eskişehir-Fenerbahçe maçına, çok merak ettiği için. (...) Bir de en son şeye götürdüm, Türkiye maçına götürdüm, Eskişehir'de. Yani o! Eşimle yani herhangi bir yere çıktığımız yok. Böyle bir pazar günü evde boş kalırsak, o da işten yorgun olmasa şeye gideriz, Kentpark'a gideriz, çoluk çocuk eğlensin diye. Yani odur yani hani” (4. Erkek, 39, evli, ilkokul mez., inşaatta sıvacı, Sevinç köyü).

<farklı bir sohbetten döküm devam ediyor>

- Araştırmacı: Tiyatroya, sinemaya gider misiniz?
- Görüşmeci (18. Erkek, 40, evli, ilkokul mez., fabrikada işçi, Gündoğdu mah.): Hiç gitmedik! Sinemaya (...) gençken gittik yine hanımla. Hah!
- Araştırmacı: Çocukları götürür müsünüz?
- Görüşmeci (18. Erkek): Çok isterim... Ama gittik bir kere herhalde, okuldan verdiler. Götürdüm herhalde bi yanlış hatırlamıyosam.

<farklı bir sohbetten döküm devam ediyor>

“Vallahi, sinemaya gideli bir 10-12 sene oldu” (5. Erkek, 35, evli, ilkokul mez., işsiz, Sevinç köyü).

49 yaşındaki evli bir erkekle geçen aşağıdaki diyalogta, görüşmecinin eşiyle birlikte sinemaya gitmesinin hoş karşılanmayacağı ile ilgili bir ifade kullandığı görülmektedir. Bourdieu'nün *habitus* kavramına göre, her eylem herkes için gerçekleştirilebilir değildir. Bazı eylemler yalnızca bazı insanlar için mantıklıyken, bir kısmı içinse hayal edilemezdir (Swartz, 2015, s. 252). Bourdieu, faillerin hayallerini ulaşılabilir olma ve olmama, kendilerine uygun olma ve olmama durumlarına göre şekillendirdiklerini, bu ikisi arasındaki sınırların ise *kutsal* ile *din dışı* arasındaki sınırlar kadar keskin olduğunu ifade eder (Bourdieu 1990'dan aktaran Swartz, 2015, s. 153). “Biz köy yerinde hanımla sinemaya gitmeyi biraz şey görüyoruz da” cümlesinin, tam da Durkheim'in *kutsal* ve *din dışı* ayrımındakine benzer şekilde bir bölünmeye karşılık geldiği zira bu cümleyle, yazılı olmayan normlar veya toplumsal kurullarla yaptırıma tabi tutulacak yanlış bir davranıştan kaçınma gerekliliğinin vurgulandığı anlaşılmaktadır.

- Görüşmeci (21. Erkek, 49, evli, ilkokul mez., dozer operatörü, Gündoğdu mah.): Tiyatroya değil de vaktim olursa sinemaya gitmeyi severim. Vakit geçirmek için.
- Araştırmacı: Son bir yıl içinde gittiniz mi?
- Görüşmeci (21. Erkek): Vallahi gitmedik ya. Amma şey, biz köy yerinde hanımla sinemaya gitmeyi biraz şey görüyoruz da. Ya şimdi şimdi... <yeni yeni normalleşmeye başladı demek istiyor>. (...) Amma zamanımızda olmuyo <gülüyor>.

Görüşmelerde farklı bulgulara da rastlanmıştır elbette. Evli kadınlar içerisinde de, ailece sinemaya gittiklerini ifade eden, yukarıdaki örneklerden farklı olacak şekilde, bu faaliyeti kendi yaşamı ve ailesinin yaşamı için uzak görmeyen görüşmeciler mevcuttur. Nitekim nicel bulgular da, düşük bir oranla da olsa bunu göstermektedir. Bununla birlikte, nicel bulgulara paralel olacak şekilde bu örnekler sayıca azdır. Bazı durumlarda da, Halk Eğitim'in sunduğu imkânlar ve ücretsiz halk konserleri dahilinde kültürel ve sosyal faaliyetlere katılımın gerçekleştirildiği görülmektedir:

“Sinemaya gideriz” (17. erkek, 44, evli, lise mez., emekli, Gündoğdu mah.).

“Valla konsere falan, çocuklarla, oğlum olduğundan beri hiç doğru dürüst (gitmedim)... En son kızım küçükken gitmiştik, oğlan olmadan önce eşimle, bi daha gidemedik. Sinemaya felan, arada kızım la felan giriyoz da... Tatillerde, haftasonları, özellikle kışın. Yazın pek gitmiyoruz. Çocuklar eğlence çok şey buluyorlar. Kışın tabi sıkıldıkları için genelde haftasonları... Eşim pek... Ben korku filmlerini çok severim, eşim de sevmiyo <hafifçe gülüyor>. O yüzden biraz çarpışıyoruz onunla. Biz oğlumla dışarda bekleyelim, siz kızın la girin diyo. Tabi oğlan çok küçük olduğu için sinemada çok sıkıyo, durmuyo, uzun sürüyo ya... Ya da bunu <kızını gösteriyor> kuzeniyle götürüyoruz, onlar ikisi çocuk filmlerine giriyolar. Biz dışardan orası burası geziyoruz... <gülüyor>. Ama uzun zamandır, bu yaz hiç kızım da gitmedi yazın. Dimi kızım? <kızına dönerek>” (7. kadın, 35, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

<farklı bir sohbetten döküm devam ediyor>

- Araştırmacı: Kültürel aktiviteleriniz var mı? Mesela tiyatro, sinema, konser vs. gider misiniz?
- Görüşmeci (35. Kadın, 51, eşinden ayrı yaşıyor, ilkokul mez., evlere temizliğe gidiyor, Emek mah.): Arada bir gideriz. Mahallecek gideriz. (...) Tiyatroya gittik, geçen sene mi gittik? Ama bizim kendi zumba grubumuz var bizim.
- Araştırmacı: Öyle mi?

- Görüşmeci (35. Kadın): Tabii! (...) Bi şey, belediye-,, hayır! <görüşmeci burada Belediye'nin vermiş olduğu 'Zumba' kurslarından bahsediyor>
- Oğlu <araya giriyor ve düzeltiyor>: Halk Eğitim'de.
- Yeğeni: Şeye gittin, Cem Belevi'ye gittin hala, konsere. Bu cumartesi de Mustafa Ceceli'ye gidecez.

Kültürel pratiklerle ilgili vurgulanması gereken bir diğer husus, gençler de dahil olmak üzere, tiyatroya gitme pratiğinin çok az deneyimleniyor olmasıdır. Bu anlamda, tiyatroya gitmiş olmak şeklinde karşılık bulan az sayıda yanıt, “çocukları götürme”, “çocukları izleme” amacıyla bu faaliyetin gerçekleştirildiğini göstermektedir.

“Tiyatroya gittik. Çocukları götürdük (3. Kadın, 33, evli, ilkokul mez., ev kadını, Sevinç köyü)”.

Bu durum, zamanla sadece görüşmecilerin ilgili soruya verdikleri yanıtlarda görülen bir gerçeklik olmaktan çıkmış, bizzat araştırmacının sorduğu sorunun biçimini ve soru cümlesi içerisine hangi sözcükleri yerleştirmesi gerektiğini de belirlemiştir. Özellikle Bourdieu'nün kuramsal çerçevesi açısından bakıldığında, bir yaşam pratiği olarak tiyatroyu tercih etme eğilimi, sinemayı tercih etmekten daha farklı ve en önemlisi de yüksek bir kültürel beğeni olarak görülebilir. Arun (2014), kültürel eşitsizliğin, hem ekonomik sermayenin hem de kültürel sermayenin eşitsiz dağılımından beslendiğini belirtmektedir. Ekonomik sermayenin eşitsiz dağılması sonucunda, konser, sinema, tiyatro vb. kültürel pratiklere ulaşmak zorlaşmakta; kültürel sermaye de, ekonomik sermayenin eşitsiz dağılması sonucunda ortaya çıkan sosyal hiyerarşiyi beslemektedir. Dolayısıyla, yazara göre, sosyal sınıfların sınırları kabaca gelir düzeyleri ile çizilmemekte, bireylerin sosyal yaşamlarından duydukları memnuniyet ve hobilerinin çeşitliliği onları birbirinden ayıran sınırları pekiştirmektedir (Arun, s. 182, 187). Bu araştırmada da, örneklemin yoksullardan oluşması, yani ekonomik sermayelerinin düşük hacmi yüksek kültürel pratiklere ulaşmalarını engelleyen bir unsur olarak ortaya çıkmış olabilir. Bununla birlikte, verilen yanıtlarda “ilgisizlik” şeklinde ifade edilecek bir tavrın öne çıktığı görülmektedir. Bu da, Bourdieu'nün *Ayrım* adlı eserinde ifade ettiği gibi, kültürel ve sanatsal faaliyetlerin toplumsal sınıfla olan güçlü bağını ortaya koymaktadır (2015a, s. 30). Üstelik, ‘pahalılık’ gibi maddi bir unsurun burada çok fazla etkili olmadığı

düşünülmektedir. Nitekim, Eskişehir Büyükşehir Belediyesi Şehir Tiyatroları ve Anadolu Üniversitesi tiyatrosu olan “Tiyatro Anadolu”, hem öğrenci hem de yetişkinleri kapsayan düşük ücretlerle her yıl çok sayıda oyun sergilemektedir. Bourdieu (2015a), *Ayırım* adlı eserinde bu durumu şöyle açıklar:

“Sevilen ressamlar veya müzik yapıtlarına ilişkin sorunlara yanıt vermeme oranı da, egemen sınıf ile halk sınıflarını, zanaatkârlar ve küçük esnafı karşı karşıya getiren eğitim düzeyiyle yakından ilgilidir. (...) France-Musique ile France-Culture gibi “kültür” radyolarının, müzik ve kültür programlarının dinlenmesi, bir müzik setine sahip olma, plak dinleme (türsel bir ayırım yapmaksızın –ki bu tür bir ayırımın yapılmaması farklılıkların azalmasına neden olur–), müzeleri ziyaret etme ve resme dair yetkinliğin derecesi gibi birbirleri arasında güçlü bir biçimde bağıntılı öğeler aynı mantığa boyun eğiyorlar, eğitim sermayesine bağlılar ve farklı sınıfları ve farklı sınıf fraksiyonlarını keskin bir biçimde kademelendiriyorlar. (...) Plastik sanatla uğraşma veya bir müzik aleti çalma gibi, çoğunlukla okul dışında edinilmiş ve eğitim düzeyinden bağımsız (göreceli olarak) bir kültürel sermayeye sahip olmayı öngören sanatsal faaliyetler için de, toplumsal güzergâh aracılığıyla, toplumsal sınıfla olan bağ çok güçlüdür (...)” (Bourdieu, 2015a, s. 29-30).

Yine lise çağındaki gençlerle yapılan görüşmelerde de, gençlerin sinemaya, tiyatroya gitme gibi faaliyetleri gerçekleştirdikleri görülmektedir. Fakat tiyatroya gitme pratiği, gençler arasında da çok yaygın değildir ve çoğunlukla okul etkinliği olarak topluca gerçekleştirilen bir pratik olarak karşılık bulmaktadır:

“Sinemaya gidiyorum. Ama tiyatro... Gitmiyorum” (30. erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.).

<farklı bir sohbetten döküm devam ediyor>

- Görüşmeci (34. Erkek, 17, bekâr, lise terk, sanayide oto elektrikçi, Emek mah.): Böyle kalabalık yerler beni sıkıyor genelde. Tiyatroya hiç gitmedim, sinemaya 1-2 kere (son bir yılda) sinemaya gittim, konsere daha hiç gitmedim, gitmeye de niyetim yok.
- Araştırmacı: Kitap okur musunuz?
- Görüşmeci (34. Erkek): Cık! Genelde parça üzerinden malzeme okuyorum.

<farklı bir sohbetten döküm devam ediyor>

“Sinemaya çok fazla gitmiyorum. Sonuçta para verip direkt evimde izleyebilirim, daha rahat bir şekilde izleyebileceğim bir şeyler var. Ama tiyatroya gidip de telefondan izleyince tabii

aynı şeyi vermiyor. Bu sene bir tane tiyatroya gittim. O da bir öğretmenim aracılığıyla gittim. ‘Hırsız mı çaldı?’ diye bir oyun vardı, ona gittim. (...) Kitap okumayı seviyorum. Ama şu ara kitap da okuyamıyorum, iş falan aramaya çalışıyorum. Ee onun dışında kitap okumaya pek vaktim kalmıyor” (29. erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.).

“Sinemaya- gidiyorum bayağı sinemaya ya! (...) sinemada daha fazla bir his yaratıyor bana. Mesela genellikle bilim-kurgu filmlerine giderim çünkü çok güzel şey gözüktür, grafikleri çok güzel gözüktüyor sinemada. O yüzden... Tiyatroda da gittiğim tiyatrolar vardı birkaç tane de ee şeyde var Opera var ya! Opera'da inince hemen karşınıza çıkıyor, bir tane tiyatro salonu. (...) Oraya iki kere gittiydim. Adı neydi oyunun ya? (...) Son bir yılda iki tane gittim. (...) Tekinde okulla beraber gittim. Tekinde arkadaşla beraber gitmişim” (10. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.).

- Görüşmeci (1. Kadın, 16, bekâr, lise öğr., Emek mah.): Sinemaya giderim. Korku filmine felan...
- Araştırmacı: Konser, tiyatro?
- Görüşmeci (1. Kadın): Yo hayır, gitmedim. Bu sene olcaktı sanırım konser. Gitcem. İnşallah.
- Araştırmacı: Kitap okur musun?
- Görüşmeci (1. Kadın): Kitap, okuyodum, artık okumuyorum. Mesela cinayet şeyleri okurdum hani.

Yukarıdaki ifadelerden görüldüğü üzere, kitap okuma alışkanlığı gençler arasında çok yaygın değildir. Kitap okuma alışkanlığı ile ilgili farklı bir örneğe Anadolu Lisesi öğrencisi olduğunu söyleyen 17 yaşındaki bir erkek görüşmecide rastlanmış, kendisi bu alışkanlığı okulda edindiğini ve zamanla da sevmeye başladığını dile getirmiştir:

- Görüşmeci (8. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Gündoğdu mah.): Son bir yılda, sinemaya gittim galiba. Hangi film olduğunu hatırlamıyorum, o kadar oldu.
- Araştırmacı: Kitap okur musun?
- Görüşmeci (8. Erkek): Okurum. (...) Son bir yılda 10 tane falan. (...) sözel dersleri çok sevmiyorum da bizim edebiyatçı çok sıkı! Ayda bir kitap zorunlu. Artık zaten o kadar okuyunca hoşuma da gitmeye başladı. (...) geçen yıl mesela bizim sınavlarda çıkan kitaplar vardı. Onları süreleri az diye çok okuyamadım ama ha yine de bir baktım yani. Benim tercihim ama mesela mitoloji kitaplarını çok seviyorum. (...) Yunan mitolojisi mesela bayağı ilgiliyim, 10- 10-15 kitap okudum üstüne.

Konsere gitme pratiğine ise, Emek mahallesinde 17 yaşındaki erkek bir görüşmecide rastlanmıştır. Mahalleye yapılan düzenli ziyaretlerde gençlerin çoğunlukla birlikte “takıldığı” görülüyordu. Parkın bir köşesi onlara aitti ve günün hemen hemen aynı saatlerinde –öğleden sonra, akşamüstüne yakın- o köşede toplanıyorlardı. Söz konusu genci konser pratiği anlamında farklı kılan müziğe duyduğu özel ilgiydi.. Kendine ait YouTube sayfasında *hip-hop* tarzı müzikler yapan bu genç, görüşmenin aşağıda verilmeyen farklı bir bölümünde, ufak bir dinleyici kitlesi olduğundan ve bu ufak kitlenin giderek büyüdüğünden bahsetmiştir. Çoğunlukla rap konserlerine gittiğini ve bu konserlerinde 18 yaşından büyüklerin girebileceği mekânlarda verildiğini, 18 yaşından büyük arkadaşlarıyla gittiği için de sıkıntı yaşamadan içeri girebildiğini dile getirmiştir. Ayrıca, rap müziğe duyulan ilgi, görüşme gerçekleştirilen farklı gençlerde de görülmüştür. Hatta, Instagram hesaplarından takip ettikleri ünlüler, müzik tercihleriyle paralel şekilde, kendi ifadeleriyle “rapçiler” veya “bilinmeyen şarkıcılar”dır. Bu noktada, görüşmecinin ilgi duyduğu müzik türü olan *hip-hop* kültürü ile ilgili kısa bir bilgi eklemek, hem görüşmecinin hem de yukarıdaki arkadaş grubu hakkındaki bulanık resmin daha görünür olmasını sağlayacaktır. Lüküslü (2011, s. 207), “*Uluslararası bir gençlik kültürü ve toplumdan saygı talebi olarak hip-hop*” adlı çalışmasında, 1970’li yıllarda ABD’de doğan ve buradan farklı coğrafyalara göç eden, bu anlamda göçmen bir müzik olan *hip-hop*’ın, göç ettiği tüm coğrafyalarda dışlananlar, göçmenler ve oyunun dışında kalanlarca ilgi duyulan bir kültür olduğunu söyler. *Hip-hop* göç ettiği Avrupa’da göçmenlerin kültürü, diğer coğrafyalarda da yine dışlananların ve dezavantajlı görülen grupların kültürü olmaya devam etmiştir. Türkiye’ye girişi ve buradaki popülerliği ise Almanya’da yaşayan ikinci kuşak Türk gençlerin kurduğu *Cartel* grubuyla gerçekleşmiştir. Lüküslü (2011, s. 207), Türkçe *hip-hop*’un, Almanya’daki ikinci kuşak göçmen gençler tarafından ortaya çıkış sürecinin, bu gençlerin kendilerini egemen kültüre gösterme çabasıyla ilişkilendirir. *Rap* müzik de yine *hip-hop* kültürünün bir bileşenidir (Lüküslü, 2011, s. 206). Görüşmeci gencin konserlerine gittiği isimlerden biri olan Ezhel, 2018 yılında uyuşturucu⁶⁹ madde kullanımını özendirdiği gerekçesiyle tutuklanmış, klip ve şarkılarının hayal ürünü olduğu şeklindeki ifadesinden sonra da serbest bırakılmıştır.

⁶⁹Madde kullanımını özendiren, alkol ve madde bağımlılığına ilişkin ifadeler içeren 50 Türkçe rap şarkısının incelendiği bir nitel araştırma örneği için bkz. Kırlioğlu (2019), “Madde Alt Kültürünün Dile Gelmiş Hâli: Rap Müzik”.

- Görüşmeci (10. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.): (...) Genellikle *rap* konserlerine gidiyorum. Ayrıyeten gittiğim... (...) İşte Ezhel gibi insanlar falan. Gazapizm biliyorsunuzdur. (...) Onun gibi insanlar falan geliyor. 30 lira falan oluyor biletler.
- Araştırmacı: Eskişehir'de mi?
- Görüşmeci (10. Erkek): Eskişehir'deki +18 mekanlara geliyolar.
- Araştırmacı: Sen nasıl giriyorsun oraya?
- Görüşmeci (10. Erkek): Ya benim arkadaşlarım var, kız arkadaşlarım. Onlar benden büyük insanlar. Onlarla beraber giriyorum ben. O yüzden yaş falan sormuyorlar, onlarla beraber girince. Diyorlar, "Bu da büyüktür" diyorlar. Ya yaş sormuyorlar, sıkıntı olmuyor genelde. Hiçbir zaman olmadı.
(...)
- Görüşmeci (10. Erkek): "(...) *hip-hop* yapıyorum. Trap tarzında giriyor, *trap*. *Trap*, elektronik oluyor, biraz daha *dubstep* tarzı oluyor".

Bu genç görüşmecinin YouTube hesabına yapılan çok kısa bir ziyarette bile çok alt-sınıf gençlik kültürüyle özdeşleştirilen isyan ve başkaldırı sembollerini görmek mümkündür. Sayfa, ziyaretçilerini "Criminal Emek" (*Sabıkalı/Suçlu Emek*) yazan bir kapak fotoğrafıyla karşılamaktadır ve görüşmecinin ifade ettiği gibi sayfada bazılarında kendisinin de oynadığı ve kendisinin seslendirdiği rap şarkı videoları yer almaktadır. Cinsellik, küfür ve alkol kullanımını içeren sözler, sigara kullanımının yer aldığı görüntüler ve toplumsal normalara aykırı davranışlarla kimlik inşa etme sürecine ilişkin algılar uyandıran görseller bu videoların genel temasını oluşturmaktadır. Bu aynı zamanda, yeni iletişim ortamlarının sunduğu fırsatlardan, özellikle içerik üreticisi olma anlamında, yararlanabilecek beceri ve yetkinliklere sahip olunduğunu göstermektedir.

4.3.2. Kitap okuma alışkanlıkları: "Okurum ama roman değil de daha çok şey okurum, hani dinî kitaplar okurum."

Kitap okuma alışkanlıklarıyla ilgili olarak görüşmelerden edinilen en önemli bulgu, düzenli bir kitap okuma alışkanlığının olmadığı yönündedir. Eğitim durumunun görece yüksekliğine bağlı olduğu düşünülen, lise mezunu, 44 yaşındaki evli bir erkek görüşmeci dışında düzenli kitap okuduğunu ifade eden kimse olmamıştır. Cinsiyet fark etmeksizin, yetişkinlerden gelen yanıtların neredeyse tamamı dinî içerikli kitaplara işaret etmektedir. Görüşmeciler, ilgili soruya ya doğrudan Kur'an-ı Kerim yanıtını vermişlerdir ya da dinî içerikli farklı kitaplar okuduklarını belirtmişlerdir:

“Ara sıra. (...) Dinî olur, gazete olur, kitap olur. Öyle... Okumayı severim tabii, hikâye olur, roman olur. Hemen zaten anlamaya çalışırım başında. Bir şey okudum mu, anlamaya çalışırım. Ondan sonra atarım. Ha, hoşuma giderse devam ederim” (18. Erkek, evli, ilkokul mez., fabrikada işçi, Gündoğdu mah.).

“Okurum ama roman değil de daha çok şey okurum hani dinî kitaplar okurum. En son Sinan Yağmur’un kitaplarını okudum. Bi de işte, (...) neydi? Kadın nasıl olunur falan diye, işte öyle kitaplar...” (3. Kadın, 33, evli, ilkokul mez., ev kadını, Sevinç köyü).

“Dinî kitaplar okurum genelde. Dua falan.” (25. Kadın, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

“Kur'an okurum” (35. Kadın, 51, eşinden ayrı yaşıyor, ilkokul mez., evlere temizliğe gidiyor, Emek mah.).

<farklı bir sohbetten döküm devam ediyor>

- Araştırmacı: Kitap okur musunuz?
- Görüşmeci (5. Erkek, 35, evli, ilkokul mez., işsiz, Sevinç köyü): Tabii!
- Araştırmacı: Ne tür kitaplar? Roman gibi mi?
- Görüşmeci (5. Erkek): Roman okurum, yani önüme ne kitap gelse okurum, kitap okumayı severim. (...) Bir tane hatta şu an duruyor. Şey o din üzerine olan bir şey. (...) Çoğunluğu camiden alıyorum ben mesela. Eş-dosttan... Çoğunlukla dinî kitaplar.

Bazı görüşmecilerin ifadeleri ise hem kültür sermayelerinin hem de ekonomik sermayelerinin düşüklüğünü çok net bir şekilde ortaya koymaktadır. Nitekim, çocuklara telefonda –aslında internetten- bulunan hikâyeleri okuma veya okul çağındaki çocuklar aracılığıyla edinilen çocuk hikâyelerini okuma pratiklerinin yanıt olarak verildiği bulgulanmıştır. Bir kadın görüşmeci ise, okumayı çok istediğini fakat okur-yazar olmadığını, harfleri tanıdığını fakat “toplam” okuyamadığını dile getirmiştir:

“Kitap, bazen çocuklara, ee hikâye okurum. (...) Şeyden okurum... (...) telefonda buluyorum” (13. Kadın, 25, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

“Hikâye. Çocukların hikâyeleri. Başka kitabım yok çünkü. Keloğlanın kitapları var ya, onlar hoşuma gidiyo, onları okuyom. (...) Ben ilkokul mezunuyum ama matematiğim şey. Bazen hani mesela ne diyo; annenin yaşı 36, çocuğunun yaşı, babasının yaşı onun iki katı felan diyorlar ya. Mesela onları bazen anladıklarım oluyo <komşusuyla birlikte gülüşüyorlar>” (26. Kadın, 36, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

“Yani, okusam okumak istiyom, çok (↑) okumak istiyom. (...) Yani şu anda harfleri, her birini tam mesela “d”dir, “e”dir, “k” dir, hepsini seçebiliyom; toplam okuyamıyom. (...) Şey açıldı burda, okuma yazma kursu açıldı. Yazdırdım kendimi. Valla çocuklar okula gidiyodu hani ona yemeğini ver, şöyle, böyle (gidemedim)... Gitseydim zaten ordaki hoca bana söyledi, dedi ben yazdım dedi. Hepsini biliyosun dedi. Sadece toplam yazmayı yani toplam okumayı ihtiyacın var dedi. (...) Hepsini tabi birleştiriyom da, geç. Çok geç birleştiriyom. O yüzden yani. Şimdi okusam buni, akşama kadar ancak okurum. Çünkü geç geç okuyom” (24. Kadın, kimliğe göre 40, evli okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

Bu başlık altında elde edilen bulgular, belirli bir yaşam tarzı ve onla ilişkili pratiklerin, bireylerin yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, gelir, işgücüne dahil olma gibi sosyo-demografik değişkenlerden etkilendiğini göstermektedir. Kültürel ve sosyal faaliyetlere katılma durumları ile ilgili soruya verilen yanıtlar ve sözlü yanıtlar kadar önemli olan tepkiler, kültürel ve sosyal faaliyet kapsamına giren pratiklerin, bireyleri çevreleyen toplumsal dünya içerisinde anlam kazandığına işaret etmektedir. Kültürel ve sosyal faaliyetlerin neleri kapsadığı, nelerin mümkün ve nelerin ulaşılmaz veya hayal edilemez olarak görüldüğü *habitusun* koşullarına göre değişiklik göstermektedir. Bu saha özelinde bulgulanan kültürel ve sosyal faaliyetler; kafeteryaya gitme, ailecek pikniğe gitme, çocukları maça götürme, Halk Eğitim Merkezi’nin sağladığı sosyal ve kültürel faaliyetlere katılma, ücretsiz halk konserlerinden yararlanma ve tiyatroya ise sayılı olarak, “çocuklar için” veya “okul götürdüğü zaman” gitme davranış ve alışkanlıkları şeklinde özetlenebilir. Kitap okuma alışkanlıkları ise, gençler de dahil olmak üzere, bir-iki istisnai örnek dışında neredeyse yoktur. Kitap okuma alışkanlıklarını öğrenmek amacıyla yöneltilen sorular esnasında, ilgili soru yöneltilirken özellikle ders kitaplarının ve gelen yanıtlara göre de dinî (Kur’an-ı Kerim veya dua içerikli) kitapların hariç tutulduğu hatırlatılmıştır. Zira bu sorunun amacı, bir kültürel ve entelektüel birikime katkı sağlama anlamında gerçekleştirilen okuma faaliyetinin düzeyini ortaya koymaktı(r). Fakat gelen yanıtların işaret ettiği anlam çok daha büyüktür. Nitekim, *habitusun* koşulları, soruya verilecek yanıtları belirlediği kadar sorunun zihinlerde canlandığı kitap tasavvuru ve kültürel-sosyal faaliyetlerin tasavvuru üzerinde de belirleyici olmaktadır. Bu sebeple, ailecek pikniğe gitme veya dinî kitaplar okuma faaliyetlerini kültürel bir hiyerarşi içerisinde daha alt sıralara yerleştirilmemesi gerekmektedir. Bourdieu, Weber’den ödünç aldığı “meşruiyet” kavramıyla, tüm kültürel faaliyetlerin eşit olmadığını, bazılarının diğerlerine göre daha “meşru” kabul edildiğini söyler. Bu kabullenme, kültürel pratikler ve ilgi alanlarının, en az meşrudan en çok meşruya doğru

hiyerarşik bir şekilde sıralanmasını doğurur (Jourdain ve Naulin, 2016, s. 82-83). Fakat bu bölümdeki amaç, ulaşılan bulguları böylesi kültürel bir hiyerarşi çerçevesinde yorumlamaktan ziyade araştırmanın örnekleminin kim olduğunu; kültürel ve ekonomik sermayelerini, eğitim düzeylerini gösterebilmek, böylece nicel bulguların gösterdiği bulanık resmi daha net bir görünüme kavuşturabilmektir.

4.4. İnternet Kafeler Araştırma Sahası Hakkında Ne Söylüyor?

Yöntem başlığı altında, görüşme gerçekleştirilen erkek katılımcılardan birinin internet kafe işletmecisi olduğu belirtilmişti. Buna karşın bu görüşme neticesinde ulaşılan bulguların ayrı bir başlık olarak verileceği planlanmamıştı. Böyle uygun görülmesinin nedeni, görüşmeyi bağlamından koparmadan hem mahalle profilinin hem de yeni iletişim teknolojileriyle ilişkilenen önemli mekânları olarak, internet kafelerdeki ilişki biçimlerinin araştırmacının dışında farklı bir göz ve bakış açısından ortaya konulmasının faydalı olabileceği düşüncesidir. Nitekim Lægran ve Stewart (2003, s. 359), “*Nerdy, trend yor healthy? Configuring the internet café*” başlıklı çalışmalarında, internet kafelerin yalnızca kullanıcılarına çevrimiçi olma imkânı sunan mekânlar olmadığını, kullanıcıların teknolojiyle belli bir ekonomik, toplumsal ve kültürel dayanaklar çerçevesinde buluşmasını sağlayan *teknosocial uzamlar*⁷⁰ (*technosocial spaces*) olduğunu belirtir. Binark ve Bayraktutan-Sütcü (2007b, s. 243) de benzer şekilde, sosyo-ekonomik konumları farklı olan kullanıcıların internet ortamını da farklı şekillerde tecrübe ettiğini, internete erişimi farklı özelliklere sahip internet kafelerde sağladıklarını, tüm bunların da aslında belli kültürel, toplumsal ve ekonomik örüntülerden beslendiğini ifade eder. Bu sebeple, bu başlık, örneklemin sosyo-demografik özelliklerini yansıtan bulgulardan hemen sonra, medya kullanım pratiklerini gösterecek bulgulardan da hemen önce, bireylerin özellikle de gençlerin medya ile ilişki kurma biçimlerini belirleyen kültürel, toplumsal ve ekonomik örüntüleri ortaya koyabileceği umuduyla bir ara başlık olarak sunulmuştur.

⁷⁰Kavramın çevirisi, Binark ve Bayraktutan-Sütcü’nün (2007) “Ankara Mikro Ölçeğinde İnternet Kafeler Kullanım Biçimleri” başlıklı çalışmalarından alınmıştır.

4.4.1. İnternet kafe ücretine mahalleli nasıl bakıyor: “Kopyalamayı biz bi liraya yapıyoruz; diyo ki ‘çarşıda 25 kuruş!’ ”

İnternet kafe işletmecisiyle yapılan görüşme süresince dikkat çeken hususlardan biri, görüşmecinin mütemadiyen çarşıdaki internet kafelerle ve o kafelerin müşteri profiliyle karşılaştırma yapması olmuştur. Görüşmeci, ücretlendirme politikasıyla ilgili olarak, kırk dakikalık bilgisayar kullanımının 1 TL olduğunu ifade etmiştir. İşletmeciye göre bu fiyat, çarşıdaki kafelerden pahalıdır fakat bu pahalılığın nedeni müşteri yoğunluğunun az olması nedeniyle kendisinin az kazanıyor olmasıdır. Özellikle, yazıcıdan alınan çıktıların ücreti ile müşterilerle sıkıntı yaşadığını ekleyen işletmeci, bu işlemin bedeli olarak söylediği fiyatın müşteriler tarafından sürekli çarşıdaki kafelerin daha ucuz çıktı almasıyla ilgili olarak karşılaştırmaya tabi tutulduğundan şikâyet etmektedir:

- Araştırmacı: Bir gelen çocuk kaç saat duruyor?
- Görüşmeci (12. Erkek, 25, evli, ortaokul mez., internet kafe işletmecisi): En az kırk dakika. Bi lira. (...) Çarşıda daha uygun, ama kazanıyo. Ben kazanamıyorum (...) çünkü müşterisi çok. Orda bi de, bir oturuyo adam oyunlara, yirmi lira. Ben, ben de öyle yok ki. Ben düşüremiyorum yani, düşürsem belki ama aynı parayı kazanıcam.
- Araştırmacı: Mahallenin profiline uydurmanız gerekiyor?
- Görüşmeci (12. Erkek): Evet. Bir de yazıcı da çok problem yaşıyorum yani. (...) Şimdi yazıcıdan ben, e-devlet iki lira. Kopyalamayı biz bi liraya yapıyoruz; diyo ki ‘çarşıda 25 kuruş!’. (...) Kopyalama yapıyorum, yani onun kopyasını yapıcam ben. 1 lira diyoruz biz. Diyo ki ‘pahalı’, yani diyo ki ‘neden pahalı?’. Ya şimdi bir destesi 27 lira olmuş. Boyanın bir tüpü 200 lira. E ben bunları nasıl karşılıycam? Yani hiç destek çıkmıyolar. Sen yol parası verceksin (çarşıya gidersen). (...) Şimdi ben çalıştırmadım onu (yazıcıyı) bi hafta. Dediler ki gelen müşteriler, yani daha önce çektiğim (yazıcıdan çıktı verdiğim) insanlar geldi. Dedim ki ‘çalışmıyo’ (yazıcı). Adam dizini vura vura gidiyo, ‘şimdi çarşıya kim gitcek?’ diyor. E oraya veriyon parayı. Ona verceğene bana ver. Hem de yarısını veriyon (bana) zaten. Yani bissürü insanlar problem çıkاریo. Bu şeyden dolayı, insanlar yardımcı olmuyo. Ama A101’de böyle mi? Bi 50 kuruş, beş kuruşun hesabını yapıyolar. Vermesen alamazsın. Evet, doğru. Bunlara şahit oluyoruz. Ama hep ezilen alt tabaka yani bizim gibi insanlar yani. Biz borçlan açtık ben burayı. Yani bunların borcunu kim ödicek, ben ödücem yani.

Çıktı alma ücretiyle ilgili yaşadığı sıkıntıyı takiben bir hafta yazıcıyı çalıştırmadığını belirten işletmeci, bunun karşılığında müşterilerin verdiği tepkiyi, yukarıdaki ifadelerde de görüldüğü üzere, “adam dizini vura vura gidiyo, şimdi çarşıya

kim gitcek diyor. E oraya veriyon parayı. Ona verceğene bana ver” cümleleriyle göstermiştir. Gelen müşterilerin bu hususta kendisine yardımcı olmadığını, buna karşın, bir markete ürünün belirlenmiş ücreti ödenmediği takdirde o ürünü almanın mümkün olmadığını belirtmektedir. İşletmecinin bu durumu, bir tür “gücünün yettiğine söylenme” şeklinde yorumladığı, “ama hep ezilen alt tabaka yani bizim gibi insanlar” şeklindeki ifadesinde açıkça görülmektedir.

Araştırmanın ilerleyen bölümlerinde görülecektir ki, “yazıcıdan çıktı alma” pratiği, araştırmanın gerçekleştirildiği tüm mahallelerde, bilhassa da kırsal özellikler gösteren ve bir internet kafenin olmadığı Sevinç köyünde, çocuklu aileler için ciddi bir sorun teşkil etmektedir:

- Görüşmeci (3. Kadın, 33, evli, ilkokul mez., ev kadını, Sevinç köyü): (...) Biz sadece onu (bilgisayarı) Fatma’nın dersleri için aldık, çok çıktı falan lazım oluyodu. Fatma için aldık, o ders yapar sürekli. Zaten bi tek o kullanır bilgisayar, başka kimse kullanmaz.
- Araştırmacı: Yazıcınız var mı?
- Görüşmeci (3. Kadın): He, yazıcımız da var. Fatma’da kendisi yapar.

<farklı bir sohbetten döküm devam ediyor>

“Ben onu (laptop) zaten sırf yani çocuklar oyun oynasın diye aldım. (...) Ya o-büyüdüklerinde zaten lâzım olacak yazıcı mazıcı işte (5. Erkek, 35, evli, ilkokul mez., işsiz, Sevinç köyü)”

“Ben kırtasiyeye gidiyorum ordan çıkarttırıyorum. İnternet cafeye gittim de çıkartmadılar bi kaç kez. (...) aslında çok iyi olur çocuklara bi bilgisayar olsa, bi çıktı çıkartma şeyi olsa. (...)” (25. Kadın, 26, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

Birçok ailenin, çok zor koşullarda olanlar da dahil olmak üzere, “ödev için”, “çocuklar için” bilgisayar, yazıcı ve internet aldıkları veya almak istediklerini gösteren ifadelerden bazıları yukarıda verilmiştir. Bu ifadeler, internet kafe işletmecisinin çıktı ücretleriyle ilgili olarak söylediği ifadelerle de örtüşmektedir. Yine de, yeni iletişim teknolojilerinin bireylere neler kattığı noktasında çalışmanın ilerleyen bölümlerinde ayrı başlıklar verilmiştir ve bu olguya ilişkin örnekler çalışmanın devamındaki bölümlerde daha net görülecektir.

4.4.1.1. Veresiye defteri hâlâ yaşıyor: “Hâlân borcumu alamadım.”

İnternet kafe işletmecisine göre, bilgisayarların kullanım ücretinde belirleyici olan unsur kafeye gelen ziyaretçilerin profilidir. Kullanıcı profili sadece ücretlendirme politikasını değil, kafedeki bilgisayarların kullanım politikasını da belirlemektedir. Sistem, daha ekran başına geçmeden önce ziyaretçilerin belirlediği süreye göre ayarlanmakta, o süre dolduğunda kendiliğinden kapanmaktadır. Ayrıca, Binark ve Bayraktutan-Sütcü’nün (2007b, s. 249), düşük sosyo-ekonomik gelir düzeyini temsil eden semtlerdeki internet kafelerde, internet kafelerin devamlı kullanıcısı veya müdavimi olma durumunun ve bunla ilişkili olarak veresiye yazdırma pratiğinin yerleşmiş olduğuna ilişkin bulgularına benzer şekilde; Gündoğdu mahallesindeki internet kafede de, kullanıcı dolaşımının fazla olmaması böylece kendine kapalı küçük bir mahalle internet kafesi olarak kalmasının da etkisiyle veresiye yazdırma pratiğinin yerleştiği anlaşılmaktadır.

- Görüşmeci (12. Erkek, 25, evli, ortaokul mez., internet kafe işletmecisi): Ya şimdi bazı müşterilerim var sıkıntılı. Yapıyo yapıyo 60 lira 120 lira borçları var bazı insanların. 18-19 yaşlarında, büyükler. Hâlân borcumu alamadım. Bir de, ben, çarşı gibi değil burası. Burda, veriyo parasını oturuyo. Çarşıda şey var, fiş var. Kullanıcı adı ve şifre yazıyo; öyle. Ben de o sisteme geçmek istiyorum ama biraz maliyetli. Yani fiş falan... Sıkıntıda olduğu için pek kullanmak istemiyorum. Böyle daha iyi. (...)
- Araştırmacı: Aşan oluyor mu (süre limitini)?
- Görüşmeci (12. Erkek): Hayır hayır. Burda, sistem var. Burda ‘52 dakika’ diyor. Zamanın doldu mu böyle <bilgisayar ekranından gösteriyor> oluyor. (...) Sistem kendi kapatıyo. Orda görüyo. 3 dakika kaldığı zaman sana 3 dakika kalmıştır diye ihbar veriyo. O da işte oyundan çıkıyo. İnternette falan dolaşıyosa, kapatıyo. Oyun(un) kapanması gerekiyo. Oyunu kapatmasa, kalıyo.

Bu bölümün girişinde, internet kafe ile ilgili yapılmış çalışmalara (Lægran ve Stewart, 2003; Binark ve Bayraktutan-Sütcü, 2007b) referans verilerek, internet kafelerin yalnızca bilgisayar ve internet erişimi sunan mekânlar olmadıkları, aynı zamanda bir sosyalleşme mekânı oldukları, sosyalleşmenin, yani belirli düzeyde bir toplumsallığın, daha açık bir ifadeyle, birden fazla bireyin ilişkileneşmesinin sonucu olarak, kullanıcılarının ekonomik ve kültürel sermayesiyle biçimlenen bir ruhu olduğu ifade edilmeye çalışılmıştı. Bu bölümün oluşturulmasının nedeni olarak da, araştırmanın amaç ve kapsamından kopmadan, aksine araştırmanın amaç ve kapsamını destekleyecek

şekilde, hem sahanın bir bölümüyle ilgili hem de bireylerin, özellikle gençlerin yeni iletişim araçlarıyla ilişkileneceklerinin, bu ilişkilenecek süreçlerine sürekli şahit olan bir göz tarafından, bir internet kafe işletmecisi tarafından ortaya konulabilmesini sağlamaktı. Bu anlamda, yukarıdaki ifadeler, ekonomik sermayeyle ilişkili bir internet kafe kullanım pratiğinin olduğunu, işletmecinin deneyimlerine dayanarak da olsa ortaya koymaktadır.

4.4.2. Tehlike ve ahlaki-kültürel yozlaşma kaynağı olarak görülen internet kafeler:

“Aile olarak bana kızıyorlar hani ‘neden burası?’ diye.”

Binark ve Bayraktutan-Sütcü (2007b, s. 246), ağırlıklı olarak gençler tarafından kullanılan mekânlar olması sebebiyle internet kafelerin, özellikle aile ve okul gibi muhafazakâr kurumlarca, tehlikenin ve ahlaki yozlaşmanın kaynağı olarak görüldüğünü belirtir. Bu araştırma özelinde de, görüşme gerçekleştirilen internet kafe işletmecisinin, kafeyi işletmeye açtığı ilk tarihlerde mahalleli tarafından oldukça tepki gördüğüne işaret eden ifadeler kullandığı bulgulanmıştır. Bu tepkilerin iki farklı nedenden beslendiği görülmüştür: Birinci neden, yukarıda da ifade edildiği gibi, ebeveynlerce, gençlerin vakitlerini çalan bir mekân olarak görülen kafelerin kendisidir. İkincisi ise, hem mikro ölçüde mahalleli kimliğine hem de makro ölçüde etnik-kültürel kimliğe karşı tehdit olarak algılanan göçmenlerdir. Bu araştırmanın konusu olmamakla ve tespit etmek için yeterli bulguya sahip olunmamakla birlikte, internet kafe işletmecisinin verdiği ifadelerden, ahlaki-kültürel yozlaşmanın kaynağı olarak görülen internet kafeler ile suçun, şiddetin kaynağı olarak görülen göçmenlere karşı gösterilen tepkilerin birleştiği anlaşılmaktadır:

- Görüşmeci (12. Erkek, 25, evli, ortaokul mez., internet kafe işletmecisi): (...) aile olarak bana kızıyorlar hani “neden burası?” diye. Tepki görmüş, görmüş! Şey diyolar: “Çocuklarımız çoğunlukla burda”. Ben de diyorum ki, internet kafe sadece oyun için değildir ki. İnternet cafe, araştırma, yani bilgi edinme... Evinde yoktur (bilgisayar, internet), ben sana yardımcı olmak için... Yazıcı getiriyorum ayağınıza. Her bi bilgi(yi)... Yani burda bazı(ları) e-posta istiyorlar. Adam kırk elli yaşında, bilmiyo. Yardımcı olmak istiyorum yani. Çarşıya gitmesin diye. Amaç bu yani.
- Araştırmacı: Tepkiler zamanla azaldı mı?
- Görüşmeci (12. Erkek): Ya evet... İnsanlar... şimdi bizi de Afgan zannediyorlardı. Bizim burda ee Afganlar diye bir yer var. Burda, çocuklara esrar falan satıyorlar. Bi lira, iki lira... Yani sevmiyorlar... Kavga, her gün kavga... Yani ee bazı Afganlar iyi, bazıları kötü. Onları bunlar ayırt edemiyorlar. İyi insanlara sataşıyorlar. Normalde kötüler bellidir. Yani biraz dolaşsalar...

Söz konusu internet kafede kullanıcı dolaşımının fazla olmadığı yukarıda belirtilmişti. İşletmecinin ifadelerinden anlaşıldığı üzere, kafenin devamlı kullanıcıları olarak bilinen bir müşteri profili söz konusudur. Böylece, işletmeci ile hem kullanıcılar hem de kullanıcıların aileleri arasında beklenmeyen tarzda gelişen bir ilişki kurulduğu anlaşılmıştır.

- Görüşmeci (12. Erkek, 25, evli, ortaokul mez., internet kafe işletmecisi): (...) Yani şimdi almazsan ağlıyolar yani, üzülyolar. Yani onların kalbini kırmak istemiyorum yani. Yani problem yaşıyoruz yani. Şimdi yaşı küçük, on yaşında, diyelim ki 12 yaşında. 12 yaş üstü alabiliyorum ben. Dışarda ağlıyor... (...) Şimdi polis gelmiş bana diyo ki neden bunları aldınız diyolar.
- Araştırmacı: Geldi mi polis?
- Görüşmeci (12. Erkek): Geldi, evet. (...) Hiç anlayamıyoruz yani. Bir an basabiliyolar. Gördü. Ya dedim ki, bu çocuk yani... (...) Yani, çocuk şimdi ağlayınca sıkıntı. Yani dedim, nolucak çocuğu orda ağlayınca ben yapamıyorum. Annesi çıkması lâzım yani. Ya da göndermicek. Çocuk ağlıyo ben şimdi ayrımcılık yapıyomuşum gibi oluyor. Öyle düşünüyö o çocuk çünkü. Daha sonra polisler gidiyo yani. (...) Yani, ben artık garantiye aldım. Yaşı küçüklerin annesini arıyorum. “Abla izin var mı?” “Tamam, var” diyo. Rahatım. Polis geldiği zaman annesini arayıp konuşturabilirsin. Ben ona tembih ediyorum. Abla, sen buraya geldin, çocuğu bıraktın, 10 dakika sonra gelecekmişsin gibi söylettiriyorum.

İşletmeci ile kullanıcılar arasındaki ilişki kimi zaman kurumsal denetim mekanizmalarının koyduğu sınırları ihlâl ettirebilmektedir. Bu yüzden ailelerle irtibat kurma, hem kurumsal denetimin keseceği cezaların hem de internet kafeye gelen çocukların/gençlerin aileleri tarafından gelecek muhtemel tepkilerin önüne geçme amacı taşımaktadır. İşletmecinin bu süreçte ailelerle, özellikle annelerle sorun yaşadığı görülmektedir:

- Araştırmacı: Kayıtlı numaralar var mı sizde ailelerin?
- Görüşmeci (12. Erkek) : Yok. Ben kartımı veriyorum. (...) bir iki tane ailesinin numarası var bende.
- Araştırmacı: Bazıları kayıtlı?
- Görüşmeci (12. Erkek): He, şey, hastaymış herhalde. (...)
- Araştırmacı: Çocuk mı hastaymış?
- Görüşmeci (12. Erkek): Evet. Hemen bi sıkıntı olduğu zaman beni ara diyo. Bir problem olmadan... Çoğunlukla çocuklar telefon ezberlemiyolar. Yani onu hiç ezberlemek

istemiyolar. Yani çocuk burda hastalansa annesinin babasının numarasını bilmiyorum. (...) Yani diyorum ki bir kâğıt parçasına yaz, bunu yanında taşı. Bunu her zaman söylüyorum çocuklara ama anlamıyo. (...) Benim altı tane benim beş tane ablam var. Hepsinin numarasını ben aklımda tutardım. (...) bi profesör vardı yabancı. Gerizekalı toplum gelecek demişti. İşte bu toplum, bu toplum. (...) Oyunları öyle bi biliyolar ki. Ama dersler hep böyle üç, iki, çok kötü. Yani ben, bu işi ben açtığıma aslında pişmanım. Yani ben, bir iş açalım, yani benim amacım bir iş açıp onla bi zaman geçirmekti. Nasılmış, onu öğrenmekti yani. Biz de böyle açtığıma pişman oldum ben. Yani böyle bir mahalle olduğunu bilmiyodum ben. Serseriler, ağzında küfür... (...) Burda 12 yaş altı normalde yasak. Şimdi, bazı aileler(le) çok sorun yaşadım ben. Babasıyla konuşuyorum tamam diyor. Annesi diyor ki, ben izin vermedim ki diyor. Diyorum ki eşinize sorun yani eşinizden izin aldım ben. Çocuğun annesine diyorum ki, çocuğa diyorum, annenin numarası, babanın numarasıyla izin alalım. (...) Babasını arıyorum tamam diyo. (...) Ben telefonumdan arıyorum yani, garanti olsun diye. Babası izin veriyö, annesi izin vermiyo, dükkânı basıyo. Çocuğu öyle böyle dövmedi yani. Yani, burda biraz aile problemi çok. Disiplin yok. Yani baba nasılsa evlat da o. Ben buna şahit oldum. Yani, biz ailemizde bunu görmedik zaten de... Çok katılardı. Çok rahat (burdakiler)! İsteddiği zaman geliyolar, istediği zaman gidiyolar, saat gece onda geliyolar. Yani, ben kovuyorum, git diyorum, gitmiyo, geliyo. Kovuyorum bir daha geliyo.

Binark ve Bayraktutan-Sütcü'nün (2007b) araştırmasına göre, kullanıcıların sosyo-ekonomik düzeyi düştükçe, internet kafelerdeki çocuk kullanıcı nüfusu artmaktadır. Hem işletmecinin verdiği ifadeler hem de görüşme ve saha çalışmasının genelinde gerçekleştirilen gözlemler, bu tez araştırmasının kapsamındaki internet kafe kullanıcılarının yaş ortalaması düşük erkek çocuklar olduğunu göstermektedir.⁷¹ Gözlemlerden elde edilen bir diğer bulgu, oyun oynayan çocukların birbirleriyle sürekli olarak küfürlü konuşmalarıdır. Binark ve Bayraktutan-Sütcü'nün (2007b, 249), Ankara'nın farklı sosyo-ekonomik düzeylerini temsil eden semtlerindeki internet kafelerde yapmış oldukları araştırmanın bulgularına göre, sosyo-ekonomik gelir düzeyi ne olursa olsun, her ebeveynin internet kafe sahipleriyle veya mekânın kendisiyle belli düzeyde bir ilişki kurduklarıdır. Bu çalışmada da, benzer veriler toplanarak aynı bulgulara ulaşılmıştır. Yine Ankara'da gerçekleştirilen söz konusu araştırmanın bulgularına benzer şekilde, geleneksel aile denetiminde gözlemlenen egemen cinsiyet rejimi örüntülerinin, yani babadan anneye, anneden ise çocuklara doğru etkisini gösteren

⁷¹İşletmecinin “ablan nerede?” sorusunu yöneltmesinden kafeye daha önce de geldiği anlaşılan 8 yaşındaki bir çocuğun da, görüşme sırasında elindeki 1 TL'yi işletmeciye uzatarak içeri girmek istediği görülmüştür. Buna karşın, işletmeci küçük çocuğu içeri almamıştır.

bir denetim mekanizmasının varlığı bulgulanmıştır. “(...) bazı aileler(le) çok sorun yaşadım ben. Babasıyla konuşuyorum tamam diyor. Annesi diyor ki, ben izin vermedim ki diyor” şeklindeki ifadeler bu denetim mekanizmasının varlığını net olarak ortaya koymaktadır. Bu mekanizmada annenin rolü, babanın otoritesini görünür kılan türden bir “iktidarsız yönetici”liktir (Binark ve Bayraktutan-Sütcü, 2007a, 165; Binark ve Bayraktutan-Sütcü, 2007b, 249).

4.4.3. İnternet kafeye kim, neden geliyor? “Sadece oyun oynuyorlar. Ben araştırma yaptıklarını hiç görmedim.”

Genel olarak internet nasıl ki her yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve benzeri sosyo-demografik unsurlara göre farklı amaçlarla kullanılıyorsa, internet kafelere gelen kullanıcılar da farklı çevrimiçi etkinlikleri gerçekleştirmek için orada bulunabilirler. Kullanıcıların çoğunluğunun yaş ortalaması da dikkate alındığında, hem gözlemlerden hem de işletmecinin verdiği ifadelerden, internet kafelerin daha çok oyun oynama amaçlı olarak kullanıldığı görülmektedir. İşletmecinin en fazla şikâyet ettiği durumun, yukarıda da ifade edildiği üzere küfürlü konuşmalar olduğu anlaşılmaktadır. Ek olarak sigara kullanımının fazla olduğu da vurgulanmıştır. Diğer taraftan, genç kullanıcılarda internet okuryazarlığının düşük olduğuna ilişkin tespitleri olduğunu gösteren ifadeler de yer almaktadır. Bu ifadeler yine “çarşı”da bulunan internet kafelerle kıyas içeren bir cümle içerisine yerleştirilmiştir:

- Görüşmeci (12. Erkek, 25, evli, ortaokul mez., internet kafe işletmecisi): (...) Şimdiki gençler sadece oyun oynuyo, araştırma yapmıyo. Hiçbi şey bilmiyolar. 13 yaşında sigara içiyo. Biraz sıkıntılı.
(...)
- Görüşmeci (12. Erkek): Bir oyun var, oyundan çıkamıyor. İngilizcesi yok. (...) Biri, sadece elli tane oyun açmış. Birinden çıkmış, birini açmış birinden çıkmış birinden açmış. Böyle dolmuş sistem.
(...)
- Araştırmacı: İçerde sigara içmek yasak ama değil mi?
- Görüşmeci (12. Erkek): Yani içtiğini biliyorum ama yani... Yani sadece oyun oynuyorlar. Ben araştırma yaptıklarını hiç görmedim. (...) Sadece oyun oynuyorlar on iki kişi burda. Çocuklar çok geride kalmış. Çarşı gibi değil burası, yani hep geriler, yani oyundan bile çıkamıyolar, sadece oynamayı biliyolar. (...) Bizim Türkiye’imiz de böyle. (...) Ya Ankara’da Çin’in’deydim ben. Çin’in’le aynı. Orda gençler sadece elinde bıçak,

serseri gibi geziyorlar. Kimseye zarar vermiyorlar. Sadece belinde bıçak taşıyorlar. Bu, sıkıntı yani. Yani ben gençlere öğüt veriyordum yapmayın, etmeyin diye. (...) daha sonra ben eşimle burayı açtım. (...) Burda bir de aşırı küfür var. Aşırı var, yani hep “koyuyorlar”.

- Araştırmacı: Müdahale ediyor musunuz?
- Görüşmeci (12. Erkek): Ben ediyorum. Eşim varken daha çok müdahale ediyorum. İşte bazı müşterilerim kaçtı. (...) Çok küfür etti, biz tartıştık. Eşim kovdu. Dedi ki çok küfür ediyorlar. Tövbe haşa Allah’a kadar gidiyorlar yani. Eşim dedi ki, böyle kazancaksam kazanmayayım. Kovdu. Ben böyle kazanıyorum. Benim gelirim belli. Yettiği kadar...

İnternet kafe işletmecisinin ifadelerinden ortaya çıkan bulgulara ve görüşme esnasında kafe içerisinde yapılan gözlemlere göre, kafe müşterilerinin yaş ortalamasının 13-14 olduğu bulgulanmıştır. İnternet kafe işletmecisine göre, çocuk ve gençlerin oynadıkları *Gta San Trans* ve *Gta Türk* gibi oyunların i5 işlemciye ihtiyaç duyması, buna karşın evlerdeki bilgisayarların bu işlemciye sahip olmaması, internet kafelere gelmelerinin en temel nedeni olarak gösterilmektedir:

- Araştırmacı: Yaş ortalaması bu mu? 13-14, ortaokul-lise çağlarında. Genelde erkek?
- Görüşmeci (12. Erkek, 25, evli, ortaokul mez., internet kafe işletmecisi): Evet. Aynen öyle. (...) Şimdi bu mahallede getiren bilgisayar çok eski 2002, 2001, 2000, en yüksek 2005. Daha yukarı yok. Çünkü, ona ne yükleyebilirsin ki, hiçbir şey yükleyemezsin. Gta, mta oynatmaz. Çünkü geta, 5. Nesil, i5 işlemci istiyor. Sıkıntı yani, oynatmıyo yani. Sıkıntı olduğu için... Bununla (kafedeki bilgisayarlarla) belli, Gta San Trans, Gta Türk gibi oyunlar oynatıyo çocuklara.

Ayrıca işletmeci, bilgisayar veya internet sahipliğinin de temel bir problem olduğunu, buraya gelen çocuk ve gençlerin evlerinde bu araçlardan en az birinin olmaması ve internetin pahalı görülmesiyle ilişkili olarak, internet kafenin mahallenin çocuk ve gençlerine günlük 3 lira karşılığı oyun oynayabilme fırsatı sunduğunu belirtmiştir. Ayrıca kışın daha çok müşteri almalarının nedeni ise, gençlerin kışın sıcak yerleri tercih etmeleriyle, kafeteryada para harcamak istememeleriyle, bu sebeple de söz konusu mahalle özelinde ya kahvehanelerin ya da internet kafelerin bir kapanma ve sosyalleşme mekânı olarak öne çıkmasıyla ilişkilendirilmiştir:

- Görüşmeci (12. Erkek, 25, evli, ortaokul mez., internet kafe işletmecisi): Ya, şimdi burda çoğunun interneti var ama bilgisayarı yok. Bilgisayarı var interneti yok. Arkadaşının

bilgisayarı var ama interneti yok. Yani böyle sıkıntılılar. Yani internet de bir problem. Evde internet bir problem. (...) Şimdi, yasaklı siteleri kapatman lazım evde. Daha sonra, hiçbir şey indiremeyecek. Böyle bi internet var (evde). (...) Şimdi bizim geçinmek de çok zor ülkemizde. Bilerek almıyolar. Şimdi bir internet olmuş 70-80 lira. Ona verceğime karnımı doyururum diyo. Yani bana günlük üç lira para veriyolar bir kişi.

- Araştırmacı: Yani 2-3 saat oturuyor?
- Görüşmeci (12. Erkek): Evet. Parça parça geliyo. Gidiyo geliyo, gidiyo geliyo, oyun oynuyo. Yani dört lira para veriyolar bana.
- Araştırmacı: Aslında günlük kazanç çok az baktığınızda değil mi?
- Görüşmeci (12. Erkek): Evet, evet. Yani bazen müşteri hiç gelmiyo. (...) Kışın daha çok oluyo. (...) Çünkü gençler sıcak yere gider. Gezemiyo çarşıda. Kafeteryada para vermek istemiyo. Mahallede burda; ya kahve ya bura.
- Araştırmacı: Peki okuldan kaçıp gelenler?
- Görüşmeci (12. Erkek): Ben izin vermiyorum. Almıyorum. (...) bazı çocuklar var öğle yemeği var ya, öğle yemeğinde geliyolar.

İnternet kafe kullanıcıları ve müdavimleri, çoğunlukla çocuk ve gençlerden oluşsa da, elbette bunlarla sınırlı değildir. Oyun oynamaktan farklı amaçlarla, farklı yaş gruplarından kullanıcılar tarafından da ziyaret edilmektedir. Televizyonda kaçırılan dizilerin izlenmesi amacıyla veya çocukların ödevleri için yardım almak amacıyla yapılan ziyaretler olduğu bulgulanmıştır. Ödevler için yardım almak amacıyla, internet kafeye gelmenin, ödev yapmak için internet kafeye gelme pratiğinden farklı olduğunu ifade etmek gerekir. Bu ancak, tıpkı veresiye yazdırma uygulamasında olduğu gibi, birincil ilişkilerin önemini koruduğu bir toplumsal yaşamda mümkün olabilecek türden bir pratiktir:

“(...) Bi abi var, bi dizi var. Ben dizinin ismini unuttum da, o çok izliyo onu. Geliyo, yedi saat, sekiz saat... Kaçıryo herhalde onu. Biriktiriyo, biriktiriyo... Küçük, iki tane kızları var. Biri yedi yaşında, biri sekiz yaşında, geliyorlar burda. Onlar “Selena” diye bir şey, dizi var, onu izliyolar. (...) Kendisi de, açıp o diziyi, kendi dizi izliyo yani. Evlerde internet, televizyon yok yani. (...) Ben bir şey söyleyim: Anne-baba çok cahil↓. Şimdi bir dev kâğıt var elinde, böyle doldurmuş eline. Kızı oturtturuyo böyle. Abla yaptırsın (diyor)... Eşim, “hadi yap” diyo, yapmıyo. Çok cahiller, bilmiyolar. Yani, evladına bunu, bunu, bunu, bunu olcak, böyle olcak diyemiyo. (...) Böyle beş aile var yani” (12. Erkek, 25, evli, ortaokul mez., internet kafe işletmecisi).

İşletmeciye göre, çocuk ve gençlerin oyunları bir arada ve eş zamanlı oynamak istemeleri, internet kafelerin tercih edilmesinin bir diğer nedenidir:

- Görüşmeci (12. Erkek, 25, evli, ortaokul mez., internet kafe işletmecisi): Şimdi, ben yıllardır internet kullanıyorum kendi evimde ama rahat bir şekilde film izleyemiyorum, video izleyemiyorum ve aşımaya uğradığı zaman, diyo ki 100 megabaytı aşarsan kasar. Oluyo... Sizin evinizde de vardır. Yani, bu internet kafede böyle bir şey yok. Rahat bir şekilde filmini, (...) rahat bir şekilde sınırsız indirebilirsin ve hd bir video izlersin. İnternet kafe böyle. İi, bi de, evlerimizde oyun oynucaz dimi, online oyun oynucaz. Online oyun oynarken ee internet kafenin o şeyiyle evdeki o şeyi alamıyosun. (...) Yanında olması lâzım böyle. Şimdi telefonla oyun içindeki şeyi alamıyo yani. Yanında olduğu zaman daha iyi oynuyo. Çarşı(da) daha çoktur. Telefon, ee sadece bir iletişim olarak oldu yani. Her tarafta internete girebiliyo. Artık insanlar telefonla girmek istemiyor. Ben bile, internete girmek istemiyorum. Sadece, şeyim vardı, haberlere bakıyorum sadece, bu. Hiçbi şey yapmıyorum yani.

İnternet kafelerin bir arada ve eş zamanlı oyun oynamak için tercih edildiğini gösteren bulgulara, lise çağlarındaki genç erkeklerle yapılan görüşmelerde de ulaşılmıştır. Dolayısıyla, internet kafelere gitme nedeninin, yalnızca evlerdeki bilgisayarların üst model olmaması veya ev internetine aboneliğin bulunmamasıyla ilişkili bir sahiplik ve erişim problemi olmadığı düşünülmektedir. Genç erkeklerin, internet kafede oyun oynama nedenlerini anlatmak için kullandıkları “toplucu yan yana oynadığımız zaman zevkli oluyor” ve “yan yana olunca daha zevkli geldiği için” şeklindeki ifadelerini içeren görüşmeler aşağıdaki gibidir:

“Yani şöyle bir şey var şimdi topluca mahallede otururuz, 9-10 kişi. Mesela ‘Counter’ diye bir oyun var, onu biliyorsunuzdur. Herkes oynuyordu eskiden. İşte o mesela Counter 9-10 kişi oturuyoruz hep beraber gidiyoruz oynamaya. Amacımız internette eğlenceli olduğu için değil ama topluca yan yana oynadığımız zaman zevkli oluyor, hepimiz birbirimizi görüyoruz. Normalde eve gidip bağlanıp ‘Skype’ tan konuşabiliriz topluca. Ama daha zevkli oluyor yan yana görmek” (10. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.).

“Arada arkadaşlarla toplanırsak (internet kafeye gideriz)” (34. Erkek, 17, bekâr, lise terk, sanayide oto elektrikçi, Emek mah.).

<farklı bir sohbetten döküm devam ediyor>

- Görüşmeci (30. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.): Küçükken çok gidiyordum (internet kafeye), aşırı. Bilgisayarım yokken.

- Görüşmeci (34. Erkek, 17, bekâr, lise terk, sanayide oto elektrikçi, Emek mah.): Hakan’la, ortaokuldayken çok gittik. (...)
- Görüşmeci (30. Erkek): Beraber, yan yana olunca daha zevkli geldiği için (internet cafede oyun oynamak) yaptığımız oldu.
- Görüşmeci (34. Erkek): Okuldan kaçtık, 60 gün devam zorunluluğumuz vardı. (...)
- Sağdan soldan kırptıklarımızı oraya yatırıyorduk.
- Görüşmeci (30. Erkek): (...) Yemiyorduk.
- Görüşmeci (34. Erkek): Yemek yemiyorduk, oyun oynuyorduk.
- Görüşmeci (30. Erkek): Çok bağımlıydık. O derece...

Yukarıdaki alıntılarda görülen, “topluca yan yana oynadığımız zaman zevkli oluyor, hepimiz birbirimizi görüyoruz”, “yan yana olunca daha zevkli geldiği için” şeklindeki ifadeler, gençlerin “birlikte” oyun oynamak amacıyla internet kafelere yöneldiğini göstermektedir. İnternet kafe kullanan gençlerin sosyalleşme süreci hem aynı mekân içerisinde birbirleriyle hem de çevrimiçi ortamda, ağdaki diğer kullanıcılarla etkileşim hâlinde gerçekleşmektedir. Bu bulgu, Ankara’nın farklı sosyo-ekonomik gelir düzeylerindeki mahallelerinde yer alan internet kafelerde yapılan araştırmanın sonuçları ile benzeşmektedir (Binark ve Bayraktutan-Sütcü, 2007b, s. 248). Oyun esnasında yan yana olmanın anlamının gençler açısından neden önemli görüldüğünün nedenleri, doğrudan bu konuya yönelen gelecek araştırmalar için önemli olsa da, bu araştırmanın kapsamının dışındadır. Fakat bunun önemini gösteren benzer bir bulguya da internet kafenin olmadığı Sevinç köyünde yoksul bir hane reisiyle yapılan görüşmede rastlanmıştır:

- Görüşmeci (4. Erkek, 39, evli, ilkokul mez., inşaatta sıvacı, Sevinç köyü): Oyunlar var, bu 'PUBG' diye bir oyun varmış. Çocuklarımızı gece saat 12’de ben eve sokamıyorum.
- Araştırmacı: Nerede oynuyorlar?
- Görüşmeci (4. Erkek): Şurada bizim okulumuz var, ilköğretim okulu var. Çocuklar artık bunlar hepsi tabii zamanın gençleri, benim aklım ermiyor. Şifresini kırmışlar orada internete girip, burada PUBG oynuyorlar. İşte böyle boş kaldı, internet olmadığı zaman arkadaşlarına diyor “gel”, yani ne bileyim? Eskiden biz oyuncakla, odun-modunla silahçılık oynardık.

Görüldüğü üzere, yaşadıkları yerde internet kafe olmasa bile, gençler “birlikte” oyun oynamanın, çevrimiçi ve çevrimdışı sosyalleşmeyi eş zamanlı hâle getirmenin

yollarını bulmaktadır. İnternet kafenin olmadığı Sevinç köyü özelinde, bu amacın bir okulun internet şifresinin kırılması ile gerçekleştirildiği görülmektedir.

Başlangıçta ifade edildiği gibi, bu bölüm katılımcılar hakkında, en az onların sosyo-demografik özellikleri ve kültürel faaliyetleri hakkında bilgi veren bölümler kadar bilgi verebileceği, büyük bir resmin çok küçük bir noktasını da olsa görünür kılabilceği umuduyla yazılmıştır. Daha çok çocuk ve gençlerin bilgisayar ve internet kullanımına odaklansa da, bireylerin aslında içinde yetiştikleri ailelerin, en önemlisi de toplumsal-kültürel çevrenin bir ürünü oldukları unutulmamalıdır. Veresiye yazdırma pratiği, küfürlü konuşma ve sigara kullanma alışkanlığının yaygın olması, aile denetiminde egemen cinsiyet rejimine ilişkin örüntülere rastlanması, internet okuryazarlığının düşük olduğuna ilişkin işaretler, internet kafeleri, kullanıcılarının “düşünce, davranış ve beğeni kalıpları”nın (Marshall, 2009, s. 291) yani *habitus*larının taşındığı mekânlar olarak görmeyi mümkün kılmaktadır.

4.5. Televizyon İzleme Pratikleri

Bu bölümde hanelerdeki televizyon sayısı, katılımcıların televizyonları olmadan yaşayabilecekleri süre, altın saatlerde televizyon kumandasının hanenin hangi bireyinin elinde olduğu, televizyon izleme pratikleri, akıllı işaretlerin bilinirlik oranı, haber içerikleri konusunda televizyonun mu yoksa sosyal medyanın mı daha fazla güvenilir bulunduğu, mecbur kalınması durumunda televizyon veya cep telefonundan hangisinin tercih edileceğine ilişkin nicel ve nitel bulgular değerlendirilmiştir.

Bir dijital eşitsizlik araştırmasında televizyon izleme pratiklerinin neden dikkate alındığı önemli bir sorudur. Literatürde değinildiği üzere, günümüzde geleneksel ve yeni medya araçları bir arada ve eş zamanlı kullanılabilir. Televizyon içerikleri internetten izlenebildiği gibi, internet bağlantılı televizyonlar sayesinde internet içerikleri de televizyondan tüketilebilmektedir. Akıllı cep telefonu başta olmak üzere yeni iletişim teknolojilerinin yaş, eğitim ve gelir duvarlarını yıkarak giderek daha fazla insanın yaşamına girmeye başladığı doğru olsa da, örneklemin, -özellikle orta ve üzeri yaşlarda olan ve eğitim düzeyi çok düşük olan bireylerin- yeni iletişim araçlarıyla olan ilişkilerini anlayabilmenin yolunun televizyonla olan ilişkilerini anlayabilmeye bağlı olduğu düşünülmüştür. Bu sebeple, televizyonla ilgili soruların yöneltilmesinin yukarıda belirtilen ilk nedenle ilişkili olan ikinci nedeninin araştırmanın örneklemini olduğu

söylenebilir. Bilindiği üzere, araştırma sonucunda farklı yaş grupları arasındaki dijital eşitsizliklerin ortaya konulabilmesi ve hangi unsurlardan beslendiğinin anlaşılabilmesi amacıyla örneklem yaş sınırı getirilmemiştir. Dolayısıyla, internetle etkileşime girdiği hâlde, yaşamında hâlâ televizyon daha önemli olan yaşlı kullanıcıların örneklem içinde olması televizyonun da araştırma kapsamına alınmasında belirleyici olmuştur. Yine de bu durumun sadece yaşlı katılımcılarla ilgili olmadığını; genç katılımcıların da, sosyalleşme olanakları görece kısıtlı olan ve yaşadığı mahallenin sınırları dışına sayılı kere çıkan kadın katılımcıların da, altın saatlerde televizyon kumandasını eşinden veya çocuğundan devralan babaların da yaşamında televizyonun hâlâ değişen önem derecelerinde de olsa sabit bir yerinin olduğunu belirtmek gerekir. Ayrıca, çalışmanın devamında görüleceği üzere, televizyon kullanım pratikleriyle ilgili ulaşılan bulgular, internet kullanım pratikleriyle ilgili ulaşılan bulguları tamamlamış ve zenginleştirmiştir.

4.5.1. Hanenin ferdi televizyon: “Ses olsun istiyorsun izlemesen de. Ses yetiyor”

Şimdi televizyonun bireylerin yaşamında hâlâ ne derece ve neden önemli olduğunu gösteren nicel ve nitel bulgulara yer vereceğiz. Aşağıdaki tablo (Tablo 4.12) katılımcıların hanelerindeki televizyon sayısını göstermektedir:

Tablo 4.12. *Televizyon sahipliği*

	n	%
Bir	230	57,6
İki	125	31,3
Üç veya daha fazla	33	8,3
Sayı belirtmeyenler	10	2,5
Hiç olmayanlar	1	0,3
Toplam	399	100

Katılımcıların yaşadığı hanelerde kaç televizyon bulunduğunu gösteren yukarıdaki tabloya göre (Tablo 4.12), bu soruyu yanıtlayan 399 katılımcının yarısından fazlası (%57,6) evlerinde bir televizyon bulunduğunu; %31,3’ü iki televizyon bulunduğunu ve %8,3’ü ise üç veya daha fazla televizyon bulunduğunu ifade etmiştir. Hanede bulunan televizyon sayısını belirtmeyenlerin oranı %2,5 (10 kişi) ve yaşadığı hanede hiç televizyon olmadığını söyleyenlerin oranı ise %0,3’tür (1 kişi).

Bu sorunun yöneltilme nedeni, tabloda görünenden daha farklı bulgulara ulaşmak değil, yalnızca yakın zamandaki oranları görebilmektir. Ayrıca, sahip olunan televizyon sayısının, hane içi dinamiklerle bağlantılı olarak, televizyon izleme pratikleri üzerinde etkili olabileceği düşünülmüştür. Nitekim buna ilişkin bulgular, “altın saatlerde televizyon kumandası kimin elinde?” isimli başlıkta ele alınacaktır. Ergül ve arkadaşları (2012, s. 71), araştırmaları kapsamındaki yoksul hanelerin tamamında çalışır durumda bir televizyon olduğunu, iki ve üzerinde televizyona sahip olan hanelerin oranının da beklediklerinin çok üzerinde olduğunu belirtirler. Bu tez araştırmasındaki bir, iki ve üçten fazla televizyona sahip olma oranları ise, söz konusu araştırmadaki oranlarla benzer olduğu kadar, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’nun (RTÜK), 2012 yılında yapmış olduğu Televizyon Eğilimleri Araştırması ile de benzerdir.⁷² Bu anlamda, yeni medya araçlarına erişme ve sahiplikle ilgili eşitsizliklerin bile görece kapanmaya başladığı günümüzde, hanelerdeki televizyon sahipliğinin ve sayısının değil, ona sahip olmama durumunun daha şaşırtıcı olduğu düşünülmektedir.



Görsel 4.1. *Sevinç köyünde bir hanenin salonu*

Görüşme yapma amacıyla girilen hanelerden yalnızca birinde salondaki televizyon tüplüdür ve bu aynı zamanda hanedeki tek televizyondur. Komşuların bu aileye ellerinden geldiği kadarıyla yardım ettiği ve evdeki eşyaların onların yardımlarıyla toplandığı öğrenilmiştir. Onun dışında, yoksulluğun fazlaca görünür olduğu evlerde bile salonda tüplü televizyona rastlanmamıştır. Üstelik anket sonuçlarını da doğrular bir şekilde, fazladan ve bazen de bozuk olduğu vurgulanan bir tüplü televizyon daha olduğu öğrenilmiştir. Yine, “Finlux” ince ekran televizyonun bulunduğu Emek mahallesindeki

⁷²Ergül ve arkadaşlarının (2012, s. 72) araştırmasında hanelerin %59’unda bir, %34’ünde 2 ve %7’sinde ise 3 televizyon olduğu bulgulanmıştır. RTÜK’ün (2013, s. 8) araştırma bulgularına göre ise, araştırmaya katılanların %60,8’i bir adet, %31’i 2 adet ve %8,2’si ise 3 adet ve üzeri sayıda televizyona sahiptir.

çok yoksul bir hanede görüşme gerçekleştirilen 26 yaşındaki genç anne, televizyonlarını bir arkadaşlarının verdiğini, ayrıca çocuklara iki tane de bisiklet getirdiğini söylemiştir. Bu noktada yeni teknolojilerin kendinden öncekileri çok hızla eskitmesiyle ilgili önemli bir hususu vurgulamak gerekiyor. Eski model televizyonlara rastlanmaması, belki ince ekran televizyonların yeni yeni çıkmaya başladığı dönemler için daha farklı bir anlam ifade edebilirdi. Oysa, teknolojinin çok hızlı geliştiği ve bir önceki modellerini bile çok çabuk eskittiği günümüzde, daha eskiye ulaşmak giderek zorlaşmakta ve bazen de imkânsız hâle gelmektedir. Kırsalda yapılan görüşmelerden birinde, şehir merkezinde okuyan çocuğuyla rahat haberleşebilmek için telefon aldıklarını söyleyen bir annenin, “Normal cep telefonu yok ki almaya kalksan hep kaydırmalı, dokunmatik telefonlar var” şeklinde kurduğu cümle de bu duruma güzel bir örnek teşkil etmektedir. Dolayısıyla, bulguların bu bağlam gözetilerek değerlendirilmesi daha uygundur. Bu yüzden de, televizyona yüklenen anlamın, televizyona erişim, televizyonun sayısı veya niteliği unsurlarından daha önemli olduğu düşünülmektedir. Bu önemi gösterdiği düşünülen bazı görüşmelerden kesitler aşağıdaki gibidir:

“ (...) Ses olsun istiyorsun izlemesen de. Ses yetiyor” (kadın, 45, ilkokul mez., bulaşıklık yapıyor, anket 69).

“Bir uydulu, bir uydusuz <iki televizyon olduğunu ifade ediyor>. (...) Biri küçük, biri büyük, mutfak için. (...) bu eve taşındığımızda uydu yoktu, uyduyu takıcaktı adam, iki gün çocuklar evde bitirdiler beni. Ama şimdi taktıkları için, çocuklar televizyonun başında yemek, çayını içip, çekiliyorlar” (31. Kadın, 28, evli, diplomasız okur-yazar, ev kadını, Sevinç köyü).

“Mutfağın televizyonu bozuk ona kafam takıldı” (kadın, 66, diplomasız okur-yazar, ev kadını, anket 370).

Görüldüğü gibi, izlenmediği zamanlarda bile televizyonun çıkardığı sesi yeterli görme, bozulmasını dert edinme, mutfak için fazladan bir televizyon isteme gibi farklı durumlar üzerinden televizyonun hane içindeki önemi vurgulanmaya çalışılmıştır. Televizyon ve mutfak arasında, temeli ev kadınlarının mutfakta harcadıkları zamana dayandığı düşünülen bir ilişki söz konusudur:

“İstiyorum 1 tane mutfaka (...) eşim de diyor napcan bir televizyon var. Ben de ısrar etmiyorum. Çocuklar da çoktur. Masrafları, şeyleri yetişemiyoruz işte” (37. Kadın, 39, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

Görüldüğü üzere, yukarıdaki ifadelerin sahibi olan kadın görüşmeci evde tek televizyon olduğunu, mutfığa koymak için bir televizyon daha istediğini, buna karşın hane giderlerinin çok olması nedeniyle eşine ısrar etmediğini belirtmiştir. Aşağıdaki ifadeler ise, farklı iki görüşmeciye aittir. Görüşmecilerden biri evlerinde tek televizyon olduğunu söylerken, diğeri iki televizyon olduğunu ve yine ikincisinin mutfakta bulunduğunu ifade etmiştir:

- Araştırmacı: İki televizyon mu var evinizde?
- Görüşmeci-1 (27. Kadın, 38, evli, ilkokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.): Evet hocam. Mutfakta da var.
- Araştırmacı: Sizde?
- Görüşmeci-2 (28. Kadın, 34, evli, ilkokul mezunu, ev kadını, Gündoğdu mah.): Bi tane hocam.
- Görüşmeci-1(27. Kadın): Biz de mutfakta da var. (...) normal yani eski televizyonlardan (...).
- Çocuk-1: Onu da atcaz zaten çalışmıyor.

İfadelerden ve gözlemlerden ikinci televizyonun yerinin genelde mutfak olduğu anlaşılmıştır. Vakitlerinin büyük çoğunluğunu geçirdikleri bir alan olarak mutfak, kadınların ikinci televizyon için tercih ettikleri öncelikli yer olmaktadır. Mutfak dışında ise, misafirler için ayrılan farklı bir odada ya da çocukların odasında da ikinci televizyonun bulunduğu örneklerle rastlanmıştır. Bu anlamda televizyonun hanedeki öncelikli yerini koruduğu çok açıktır. Örneğin, aşağıdaki görüşmenin gerçekleştirildiği ailede asıl gelir getiren kişi olarak baba düzenli bir işe sahip değil. 39 yaşındaki kadın görüşmeci, eşinin inşaatta çalıştığını, kışın çalışmadığı dönemlerde ise sigortalarının durduğunu ve Yeşil karta geçtiklerini ifade ediyor. Söylediğine göre, Yeşil kartın süresi üç aylık. Süresi bitene kadar “orada, burada çalışırsa tekrar başlatıyoz” diyor sigorta için. Buna karşın “eşim iyi çalışsın bir televizyon alacam misafir odasına” şeklindeki sözleri çok anlamlıdır ve geçmiş çalışmaları desteklemektedir:

“Bizim misafir odası var ama onların çekyatları yok içinde, oturmak yok, bir şey yok. Vallahi onu bekliyorum, bu sefer Allah izin verirse, inşallah, eşim iyi çalışsın bir televizyon alacam misafir odasına. Bir takım çekyat, kanepe falan alacam, atcam oraya. Bize misafir gidip gelen oluyor, bir yer yok oturalım” (33. Kadın, 39, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

Çalışmada anket ve görüşme gerçekleştirilenler yoksul insanlar olsa da, durumları birbirleriyle kıyaslanmaya kalkışıldığında, birinin diğerinden daha iyi olduğunun

söylenebileceği, birbirlerine göre göreceli nitelikte örnekler vardır. Bu çalışmada bireyleri birbirleriyle benzeştiren en önemli unsurlar, yaşam tarzlarının birbirine yakın olması, yani kendilerinin ve ailelerinin eğitim düzeylerinin düşüklüğü ve buna bağlı olarak düşük statüdeki işgücü durumu; hanedeki asıl gelir getirenin baba/erkek olması, kadınların çalışma yaşamında yer aldığı örneklere çok az rastlanması, kültürel ve sosyal faaliyetlere katılımın neredeyse hiç olmamasıdır. Bunlar, düşük sosyal ve ekonomik statünün önemli göstergeleridir. Daha açık bir ifadeyle, hepsi yeşil kartlı olmasa da ve dolayısıyla yaşamla verdikleri mücadelenin niteliği birebir aynı olmasa da, ortak bir *habitusu* paylaşmaktadırlar. Bu geniş örnekler arasında, yoksulluğu çok derinden yaşadıkları gözlemlenen belli başlı haneler, Ergül ve arkadaşlarının da (2012) kendi çalışmalarında değindikleri, Banerjee ve Duflo'nun (2011) “*Dünyada Bir Milyar Kişiden Fazlası Aç*” başlıklı makalelerini hatırlatmaktadır. Banerje ve Duflo (2011), bu makalede, yoksulların hayatlarında yiyeceklerden daha önemli şeylerin de olabileceğinin altını çizmekteydiler. Böyle düşünmelerinin nedeni, gelişmekte olan ülkelerde yoksulların düğünler, çeyizler veya vaftiz törenlerine; Güney Afrika'daki ailelerin ise cenaze törenlerine, yiyecek gibi yaşamsal ihtiyaçlarından kısmak pahasına da olsa fazlasıyla harcama yaptıklarını gözlemlemiş olmalarıydı. Yazarlara göre, Fas kırsalında, yılın yalnızca belli dönemlerinde ve ağır koşullar altında, çocuklarının iyi bir eğitim alabilmesi için gerekli olan parayı kazanmaya çabalayan ailelerin, sağlıksız koşullar içerisindeki küçük barınaklarında bile bir televizyon, bir parabolik anten, bir DVD oynatıcı ve bir cep telefonu bulunduğunu görmeleri üzerine sordukları “Daha çok paran olsa ne yapardın?” sorusuna “daha çok yiyecek alırdım” şeklinde, arkasından gelen “daha da çok paran olsa ne yapardın?” sorusuna ise “daha lezzetli yiyecekler alırdım” şeklinde yanıt veren bir babanın, aynı anda evinde televizyonla birlikte diğer farklı yüksek teknolojik araçlara sahip olmasının tezat olduğunu düşünen yazarlar, en çarpıcı yanıtla, bu düşüncelerini dillendirdikleri vakit karşılaşmışlardır: “ama televizyon yemekten daha önemli!”. Yapılan görüşmelerde karşılaşılan buna benzer ifadelerden bazıları aşağıdaki gibidir:

“Benim için internet önemli değil ama televizyon evin bir köşesi. (...) Çünkü bir haberleşme şeyi. (...) Bak şimdi mesela, ben bir zamanlar şeydeydim, Antalya'da. (...) Sultandağ'da deprem olmuştu. Nereden duyduk; televizyondan. Biz Antalya'daydık bak. (...) Haberlerdeydi. Birader dedi, ‘(...) Sultandağı’nda deprem olmuş’. E televizyon olmasa nereden duyacaktık? Değil mi? Bak güzel bir araç, iyi kullanırsan. Yani, anlayana. Ben böyle düşünüyorum (...) Vallahi dayanamadık biz (televizyonsuz). Benim bir tane vardı, badana

yaparken düştü, gittim aldım. Daha bir taksiti var işte. (...) 231 lira taksiti kaldı (...) Sırf bunlar <çocuklarını gösteriyor> için, boynu bükük kalmasın” (18. Erkek, 40, evli, ilkokul mez., fabrikada işçi, Gündoğdu mah.).

Durumun ne kadar benzer olduğunun anlaşılması için yukarıdaki ifadelerin sahibi olan erkek görüşmecenin evdeki internet bağlantısı ve onun ücreti ile ilgili söyledikleri de verilmek istenmiştir. Görüşmeci, konuşmanın başında asgari ücret ile evi zor geçindirdiğine ilişkin vurgular yapmış olmasına ve suya gelen zamma “nasıl çıkacağız işin içinden, sen söyle” cümleleriyle tepki göstermesine karşın, internet için ödediği ücreti çok bulmadığını, “Yapma ablam! (...) 55-60 lira. Yani 150-200 lira değil, 55-60 lira” cümleleriyle göstermiştir:

- Görüşmeci (18. Erkek, 40, evli, ilkokul mez., fabrikada işçi, Gündoğdu mah.): “Yani inanır mısın, her gün ben maaş aldığımda böyle içim içimi yiyor. Niye? Ben, maaşımın zekatını vereyim diye ama veremiyorum. Bilmiyorum, eskiden 1- yani asgari ücret alınca 1- bakıyordun eve, bakabiliyordun. Değil mi? (...) 5-10 sene geriye gittiğinde... Yani bir kişinin maaşı, asgari ücreti alınca, bakabiliyordu evine. Şimdi bakamıyor. A-ha suya yine şey geldi, zam geldi. 5 lira olmuş su. Nasıl çıkacağız işin içinden, sen söyle. (...) Geçen sene 1.75'ti. Bu sene 5 lira.
- Araştırmacı: Mesela şu an evde internet var mı?
- Görüşmeci (18. Erkek): Var, sınırsız. (...) Aylık 55-60...
- Araştırmacı: Yani bu araçlara sahip olmak, televizyon, internet-...
- Görüşmeci (18. Erkek): Karşıyım ama! Lafını kestim, bu internete de karşıyım. Çocukları her şeyden alıyordu. Gerçekten karşıyım. Ama taahhütlüğüm var, lafını kestim, taahhütlüğüm bitsin kapatacağım. Artık bana bir başarı, bir şeyler getirsin... Hani derler ya “Bir kesere bu post”. O zaman bakarız.
- Araştırmacı: Çok önemli mi bu araçlara sahip olmak? Mesela hani ödemekte zorlanıyor musunuz?
- Görüşmeci (18. Erkek): Yapma ablam! (...) 55-60 lira. Yani 150-200 lira değil, 55-60 lira.
- Araştırmacı: Ne açıdan ihtiyaç duyup aldınız? Çocuklar mı istedi, siz kendiniz mi?
- Görüşmeci (18. Erkek): Tabii, çocuklar...Yani illa heves ediyor yok o- ne o? Annesinin internetine giriyor, danasının internetine giriyor. Telefonları da var hepsinin.
- Araştırmacı: Hepsinin akıllı cep telefonu mu?
- Görüşmeci (18. Erkek): Ya ben- akıllı da benim eski kullandığım telefon bunun <çocuğunu gösteriyor>. (...) bozuk. Telefoncuya gitsen vermez, 5 lira vermez. (...) Onunla oynuyor işte.

Bu durumla ilişkili olan, yoksulluğa ve her türlü ekonomik kısıtlılığa karşı televizyon sahipliğinin önemini gösteren bir başka örnek ise aşağıdadır:

“Vallahi, hiç dayanamam (televizyonsuz). Benim çocuklarım bunun gibisi iki tane televizyon kırdılar. Şu anda üç milyar borcumuz var. Televizyon aldık. Bi küçüğünü kırdılar bi de bunun büyüğünü, ikisi de orda duruyor hâlâ. Yani, hiç duramam <hafifçe gülüyor>. Çünkü müzik izliyorum sürekli. Kürtçe müzik izliyorum, Türkçe izliyorum, yani ne geliyorsa. Sürekli Nihat Hatipoğlu izliyorum. Onu her Cuma takip ediyorum... Ramazan’da zaten gece gündüz sürekli izliyoruz. Valla öyle yani. İzliyoruz yani bayağı izliyoruz. İş bitti mi televizyon başlıyo. Öyle... (...) Hepsini taksitle aldık. (...) Birinciye ödedik, bitirdik. Küçük bi tane aldım, dedim mutfağa koyayım dedim. Onlar daha pahalı bacım <çok hafif gülümsüyor>. (...) Dedim mutfağa koyayım yazın, bu burda kalsın. Yazın bunları topluyom ya. (...) İzlerim diyorum, çocuklar benim yanımda kalır. Valla işte, bacım ne söylim. Onu getircem benim oğlum şöyle vurdu, elmayla. Elmayla vurdi. (...) O da kırıldı, eşim geldii, Allah razı olsun kızmadı <şaşkını ifade eder şekilde söylüyor>” (24. Kadın, kimliğe göre 40, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

Aşağıda ifadelerine yer verilen 28 yaşındaki iki çocuk annesi Sevim Hanım, yakın zamanda eskisinin kırılması üzerine aldıkları televizyon ve çocukların çok istemesi üzerine aldıkları dizüstü bilgisayardan bahsetmektedir. Sevim Hanım’ın sözleri, yeni iletişim araçlarını satın almada çocukların isteklerinin önemli olduğunu gösteren bulgulara örnek teşkil etmektedir. Farklı görüşmelerden de anlaşıldığı üzere, çocuklar yeni bir iletişim aracına duydukları ihtiyaca gerekçe olarak derslerini, ödevlerini göstermektedir. Ebeveynler ise, bu gerekçenin çocuklar tarafından bir kalkan olarak kullanıldığının farkında gibi gözükmeleler:

“Mesela tutturmuşlar laptop! ‘Şu, şu, şu olacak!’, bilmem ‘7 inç’, bilmem ne, bilmem ne? ‘Şu oyunu kaldıracak!’. Dün de girdik gittik ya bakalım çarşıya. Bizim televizyona, badana yaparkene, plazma vardı, düştü kırıldı. ‘Bir televizyon alalım’ dedik. Oğlan 4 senedir, isteyip duruyor laptop. ‘Nasıl yapalım, nasıl edelim?’, televizyonu aldık bakalım 82 ekran işte. Evimiz küçük zaten. Onu aldık, ‘E, nasıl yapamaz?’. Eşim şöyle baktı, ben baktım, o baktı. Hesap kitap yaptık, birer çay içtik. E, evimiz de şu an kira değil! Nasıl biz bunlara alacağız, çocuk durmuyor. Aldım ama pişman... yani bir şey var bende ya! Gene ona da odaklanacak! Bilmiyorum. Kafam biraz karışık ama aldık. (...) Bir taraftan da lâzım. Ne dersem ‘İnternete gidiyorum, ödev yapcam’. Tamam dur bakalım, işte laptopu aldı, bakalım bu sefer ne diyecek? Gözümün önünde bakacam, bakayım nasıl ödev yapılıyor? (...) Oyun için, ben onu biliyom.

Bak benim beynime bile işlemiş o oyun. (...) GTA Sandare- Sandare- San... <‘GTA San Andreas’ adlı oyundan bahsediyor, tam hatırlayamıyor>⁷³

Görüşmenin devamında Sevim Hanım konuyu biraz daha derinleştirmektedir. Örneğin, yeni iletişim araçlarını satın alma gerekçelerine “Muhtaç olmayı sevmiyom (...) başkasına gidip izlemeyi” şeklindeki ifadeleri de eklediği görülmektedir. “Bir sürü borç” olsa da, eninde sonunda ödeyebilecekleri kanaatine vararak bilgisayarı satın aldıklarını belirten Sevim Hanım; yeni teknolojilerin ardı arkası kesilmeyen en yeni modellerinin alt modelleri işlevsizleştirme ve yeni ihtiyaçlar yaratma noktasındaki başarısına da değinmektedir. En sonunda ise, bu kısır döngüyü, “Daha da olacak, ben biliyom” cümlesiyle özetlemektedir:

(...) Bu, eşim var ya çok karşı aslında mesela bu sanal aleme, şeye falan. Ama aldrabiliyoz yani, alıyor. Hani onu bir gereksinim gibi görüyor yani. İhtiyaç var diye görüyor. (...) Ama şöyle bir şey, biz oğlana işte şey yaptık, eğlence yaptık. E, bizim o televizyon kırıldı, bir tüplü televizyonlar var ya 72 ekran. İlk çıktığı zamanlar nasıl herkes saldıırıyordu mesela ona. E onu kurduk şimdi, e CD izlicez, neymiş? Flash belleğe aktarmamız lazım. ‘Ağabey ya biz bunu sıradan bir CD olarak izleyemiyoz mu?’. Yok! E, ne yapcaz? Flash belleğe şey yaptık, sonra plazma lazım. (...) Muhtaç olmayı da sevmiyom. Ben de eşim de filan... Başkasına gidip izlemeyi-... (...) E, ne yaptık? Aldık yani. (...) Televizyonu aldık, flash bellek... Onu da alcaz. İçine işte atıcam ‘işte bilmem ne, bilmem ne?’. (...) Daha da olacak, ben biliyom. (...) almamamız gerekiyordu oysaki ama aldık. Yani bu durumda adam asgari ücret, he-... 530 taksit veriyor. Bir sürü borç var, şu, bu! Bir daha üç yani-... neymiş? Efendim işte, ev kirası vermiyoz, yazılalım” (19. Kadın, 28, evli, ortaokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.).

Başka bir erkek görüşmeci ise, yeni iletişim araçlarının ne kadar elzem görüldüğünü, yeni evlenen yeğeninin eşinden talep ettiği sıfır cep telefonu, bilgisayar ve interneti örnek vererek, biraz da sinirli bir ifadeyle anlatmaktadır. Eskiden beyaz eşya, koltuk takımı ve benzeri eşyaların istendiğini, şimdi ise gençlerin taleplerinin değiştiğini belirten 39 yaşındaki Murat Bey, durumu “Yani bu, bu işin gerçeği” şeklindeki ifadesiyle özetlemektedir:

“Kız yeğenim vardı, biz onun düğününü yaptık; işte evlendirdik. Ee eşine diyor ki, diyor ‘Sen bana bir tane sıfır cep telefonu alacaksın!’. ‘Evimde bilgisayarım olacak ve internetim olacak!’. Niye? Ee olma-... ‘O, olmadı mı hayat geçmez!’. Ya burada görmüş, burada ne

⁷³Hatırlanacak olursa, bu oyunun adı internet kafe işletmecisi tarafından da anılmıştı.

haya-... maddi durumları iyi mi? İyi değil! Maddi konusunda değil artık-... Çocuklar ve maddi durumunu düşünmüyorlar. Yani çevresine bakarken-... Diyor ‘Baba, benim arkadaşım nasıl, sen de öylesin!’. Eskiden derlerdi bana ‘Beyaz eşya, koltuk takımı, araba, ev alacaksın!’, şimdi diyor ki ‘Cep telefonum olacak, bilgisayarım bir de internetim olacak evde!’. Yani bu, bu işin gerçeği. Yani şimdi-... Kalkıp da ee eşim kendisi de biliyor, geçen gün öyle şey yaptık nişanlısıyla buraya geldi. El öpmeye geldiler, ben amcası olarak. Ne yaptı biliyor musun? Tam 4 saat bilgisayarın başından kalkmadılar! 4 s-... He, kocasıyla. Kalkmadılar. Yani ben diyorum ki ‘Kızım bak, senin düğün resimlerin var. Bunları bir albüm şeklinde getir. Yarın, ileride çoluk çocuğun olduğu zaman, onlara gösterirsin’, ‘Amca’ diyor, ‘İnternet var!’ diyor, ‘Ben, internete yükler-...’, o çocuğu doğurduğun zaman o çoluğun çocuğun da senin gibi olacak!’ (4. Erkek, 39, evli, ilkokul mez., inşaatta sıvacı, Sevinç köyü).

44 yaşındaki Mehmet Bey ise, iletişim araçlarının birey yaşamındaki önemini, akıllı telefonların ve sosyal medya uygulamalarının iletişim kurma biçimlerini nasıl dönüştürdüğünü gösteren örnekler üzerinden anlatmaktadır. Arkadaşlık, aile ve akrabalık ilişkileri gibi farklı toplumsallık düzeylerinden örnekler veren görüşmeci, yeni bir biçim alan doğumgünü kutlamaları ve ‘hayırlı olsun’ tebriklerinin yanı sıra, sosyal medya ortamlarındaki farklı paylaşımlara da değinmektedir:

“Şimdi şeye göre yani yaşam tarzına göre artık yaşamımıza öyle bir girmiş ki telefonlar... Yani onlarsız yapamıyoruz. Mesela artık akraba ilişkileri, aile ilişkileri, sosyal medya ilişkileri, arkadaş, arkadaşlık bile yani medyadan oluyor artık. Gidip hâl hatır sormuyorsun, işte bir feysten (Facebook) bir ‘Hayırlı Olsun!’-... veya doğum gününü kutlamalar, sadece yazmayla falan oluyor artık. Eskisi gibi olmuyor. Eğer çok samimiysen gidip arayabiliyorsun falan. Veya ziyaretine gidiyorsun. Hediyesini veriyorsun. O kadar böyle çok samimi değilsen, biraz uzaksan sadece telefonu kullanarak onları işte-... ‘Hayırlı olsun!’ veya ‘Şunu almışsınız!’ veya ‘Doğum günün kutlu olmuş!’... Böyle ulaşıyorsun. Yani günlük hayatımıza yüzde yüz girdi yani, onsuz bence yapamaz şimdiki gençler olsun... Görüyoruz yani kaldırımda giderken kafasını vuranlar var, telefona bakıyor veya karşıdan karşıya geçerken o kadar dalıyorlar ki trafiğe bakmadan bile gidenler var yani. Günlük hayatımıza çok girdi. Bir de gençlerimizi çok etkiliyor bu. Yani en ufak şeyde-... yani bayanlar bile yok ‘Yemek yaptım’; şık, selfie! Yok ‘Ben, buradayım’, yok ‘Bugün’ işte ‘Şurada yüzmeye gittik’-... ‘Şık’ <bu ifadeyi fotoğrafını çekip sosyal medyaya yüklemek anlamında kullanıyor> . Her şeyini böyle güncel haberdar etmek istiyor yani artık kendini öyle rahatlatmak istiyor. Yani o kadar girdi ki (hayatımıza) bizi, kendimizi rahatlatan bir şey gibi. Haberleşme şeyi gibi” (17. Erkek, 44, evli, lise mez., emekli, Gündoğdu mah.).

Dolayısıyla, geleneksel veya yeni olduğu fark etmeksizin iletişim araçlarının hepsi, her birey için yaşamsal değerde önemli. Bu önemin anlamı, insanın sosyal bir varlık olmasında ve ne biçimde ve düzeyde olursa olsun, birbirleriyle, dünyayla bağlantıda olma isteğinde aranmalıdır. Aşağıdaki alıntıda yazarlar, yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal yaşamın parçası olabilme sürecindeki önemini şu sözlerle anlatmaktadır:

“(…) yoksulların İnternet teknolojisine erişememelerinin, onların maruz kaldıkları çok sayıda ayrıma yenilerini ekleyeceği görüşünü paylaşıyoruz. Çünkü ne İnternet, ne de bağlı teknolojiler, sadece bilgiye ulaşma ve paylaşma araçları olarak görülebilir. İnternet’in ya da cep telefonunun bireyin yaşamındaki yerinden söz edeceksek, özellikle genç nesiller için yeni bir sosyalleşme örüntüsünün kurucu bileşeninden, dönüşen cemaatleşme pratiklerinin sahnelendiği yeni bir ortamdan ve aynı zamanda kullanıcı bireyin teknoloji dolayımıyla inşa etmeye giriştiği bir “kendilik” algısından da söz etmemiz gerekecektir (Ergül vd., 2012, s. 126)”.

Bireylerin hayatta kalma ve/veya var olma mücadelesinin farklı toplumsal koşullara göre farklı biçimler aldığı da unutulmamalıdır. Daha açık bir ifadeyle, Zbigniew Brzezinski’nin “*teknokratik çağ*”, Yoneji Masuda’nın “*enformasyon toplumu*”, Marshall McLuhan’ın “*küresel köy*”, Daniel Bell’in “*sanayi-sonrası toplum*” ve Manuel Castells’in “*network toplumu*” şeklinde kavramsallaştırdığı; ‘bilgi’nin en önemli ve stratejik öge durumuna geldiği bu çağda (Kumar, 1999, s. 23, Bozkurt, 2006, s. 20; Dolgun, 2008, s. 121), bireysel-toplumsal ihtiyaçların niteliğinin kendi bağlamında, yani gelişmiş teknolojilerin toplumsal yaşamın her alanına sirayet ettiği; toplumsal ve ekonomik yaşamın yönünü belirlediği bir çerçevede değerlendirilmesi gerektiğidir. Bu değerlendirme, yeni iletişim teknolojilerine sahip olmayı barınma, yeme-içme gibi temel ihtiyaçlara eklemleyerek biyolojik anlamda hayatta kalabilmenin yegâne koşullarından biri olduğunu elbette iddia edemez. Buna karşın, teknoloji sahipliği ile onu belli düzeylerde kullanabilme becerisinin, içinde bulunduğumuz dönemde küresel düzeyde süren rekabet ortamında tutunabilmenin (Ergur vd., 2009, s. 102-103); yalnızca çevrimiçi-çevrimdışı yaşantının iç içe geçtiği bir dünyada anlamını kazanabilen kimlik stratejilerinin; biyolojik anlamda olmasa da ‘sosyal anlamda hayatta kalabilmenin’ temel belirleyicisi hâline geldiği rahatlıkla ifade edilebilir.

4.5.2. Altın saatlerde televizyon kumandası kimin elinde?: “A, babamız varsa hep babamızdadır!”

“Prime time”, Türk Dil Kurumu tarafından “altın saatler” olarak çevrilmiş ve tanımı “televizyonun en çok izlendiği saatler” şeklinde yapılmıştır.⁷⁴ TV izlenme oranının en yüksek olduğu, bir diğer ifadeyle programların izleyiciye en çok ulaştığı bu öncelikli zaman dilimi ülkelere göre değişebilmekle birlikte, Türkiye’de radyolar için genellikle 18:00-21:00, televizyonlar için 20:00-23:00 saatleri arası olarak kabul edilir (RTÜK, 2018, s. 8). Bu araştırmada, ilgili anket sorusunun altın saatler esas alınarak hazırlanmasının nedeni, tüm hane üyelerinin evde olması muhtemel bir zaman dilimine karşılık gelmesidir ki, bu zaman diliminin “televizyonun en çok izlendiği saatler” olarak anılması da bunla ilişkilidir.

“Özellikle akşam 20.00’den sonra televizyon kumandası kimin elindedir?” sorusuna verilen yanıtlara geçmeden önce, bu sorunun neden önemli görüldüğüne kısaca değinmek gerekir. Bilindiği üzere, televizyon bireysel kullanımı olan bir teknoloji olduğu kadar, çoğunlukla hane içinde kolektif olarak tüketilir. Anketlerin uygulanması sırasında da, televizyonun kolektif tüketilen ve aslında hanenin ortak mülkü olduğunu gösteren ifadeler duyulmuştur. Örneğin, ne kadar süre televizyonsuz kalabilecekleriyle ilgili olarak katılımcıların kullandığı bazı ifadeler şöyledir:

“1 gün. Ertesi gün gider taksitle alırız”. (erkek, yaş 40, anket 275)

“Kırıldı; üç gün zor dayandık”. (kadın, yaş 32, anket 364)

“Çocuklar kalamaz da ben kalırım”. (kadın, yaş 36, anket 376)

“Çocuklar için önemli kendim için aramıyorum”. (kadın, yaş 47, anket 282)

“Ben kalırım da karım kalamaz”. (erkek, yaş 58, anket 367)

Televizyon hane ile bütünleşen dolayısıyla da hane içine girildiğinde yokluğu hissedilen bir araç konumundadır. Öyle ki, “*üç gün zor dayandık*” ve “*Ertesi gün gider taksitle alırız*” yanıtlarında, bireyler hanenin diğer üyeleri yerine de konuşmaktadır. Oysa birey tabletler, cep telefonları ve diğer yeni medya araçları karşısında çoğunlukla tek başınadır. Yeni iletişim araçları, bireysel tüketilme özelliğini sadece bireyin ekran karşısındaki tek başlılığından da almazlar. Bu araçlardan özellikle cep telefonlarının tüketimi, aracın mülkiyetine sahip olmak anlamında kişiselleştirilmiş bir kullanım

⁷⁴<https://sozluk.gov.tr> (Erişim tarihi: 1.11.19)

pratiğine karşılık gelir. Daha açık bir ifadeyle, tablet ya da cep telefonu ekranına bakmak ile televizyon ekranı karşısında yalnız olmak aynı şey değildir; çünkü televizyon hanenin ortak mülküdür. Bu sebeple de, hane üyelerinin hem bedenlerinin aynı noktaya döndüğü hem de dikkatlerinin aynı ekran karşısında toplandığı geleneksel bir araç olarak, yeni medya araçlarının tüketiminden ayrılır. Bunlarla birlikte, televizyon hanenin ortak mülkü olsa da, onu kimin kumanda edeceğini belirleyen çeşitli hane içi iktidar ilişkileri söz konusudur. İşte bu sorunun sorulmasının temel nedeni hane içinde toplumsal cinsiyet temelli iktidar ilişkileriyle ilgili bir ipucu edinebilmektir. Nitekim, David Morley 1985 yılında 18 işsiz, işçi sınıfından ve orta sınıf ailelerle gerçekleştirdiği görüşmelere dayanan *Aile Televizyonu (Family Television)* adlı çalışmasında bir toplumsal etkinlik alanı olarak televizyon izlemenin *toplumsal sınıfları aşan* cinsiyet temelli bir doğası olduğunu ortaya koymuştur (Stevenson, 2008, s. 139). Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde ise kişiselleştirilmiş yeni medya araçlarının bu hane içi sarsıcı ve/veya pekiştirici rollerine ilişkin bulgular da verilecektir.

Tablo 4.13. *Altın saatlerde televizyon kumandasının kimin elinde olduğu*

	n	%
Baba/eş	139	35,1
Çocuklar/torunlar	115	29,1
Anne/eş	63	16
Ortak	55	14
Herkesin kendi kararı	20	5
Büyükanne/büyükbaba	3	0,8
Toplam	395	100

Katılımcılara yöneltilen “özellikle akşam 20.00’den sonra televizyon kumandası kimin elindedir?” sorusuna verilen yanıtlarda, hanenin hangi üyesinin önde olduğu, yüz yüze yapılan anketler belirli bir olgunluğa ulaştığında, henüz çalışmanın anket ayağı tamamlanmadan ve istatistiki analizler gerçekleştirilmeden anlaşılmıştı. Söz konusu soruyu yanıtlayan 395 katılımcının %35,2’si, altın saatleri kapsayan zaman diliminde televizyon kumandasının babada olduğunu ifade etmiştir. %31,7’sinin (125 kişi) verdiği yanıtla göre kumanda söz konusu zaman diliminde çocuklarda veya torunlardadır. %14’ü ortak karar verilir yanıtını verirken; %2,5’i ise “*herkesin kendi kararı*”⁷⁵ olduğunu

⁷⁵Tek yaşayan 5’i kadın ve 5’i erkek olmak üzere toplam 10 kişi de bu 29 kişi (%5) arasına dâhil edilmiştir. Burada ki amaç çekirdek veya geniş aile olarak yaşayan hanelerde televizyon kumandasının kimin elinde olduğunun daha net anlaşılmasını sağlamaktır. Katılımcıların yanıtları, medeni durumları ve hanede kaç kişi

belirtmiştir. Bu iki yanıtın birleştirilmeden ayrı ayrı ele alınmasının nedeni, “*herkesin kendi kararı*” yanıtının, birden fazla televizyona sahip olma durumu göz önüne alınarak verildiğinin düşünülmesidir. Soruyu yanıtlayanların %15,9’u anne/hanım yanıtını verirken; kalan %0,8’i ise büyükanne/büyükbaba yanıtını vermiştir (Tablo 4.13).

Bu yüzdeler daha dikkatli bir şekilde incelendiğinde, en fazla orana sahip olan ilk iki sıradaki baba/eş (%35,1) ve çocuklar/torunlar (%29,1) yanıtlarının, hane içi dinamikleri anlatma noktasında bir ortaklığa sahip olduğu görülmektedir. Çünkü her iki yanıt da, altın saatlerde televizyonun anne tarafından kumanda edilmediğini göstermektedir. En fazla yüzdeye sahip olması açısından, bu iki yanıtla ilişkili nitel verilerden; hem yüz yüze gerçekleştirilen anketlere not edilen hem de görüşmelerde elde edilen ifadelerden bazıları aşağıda verilmiştir:

“Eşim. Kumanda onda durur. Kahveye giderse öyle bakarım” (kadın, 50, ilkokul mez., ev kadını, anket 231).

“E şimdi ben evde değilsem bundadır <çocuğunu gösteriyor>; çocukta. Anası hiç şey etmez, çocuklar şey eder. (...) Ben geldim mi alırım kumandayı” (18. Erkek, 40, evli, ilkokul mez., fabrikada işçi, Gündoğdu mah.).

“Eşimde oluyor kumanda” (kadın, 27, ilkokul mez., ev kadını, anket 234).

“Eşimin elinde hep kumanda” (kadın, yaş 60, anket 307).

“Bende <eşi araya giriyor ve ‘baba olmadığı zaman bunda’ diyerek çocuğu gösteriyor>” (5. Erkek, 35, evli, ilkokul mez., inşaat işçi, Sevinç köyü).

“Elimden alıyor dede <eşi>, değiştiriyor” (kadın, 60, diplomasız okur-yazar, ev kadını, anket 349).

“Eşimde. Bazen çocuklara verir” (kadın, 38, ilkokul mez., ev kadını, anket 361).

“Eşim. (...) kafasına göre bir şey yoksa bana verir” (kadın, 32, mes. veya teknik lise mez., ev kadını, anket 364).

“Eşim tabi ki. Kumanda ondadır” (kadın, 31, ilkokul mez., ev kadını, anket 368).

“Bazen eşimde, eşimde oluyo yani evde olduğu için. Ben de diyorum bi tane daha televizyon al da diyorum, öbür tarafta dedim hani spor falan oldu mu dedim, bakarsın dedim. Ee benim

yaşadıklarına bakılmaksızın, doğrudan kadın ve erkek şeklinde girilseydi hane içi dinamiklerle ilgili bir kaniya varılması mümkün olamazdı.

sevdiğim diziler oluyo, evde o oluyo, seyredemiyorum. O yarın öbür gün tekrar bi daha oynar dedi, bakarsın dedi” <gülüşmeler> (28. Kadın, 34, evli, ilkokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.).

“Çocuklar. Eşim çalışıyor gece. Çocuklar elimden alıyorlar” (kadın, 39, ilkokul mez., ev kadını, 343. anket).

“A, babamız varsa hep babamızdadır (kumanda)! (...) Onun istediği olur. (...) öyle ortak karar yok” (3. Kadın, 33, evli, ilkokul mez., ev kadını, Sevinç köyü).

“Ben. Haber izlerim” (erkek, 40, mes. veya teknik lise mez., işçi, anket 244).

Babanın/erkeğin kumanda üzerindeki hakimiyeti, Morley’in *Aile Televizyonu* adlı çalışmasında ortaya konan bulgularla benzerdir. Morley (2005), hanelerde teknolojiye babanın hakim olduğunu (2005, s. 52), cinsiyet ilişkilerine ait genel örüntülerin hem TV izleme tarzı hem de program tercihleri açısından tekrarlandığını (2005, s. 77) söyler.

- Görüşmeci (4. Erkek, 39, evli, ilkokul mez., inşaatta sıvacı, Gündoğdu mah.): Vallahi- ... (...) bir tane televizyon var. Benim küçük çocuğumun elinde. (...) O kalktığı zaman hemen ben maçı açarım. O geldiği zaman çizgi film izler, yani genellikle onda kalıyor ama akşam saat 8’den sonra bende olur. (...) haberleri izliyorum. Medyayı takip ediyorum. İşte olayları filan. Akşamları bende oluyor.
- Araştırmacı: Eşinizle hiç ortak karar verir misiniz? Dizi vs. var mı ortak izlediğiniz?
- Görüşmeci (4. Erkek): Eşimle, e- evet. Bi- bir tane bu ‘Kanal 7’de bir tane Hint dizisi mi, moda olmuş. (...) Onu takip ediyoruz yani, ortak özelliğimiz, o maçı sevmez ben de dizi sevmem ama en ortak yönümüz o. Hint dizisi izlemek. Çok güzel vallahi!

Bu ifadeler, egemen cinsiyet rejiminde kadının hane içindeki konumunu anlatması açısından oldukça önemlidir. Daha önceki bulgularda görülen, ev kadınlarının mutfak için ayrı bir televizyon istiyor olmaları, bu bulgularla daha anlamlı hâle gelmektedir. Yine de bunu, kadın üzerindeki baskının bir sonucu olarak her zaman yorumlamamak gerekir. Tam da egemen cinsiyet rejiminin devamını sağlayan, zamanla doğallaşarak yerleşen ve kadın tarafından da içselleştirilen cinsiyetçi iş bölümü ve bunla ilişkili yaşam pratikleri, tüm hane üyelerinin evde olduğu saatlerde, salonu kadının alanı olmaktan çıkarabilmektedir. Nitekim, örneklemimizdeki ev kadınlarının gün içerisinde televizyon izleme pratiklerini öğrenme amacıyla yöneltilen sorulara verilen yanıtlar, televizyonla

ilişkilenme biçimlerini anlatan ifadelerden çok, ev işleri, yemek pişirme, çocukların bakımı vb. meşguliyetlerini anlatan ifadelerle tamamlanmıştır:

“Günde yani aralıklı olsa yine 4-5 saat falan izlediğim oluyor. (...) Sürekli hani bir dizi başında oturup kalmam. O sırada kalkarım çay yaparım, yemektir, işte sofradır, çoluk çocuk işte. (...) Tam böyle kanepeye uzanıp da kumandayı elime aldığım olmuyor” (19. Kadın, 28, evli, ortaokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.).

“Bakmıyorum, işe düşünüyorum, mesela patik örmeye, çorap örmeye düşünüyom, bakmıyom hiç televizyona fazla. Bunlar <çocuklar> çizgi filmlerde falan (...) Ben bazen babasına diyom “Bu televizyon al!”, der “Pahalı!”. Mesela alabilsem. (...) Ben diyom “Bir yerden bunlar kendi izlesin, biz başka yerden izleyelim”, izin vermiyor. Benim kaynanamgiller var, maşallahı var! Akşama kadar izliyorlar. Normalde kaynanam izliyor” (33. Kadın, 39, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

“Okullar açılmadığı sürece kapalıyken sürekli televizyondaydım. 7-24 saat” (6. Kadın, 32, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

Kadınların, televizyon izlerken ev işleriyle meşgul olması veya ev işleri yaptıkları sırada televizyonun sesiyle kendilerine eşlik etmesi durumu, yine Morley’in *Aile Televizyonu* adlı çalışmasında da işaret edilen noktalardan biridir. Morley (2005, s. 140), yapmış olduğu tespiti şu sözlerle ifade eder:

“Evde televizyon izlemeyi incelemek, tanımı gereği, erkeklerin daha gönülden yaptıkları, kadınların ise ev içi sorumluluklarına ilişkin süregelen duygularından ötürü dikkatleri dağınık ve suçluluk içinde yapabildikleri bir şeyi incelemektir” (Morley, 2005, s. 140).

Morley (2015, s. 140), yukarıda ifade ettiği durumun nedenini, egemen cinsiyet rejimi tarafından ‘ev’in işaret ettiği anlamın kadın ve erkekler için farklı tanımlanmış olmasına dayandırır. Ona göre, iş yaşamında (*industrial time*) geçirdikleri zamandan farklı olarak, ev erkekler için bir boş zaman alanıdır (*a site of leisure*). Buna karşın aynı ev, çalışma hayatında yer alıp almadıklarına bakılmaksızın, kadınlar için bir çalışma alanı (*a sphere of work*) olarak tanımlanmıştır.

“Vaktim fazla olmuyor. Çocuklar izliyor, ben de arada böyle... Çünkü boş durmuyorum. Ancak onların yemeğini, temizlik falan... (...) Bazen haberler çıkıyor. Bilmiyorum. Haber zamanı oluyor. Ben temizlik yapıyorum. Hiç bakamıyorum. Küçük bebeğim de var. (...)”

Çocuklar bırakmıyor. Ya çizgi filmi ya maç. 1-2 saat diyelim akşamları bakıyorum. ‘Yeni Gelin’i izliyoruz. ‘Söz’; çocuklar izliyor, ben de izliyorum. Gündüz çocuklar evde olmasa Müge Anlı’yı izliyorum. İşim yoksa onu izliyorum. ‘Aşk ve Mavi’ izliyorum. Arada izliyorum vaktim olunca” (37. Kadın, 39, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

“Günlük ne olursa, en sevdiğim Müge Anlı <gülüyor>. (...) Mesela çocukların baktığı diziler var. “Bizim Hikaye” felan. Çocuk dizileri oluyor ya, çocuklarla ilgili. Öyle dizilere bakarız. (...) Eşim zaten kaveye falan takılıyo, evde durmuyo pek. (...) Gündüz fırsatımız oluyo mu bak bi ordayız bi burda bi okulda” (26. Kadın, 36, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

Televizyon, bu araştırma sahasındaki ev kadınları için, onları dış dünyaya bağlayan bir araç olmaktan çok, yemek, temizlik, çocuk bakımı gibi günlük yaşamlarının rutin gidişatı içerisinde, sesiyle kendilerine eşlik eden bir arkadaş vazifesi görmektedir. “Sesi yetiyo bana iş yaparken”, “O televizyon orda çalışsın, ben pek izlemem aslında” şeklindeki ifadeler bu anlamda önemlidir. Yukarıdaki, “dış dünyaya bağlayan bir araç olmadığı” şeklindeki ifadenin yanlış anlaşılması için ufak bir ekleme yapmak gerekiyor. Anket gerçekleştirilen 412 kişinin verdiği yanıtlara göre, televizyon karşısında geçirilen süre %49’8’lik oranla en fazla 1-3 saat aralığındadır. RTÜK’ün (2018, s. 35), 2018 yılında yapmış olduğu Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması’nın sonuçlarıyla uyumlu olarak, kadınlar erkeklerden daha fazla televizyon izlemektedir. Nitekim, 4 saat ve üzeri televizyon izleme oranı, örneklem genelindeki tüm kadınlarda (%59,5) erkeklerden (%40,5) daha fazladır. En önemlisi ise kadınların, erkeklerin ve gençlerin televizyon izleme pratiklerinin farklı olmasıdır. Erkeklerin televizyon izleme pratikleriyle ilgili kurdukları cümleler çoğunlukla, “İşte akşam saatlerinde haberler”, “Genellikle ligler olduğu zaman maçları takip ediyorum”, “Çoğunlukla haberler”, “Her türlü şeyi izlerim. Dizi, şey, sinema, film, yarışma. (...) Genelde siporla alakalıyım”, “Genelde haber, bir de eğlenceli böyle tiyatro falan (...) veya bilim kurgu filmlerini severim. Eski savaş filmlerini severim. Öyle yani... (...) Bir saat gibi haberlere bakıyorum”, “Ben valla çok haber izlerim. Sipör (spor) programını severim, magazin severim, magazin müzik şeylerini” şeklindedir. Elbette farklı içeriklere olan yönelimler veya eşleriyle, hanenin diğer üyeleriyle ortak izleme pratikleri söz konusudur. Buna karşın, konuşmaların doğal akışı içerisindeki söz edimleri kadınlarla erkeklerin yöneldiği içeriklerin farklılığını ilk anda göstermektedir. Ergül ve arkadaşları da kendi çalışmalarında, erkeklerin haber türüyle olan ilişkisinin kadınlardan farklı olduğunu gösteren bulgulara ulaşmışlardır. Yazarlara göre, erkeğin haberle kurduğu ilişki, onu her şeyden haberdar kılan bir bilen

özne konumuna getirir ve ona sembolik bir iktidar kazandırır. Böylece erkeğin hanedeki konumu da güçlenmiş olur (Ergül vd., 2012, s. 153-154). Bu çalışmada ise, haber türünün erkeğin hanedeki iktidarını güçlendirdiğine ilişkin veri yoktur. Televizyon izleme pratikleri, bireylerin yeni iletişim araçlarıyla olan ilişkisinin daha iyi anlaşılması amacıyla araştırma kapsamına alındığından, doğrudan erkeğin haberle kurduğu ilişkinin hane içi ilişkilere nasıl yansıdığı veya genel olarak erkeğe nasıl bir iktidar alanı yarattığını ortaya koyabilecek sorular söz konusu değildir. Yine de, hangi televizyon içeriklerini daha çok izlediklerine ilişkin sorulara verilen ilk doğal tepkilerin cinsiyetlere göre gösterdiği farklılığı, toplumsal cinsiyet örüntülerinden bağımsız okumak mümkün değildir. Bu bulguların, özel ve kamusal alan kavramlarının, kadın ve erkek alanları olarak tanımlanmış olmasıyla; özel alan olan evi kadına ait, ekonomik ve politik olanla ilişkili kamusal alanı ise toplumsal yaşamda görünür olan erkeğe ait kabul eden egemen cinsiyet rejimi ile doğrudan ilişkili olduğu düşünülmektedir (Demez, 2005, s. 32). Dolayısıyla, erkeğin haber gibi daha ciddi kabul edilen, kadınların ise ev içi yaşantıyla ilgili içeriklere olan yönelimi, toplumsal düzendeki bu eşitsizlik örüntülerinin bir yansıması olarak okunabilir.

Gençlerin ise, televizyonla olan ilişkilerinin daha sınırlı veya dağınık, düzensiz olduğu söylenebilir. Yeni iletişim araçları ile ilişkilene düzeylerinin daha fazla olması, internette daha uzun süre vakit geçirmeleri, internet kullanım amaçlarının ebeveynlerinden daha çeşitli olması, istedikleri vakit akıllı telefonlarından televizyon içeriklerine ulaşabilmeleri onları televizyon ekranından uzaklaştırmıştır. Aşağıda “geleneksel medya-yeni medya tercihleri” adlı başlıkta daha ayrıntılı görüleceği üzere, televizyonla olan ilişkilene biçimlerinin bir türü de, internetteki içeriklere daha büyük bir ekrandan ulaşabilme amacıyla televizyonu ekran olarak kullanma pratiğidir:

“Televizyon kullanmıyorum. (...) Televizyonu şöyle söyleyeyim ekran olarak kullanıyorum. Ne bileyim telefonumdan dizi aktarıyorum ya da oyun oynarken falan... (...) Ekran olarak kullanıyorum. Televizyon programlarına hiç izlemiyorum. Çocukluğumdan beri” (29. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.).

“Televizyon izlemiyorum. (...) Önceden çok izlerdim, çizgi film izlerdim hep, animeye başlayınca telefonda felan, artık izlemiyorum. Haber felan hiç” (1.kadın, 16, bekâr, lise öğr., Emek mah.).

“2-3 saat. Film genelde. (...) Dizi, çok nadiren... (...) Bir izlediğim dizi var o da ‘Çukur’!” (8.erkek, 17, bekâr, lise öğr., Gündoğdu mah.).

“Ben, günde çok televizyon izlemiyorum. En fazla yarım saat, bi saat, haber. (...) Akşam sırf, yabancı film izlerim. Öğlense haber izlerim” (14. Erkek, 19, bekâr, üni. öğr., Gündoğdu mah.).

“Ben televizyon hiç izlemem. (...) ben internette takılıyorum daha çok. Televizyon artık ilgimi çekmiyor yani. Küçükken falan...” (30. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.).

Televizyon izleme pratikleriyle ilgili dikkat çeken bir nokta da, Sevinç köyünde rastlanan ‘Çukur’ adlı diziyle ilgili duvar yazıları olmuştur. Diziyi izleyenlerin yakından bildikleri, karakterlerin vücutlarında dövme olarak yer alan iki tarafı üçgenle kapalı üç nokta (<···>) şeklindeki sembole⁷⁶, mahallenin farklı noktalarındaki duvarlarda rastlanmıştır. Dizinin konusuna göre, İstanbul’un ‘belalı/sıkıntılı’ mahallelerinden biri olan ‘Çukur’da yaşayanların birbirlerini tanımak için kullandıkları bu sembole, “Vartulu Yamaç” gibi dizideki karakterlerin lakap ve isimleri; ‘Çukur’un sokaklarındaki duvarlarda görülen “Sıkıntı yoksa sıkıntı var demektir” gibi dizi ile özdeşleşen cümleler ile “Burası Çukur değil Sevinç” gibi Sevinç köyü ile ilişkilendirilmiş yazılar eşlik etmektedir. Bahsi geçen iki tarafı üçgenle kapalı sembolün (<···>) ün kazanması ve dizinin hayranları tarafından duvarlara çizilmesiyle ilgili, internette birçok haberle karşılaşılmuştur.⁷⁷ Söz konusu diziyi ait veya diziyi çağrıştıran sembol, söz veya yazılar, Türkiye’nin çok farklı bölgelerindeki sokaklarda, duvarlarda kendine yer bulmuş; ayrıca söz konusu sembolün (<···>) basılı olduğu tişört, şapka, defter, bardak vb. ürünler satılmaya başlamıştır. Bu anlamda Sevinç köyünün, görece küçük bir toplumsal çevre

⁷⁶Semboldeki işaretlerin anlamı, dizinin 33. Bölümünde şöyle anlatılmıştır. Birinci sembol: “Bak bu en baştaki, çatıdır. Misal, başın dara düştü diyelim. Kaçıyorsun, hemen mahalleye gel. Karşına çıkan ilk evin kapısını çal, gir içeri, göster dövmeni, devam... O evin çatısı, artık senin de çatıdır”. Birinci nokta: “Bu evdeki ailedir. Anan, baban, bacın, eşin, çocukların sana emanettir. Onlara gözün gibi bakacaksın”. İkinci nokta: “Bu dışarıdaki ailedir. Kan kardeşlerin, ortakların, aynı yola baş koyduğun adamlar... Onlar senin için gerektiğinde kurşun yer. Gerektiğinde sen de onlar için kurşun yersin”. Üçüncü nokta: “Bu da senin en büyük ailedir; Koçovalılar. Bu dövme bir kere yaptırınca, onlar da senin anan baban olur. Deden, kardeşin, nenen, teyzen, hepsi... Seni korurular, aç açta bırakmazlar. Sen de onları sever ve sayarsın”. Son sembol: “İşte o, Çukur’dur, yuvadır. Herkesin bir yuvası var şu hayatta. Bizimki de Çukur’dur. Şimdi, hepsini topla. Ne dedi bu dövme sana? (...) Başımızın üstünde bir çatı, ayağımızın altında bir Çukur, içinde de ailemiz olduğu sürece, bize bu dünyada ölüm yok demektir. (...) Bu dövme yaptırırsan, günün birinde, Çukur’da çıksan bile, Çukur senden çıkmaz”. <https://www.showtv.com.tr/dizi/sahne/cukur-cukur-dovmesinin-anlami-ne/60004> (Erişim tarihi: 8.07.2020)

⁷⁷<https://www.showtv.com.tr/dizi/haber/2337886-cukur-gundemi-duvar-yazilariyla-tutuyor> (Erişim tarihi: 21.04.2020).

olmasıyla da ilgili olarak, sahanın genelinde rastlanan bulgularla ve belli başlı medya tüketim pratikleriyle daha yakından karşılaşma imkânı sunduğu söylenebilir:



Görsel 4.2. *Sevinç köyünde bir duvar yazısı-1*



Görsel 4.3. *Sevinç köyünde bir duvar yazısı-2*

Çukur dizisinin özellikle ortaokul, lise çağlarındaki genç erkekler tarafından sevildiğine ilişkin bulgulara sadece Sevinç köyünde değil Emek ve Gündoğdu mahallelerinde yapılan görüşmeler neticesinde de ulaşılmıştır. Sevinç köyünde görüşme gerçekleştirilen bir anne küçük oğlunun koluna ‘Çukur’ dizisinden “işaret” çizdiğini, ‘Çukur’ tişörtü istediğini, ayrıca bazı erkek çocuklarının özellikle ‘Çukur’ saçı istediğini belirtmiştir. Bu annenin dışında görüşülen çok sayıda anne ve babanın da çocuklarının bu diziyi izlemesinden hoşnut olmadıkları aşikârdır:

“ ‘Çukur’a hiç bırakmıyorum <‘izletmiyorum’ anlamında kullanıyor>. ‘Söz’ü izliyorlar bazen, önünü kesemiyorum” (37. Kadın, 39, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

“Fazla izletmiyorum ben. Bazen. Çocuklar zaten daha çok çizgi film izledikleri için, onları fazla izlemiyorlar” (31. Kadın, 28, evli, diplomasız okur-yazar, ev kadını, Sevinç köyü).

Yine bir baba da, ‘Polat Alemdar’ gibi dizi karakterlerinin gençlere kötü örnek teşkil ettiğini; ‘Çukur’ dizisinin de çok abartıldığını; özellikle gençlerin dizideki karakterler gibi hareket etmeye çalışmaları sebebiyle bu tür içeriklere sadece dizi gözüyle bakmadığını ifade etmiştir. Televizyonla ilgili bulgulara, gençlerin geleneksel medya ile olan ilişkilerinin ebeveynlerine ve genel olarak genç olmayanlara göre daha zayıf olduğu ifade edilmişti. Gençler arasında, televizyon içeriklerinin, özellikle akıllı telefon gibi yeni medya araçları kullanılarak izleme pratiğinin yaygınlaştığı bir vakıa olsa da televizyonun hane içerisindeki önemi şimdilik değişmiyor. Televizyon hâlâ hanenin en önemli parçası; yaş, eğitim düzeyi gibi demografik özellikler sadece bu araçla birey

arasındaki mesafeyi azaltıyor veya artırıyor. Bazı gençlerin, akıllı telefonlarıyla ulaştıkları internet dizilerini daha büyük bir ekranda izleyebilmek için televizyona aktarma davranışları da bu sürecin bir parçası. Dolayısıyla, sosyo-demografik özellikler ne kadar farklılaşsa da, televizyon “görüş açısı”ndan hiç çıkmıyor. 12 yaşındaki Yavuz’un, babasıyla yapılan görüşme sırasında, “Okulun her tarafına ‘Çukur’ izleri çekiyorlar” şeklindeki ifadesi de, yine dizinin çocuk ve gençler arasında ne kadar fazla hayranı olduğunu göstermektedir. Diğer mahallelerde yapılan iki farklı görüşmedeki gençlerin ifadeleri bu durumu teyit eder niteliktedir:

- Görüşmeci (8. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Gündoğdu mah.): Bir izlediğim dizi var o da ‘Çukur’! (...) Aksiyon var, güzel.
(...)
- Araştırmacı: Onun gibi başka var mıydı, izlediklerin?
- Görüşmeci (8. Erkek): ‘İçerde’ vardı.
- Araştırmacı: Hangi karakter daha çok hoşuna gidiyor ‘Çukur’da ve neden?
- Görüşmeci (8. Erkek): Çukur’da, Yamaç. (...) Çok fena kavga ediyor çünkü. ‘Heyecanı Yok!’ çaldığında ben...

<farklı bir sohbetten döküm devam ediyor>

- Görüşmeci (30. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.): (...) Ya bir ‘Adanalı’ vardı, izlediğim. Ona çok özenirdim, yalan yok şimdi.
- Görüşmeci (34. Erkek, 17, bekâr, lise terk, sanayide oto elektrikçi, Emek mah.): Benim, ‘Polat Alemdar’ vardı.
- Görüşmeci (30. Erkek): Şimdi, bir baktım geçmişte, çok saçma bir diziymiş! Yani ne- nasıl izlediğimi şaşırdım böyle yani. Çok saçma anları falan filan var. (...) O zamanlar, küçükken izliyordum.

Burada değişenin sadece dizilerin isimleri olduğu, ‘isyan’ öğelerini barındıran dizi içeriklerinin ve en başta da bu dizilerin ana karakterlerinin, özellikle ortaokul ve lise çağlarındaki genç erkeklerin kimlik inşası süreçlerinde referans aldıkları önemli rol modeller olduğunu belirtmek gerekiyor. Şiddet ve olumsuz örnek oluşturabilecek türden televizyon içeriklerine yönelik bir değerlendirme ve bu tür içeriklerin gençler üzerindeki etkisinin neler olduğu mevzusu şüphesiz bu araştırmanın amacını aşmaktadır. Kaldı ki, gençlerin ‘Çukur’ ve benzeri içerikteki dizileri neden izledikleri, bu türden içeriklerde ne aradıkları ve bu dizilerin karakterleriyle neden yakınlık kurdukları sorularının daha

önemli olduğu düşünülmektedir. Sevinç köyündeki birçok duvarda görülen yazı ve işaretler, mahalledeki gençlerin ‘Çukur’ dizisiyle yakınlık kurdukları şeklinde bir yoruma izin veriyorsa da, bu yakınlık Sevinç köyünün merkezden uzaklığıyla ve gençlerin dinamikliğine yanıt verebilecek türden olanaklara sahip olmamasıyla ilişkili olarak da yorumlanabilir. Bu spekülatif yorumlar, farklı sosyal ve ekonomik statüdeki (düşük ve yüksek) gençlerin benzer içerikteki dizileri izleyip izlemedikleri, izliyorlarsa bu tür içeriklerde aradıklarının farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya koymaya çalışan araştırmalarla daha çok netlik kazanacaktır.

Yine RTÜK’ün (2018) araştırma sonuçlarına benzer olarak, kadınların televizyon izleme pratiklerinin daha çok kuşak programlarını içerdiği görülmektedir. Gündüz kuşağı programları içerisinde, Müge Anlı’nın programını izlediğini belirten çok fazla kadın görüşmeci olmuştur. Erkekler arasında da rastlanmıştır. Arun ve arkadaşları, *Televizyon Alanında Yaşlı Ev Kadınlarının Tüketim Pratikleri* (2017) isimli çalışmalarında, hacimli sermaye sahiplerinin, kültür-sanat, tartışma, belgesel ve haber programları gibi daha seçkin kültürel ürünlere meylettiklerini ifade ederler. Bununla birlikte, hacimli kültürel sermaye sahiplerinin de, hiyerarşik olarak daha altta yer alan beğeni gruplarının tükettiği ürünleri zaman zaman tükettiğini bulgulamışlardır. Hepçillik; yani seçkin (kültür- sanat, tartışma, belgesel ve haber programları), popüler (eğlence-güldürü, magazin, yarışma, yabancı sinema ve yabancı dizi) ve sıradan beğenilere (kadın kuşak programları, dini programlar, yerli sinema, yerli dizi) karşılık gelen programların bir arada tüketimi, daha hacimli kültürel sermaye sahiplerinin tekelindedir. Oysa, daha sıradan ve popüler beğeni grubunda yer alanlar bu tarz bir tüketim örüntüsüne sahip değillerdir. Yazarlar, daha yukarıda olanların zaman zaman aşağıya doğru hareket ettiklerini ve böylece tüketim örüntülerinin çeşitlendiğini, buna karşın sınıfsal konumları itibariyle daha aşağıda olanların tüketim örüntülerinin daha tekçil bir karakterde olduğunu belirtmektedir (Arun vd., 2017, s. 395, 397). Bu tez araştırmasında da, örneklemdeki eğitim düzeyi düşük ve yoksul ev kadınlarının televizyon izleme pratiklerini anlatan ifadelerinde gündüz kuşağı programlarının öne çıkması ve izleme pratiklerinin çeşitlilik göstermemesi, söz konusu çalışmanın bulgularıyla benzerlik göstermektedir. İstisnai durumlar geniş bir örneklem içinde elbette söz konusudur. Bu noktada yine Arun ve arkadaşlarının çalışmasına referans vermek yerinde olacaktır. Yazarlara göre, kültürel tüketim pratiklerinin nadir veya yaygın şekilde gerçekleşmesi, söz konusu aktiviteleri seçkin veya sıradan

kılmaktadır. Bu noktada ise devreye tüketicilerin toplumsal kökenleri girmektedir. Toplumsal kökenler, tüketim pratiklerinin nadirliğini veya sıradanlığını belirleyen unsurlardır (Arun vd., 2017, s. 396).

Kadınların akşam saatlerindeki televizyon izleme pratiklerinde ise, çoğunlukla haberler ile çocukların ve/veya eşlerinin seçtiği programlar yer almaktadır. Bu anlamda, “gündüz kuşağı” programlarının daha çok yemek; gelin-kaynana öyküsüne sahip yarışmalar; bir süre önce kaldırılmış olsa da evlendirme programları gibi kadınlara yönelik içeriklere sahip olmaları şaşırtıcı değildir. Yine de, eğitim düzeyi oldukça düşük, çalışma yaşamında ve sosyal yaşamda yer almayan ve sosyo-ekonomik statü anlamında kısıtlı imkânlara sahip kadınların, televizyonla geçirdikleri vakit veya televizyonun onlara eşlik etme süreleri fazla olsa da, onla kurdukları ilişki yüzeyseldir.

Örneğin, mecbur kalması durumunda televizyon veya cep telefonundan hangisini tercih edeceği sorusuna, “Cep telefonu sadece konuşmak için. (...) Televizyon olur yani insan gibi o da” yanıtını veren 46 yaşındaki kadın görüşmeci, televizyon varken kimseyi aramadığını, onun sesini açıp işine bakabildiğini belirtmiştir:

“İnsan gibi o da bana; arkadaş” (9. kadın, 46, evli, ilkokul mez., evlere temizliğe gidiyor, Gündoğdu mah.).

Bir başka kadın görüşmeci de, “günde kaç saat TV izlersiniz?” sorusuna yanıt verirken şöyle demiştir:

“Bir günde, çocuklar evde olunca sürekli açıyolar. Olmayınca ben iş yapıyorum. Hani şey çıkıyo. Gelin, sürekli ‘Gelinim Mutfakta’, onu izliyorum <hafifçe gülüyor>. Valla onun dışında işten boş kalmıyorum daha doğrusu. Bebek midir, okuldir, yemekdir, üst başdır, düzelt şöyle böyle yani zar zor yetişiyo” (24. Kadın, kimliğe göre 40, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

“Televizyonlan yani, hani, nasıl diyim sana. O televizyon orda çalışsın, ben pek izlemem aslında. Bak şu an reklam vardır. Açık dursun o, evin içinde o sessizlik olmasın, bana sanki o bi güven mi veriyo, bi arkadaş gibi mi hissediyorum onu kendime. O orda çalışmak devamlı. Sabahtan gözümü açarım, yüzümü yıkarım, giderim onun düğmesine bi basarım, o orda konuşsun dursun. Ne olursa olsun yani. Öyle bağımlılığım yok da... Oturup izleme gibi bi şeyim yok yani... (...) açık dursun, tıngırdasın dursun orda. O-o bana bi ses olsun evin

içinde. Mesela sessiz olduğu zaman, temizlik yaparken bile rahatsız oluyorum evin içi sessiz olduğunda. Bi sıkılıyorum böyle yani. Çocukların da sesine alışmışım ya... Onlar olmazsa televizyon mutlaka olsun. Çok seviyorum <gülüyor>. Akşamları da, akşama kadar burdayım ben zaten <görüşme mutfakta yapılıyordu>. Bi iki saat eşimle çay içerken içerde, salonda izleyebilirim işte... Onla ne kadar sabit oturamıyom tabi. Git çay getir, kahve getir, onu getir, bunu getir. Gün içinde yani çok oturup izlemiyorum. Bi akşam yemekte haberleri mutlaka kaçırmadan bi saat izliyorum işte o” (7. Kadın, 35, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

Kadınların televizyon izlerken bir taraftan ev işleriyle meşgul olma durumlarının, Morley’in (2005) *Aile Televizyonu* adlı çalışmasında işaret edilen noktalardan biri olduğu daha önce ifade edilmişti. Görüldüğü üzere, kadınların televizyon izleme pratiklerinden bahsederkenki söz edimlerinde, çoğunlukla bu örüntülere rastlanmaktadır. Morley’in, ‘ev’in işaret ettiği anlamın kadın ve erkekler nezdinde farklı olduğu, bu anlamın egemen cinsiyet rejimi tarafından belirlendiği ve çalışma hayatında yer alıp almadıklarına bakılmaksızın evin kadınlar için bir çalışma alanı (*a sphere of work*) olduğu yönündeki bulguları, bu araştırmada bir kez daha desteklenmektedir (Morley, 2015, s. 140).

- Araştırmacı: Bir günde kaç saat tv izlersiniz toplamda?
- Görüşmeci (3. Kadın, 33, evli, ilkokul mez., ev kadını, Sevinç köyü): Valla ne bilim, hep açık bu televizyon, akşama kadar açık <gülüyor>.
- Komşusu: Açık ama ‘izliyon mu?’ desen, bi şey yok.
- Görüşmeci (3. Kadın): Yani... (...) sabahtan bi saat falan rahat çıkar. Otururum şuraya, Müge Anlı’ya falan bakarım. (...) Akşamda dizi bakarken otursak oturuyoruz. Yani üç saatimiz heralde geçiyordur bununla. Hani hep sürekli otur kalk, otur kalk.

Bu başlığın girişinde belirtildiği üzere, televizyon hanenin ortak mülkü olan ve kolektif olarak tüketilmeye uygun bir araçtır. Buna karşın, nicel araştırmanın sonuçları sahanın %64,2’sindeki hanelerde, altın saatlerde kumandanın babada veya çocuklarda olduğunu göstermektedir. Burada kadının kendini geri çekmesi, televizyonu eşe veya çocuklara terk etmek durumunda kalarak ikinci televizyonun yeri olarak mutfak tercih etmek zorunda kaldığını belirtmek mümkündür. Bourdieu, *habitusun*, bireyleri düzene itaat etmeye yönlendirdiğini, içselleştirilmiş zorunlulukları da erdeme dönüştürdüğünü belirtir (Swartz, 2015, s. 150). Dolayısıyla kadın, gün boyu dışarda çalışan eşinin eve geldiği vakit kumandayı eline alma hakkı olduğunu düşündüğü için de geri çekiliyor olabilir. Bunun böyle olup olmadığı konusu daha odaklanmış araştırmalarda ortaya

konmayı hak edecek kadar değerlidir. Araştırmanın amacından çok sapmamak için konuyu burada noktalamak daha doğru olacaktır. Bu bulgulara göre, özellikle akıllı telefonlar gibi kişiselleştirilerek kullanılan yeni iletişim araçlarının kadının yaşamına neler getirdiği, hanedeki iktidar ilişkilerini kadının lehine sarsan veya onun aleyhine ama erkeğin lehine yeniden üreten bir etkisi olup olmadığı daha fazla önem kazanmaktadır. Bu sorular ise araştırmanın ilerleyen bölümlerinde yanıtlanmaya çalışılacaktır.

4.5.2.1. *Akıllı işaretlerin bilinirliği*

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) medya okuryazarlığı ile ilgili faaliyetlerinden birisi, 2006 yılında, "Akıllı İşaretler" adıyla getirmiş olduğu, "Koruyucu Sembol Sistemi"dir (Saygın, 2016, s. 351). Televizyon yayınlarının içeriğiyle ilgili bilgilendirici nitelikte bir sınıflandırma sistemi olan Akıllı işaretlerin tasarlanmasının temel amacı çocuk ve gençleri televizyon yayınlarının olası olumsuz etkilerinden koruma süreçlerinde ebeveynlere ve genel olarak topluma yardımcı olmaktır. Akıllı işaretler sistemi, programın *olası zararlı içeriği* ve programın *hangi yaş grubuna uygun olduğu* bilgilerini içermektedir. Ayrımcılık, aşırı alkol ve sigara tüketimi, madde kullanımı, yasa dışı davranışlar ile kaba/küfürlü konuşma gibi olumsuz örnek oluşturabilecek davranışların yer aldığı içerikler (⊖); şiddet/korku unsurları barındıran içerikler (⊗) ve cinsellik unsurları barındıran içerikler (⊙) zararlı etkileri olabilecek içerik alanları olarak belirlenmiştir. Yaş grupları ise programlardan olası etkilenme düzeylerine göre "tüm izleyiciler" (⊙), "7 yaş ve üzeri izleyiciler" (7+), "13 yaş ve üzeri izleyiciler" (13+) ve "18 yaş ve üzeri izleyiciler" (18+) olmak üzere dört gruba ayrılmıştır.⁷⁸

Bu çalışma doğrudan medya okuryazarlığına odaklanmamış olsa da, temel okuryazarlığı da kapsamı gereken medya okuryazarlığının zayıflığı, dijital eşitsizlik meselesinin önemli bir boyutunu oluşturmaktadır. Televizyonun hane içerisindeki tartışmasız ve sarsılmaz önemi göz önüne alınarak araştırmaya televizyon izleme pratikleri de dahil edildiğinden, düşük sosyal ve ekonomik statüdeki mahallelerde gerçekleştirilen bu araştırmanın örneklemini içerisinde, akıllı işaretlerin ne oranda bilinir olduğu merak edilmiştir. Yılmaz ve Taylan'a (2016, s. 304) göre, akıllı işaretler sistemi, çocuk ve ergenleri olumsuz etkileyeceği düşünülen yayınları *yasaklama* yerine, daha çok

⁷⁸<https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/content?id=1&mid=3> (Erişim tarihi: 3.12.19)

bir *özdenetim* süreciyle ilgili olan, olumsuz etkilerden *koruma sorumluluğunu* öne çıkarır. Bu anlamda, bireylerin özellikle ebeveynlerin eğitim düzeyi daha önemli hâle gelmektedir.

RTÜK tarafından 2012 yılında gerçekleştirilen Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması'na göre, bilinirlik düzeyi en fazla olan akıllı işaretler; 7 yaş ve üzeri izleyici (%90,2), 13 yaş ve üzeri izleyici (%90,1), 18 yaş ve üzeri izleyici (%90,3) ve genel izleyici (%87,7) işaretleridir. Bunları sırasıyla *şiddet/korku unsurlarının* (%80,1), *cinsellik unsurlarının* (%65,9) ve en düşük bilinirlik düzeyiyle *olumsuz örnek oluşturabilecek davranışların* (%39,4) yer aldığını gösteren işaretler takip etmektedir (RTÜK, 2013, s. 142).

Tablo 4.14. Akıllı işaretlerin bilinme oranlarının dağılımı

		Evet, biliyor	Hayır, bilmiyor
Genel izleyici kitlesi içindir.		71,7	28,3
7 yaş ve üzeri izleyiciler içindir.		77,6	22,4
13 yaş ve üzeri izleyiciler içindir.		76,1	23,9
18 yaş ve üzeri izleyiciler içindir.		76,3	23,7
Şiddet/korku unsurları içerir.		56,3	43,7
Cinsellik içerir.		39,5	60,5
Olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar içerir.		24,9	75,1

Bu araştırmada ortaya çıkan akıllı işaretlerin bilinirlik oranı ise yukarıdaki tabloda (Tablo 4.14) görülmektedir. Örneklem genelindeki bilinirlik oranlarına bakıldığında, bilinirliği en fazla olandan en az olana doğru sıralama RTÜK'ün yapmış olduğu araştırma ile hemen hemen aynıdır. Buna karşın bilinirlik oranlarındaki farklılıklar dikkat çekicidir. Her iki araştırmada da bilinirliği en fazla olan akıllı işaretler programın hangi yaş grubuna uygun olduğunu gösteren işaretler olmasına karşın, aynı işaretlerin RTÜK'ün araştırmasında %90'larda olan bilinirlik oranları, bu araştırmada %70'lere düşmektedir. *Şiddet/korku unsurlarının* bilinirlik oranı %56,3, *cinsellik unsurlarının* 39,5%, *olumsuz örnek oluşturabilecek davranışların* ise %24,9'dur. Zararlı etkileri olabilecek içerik alanlarını gösteren bu işaretlerin bilinirlik oranlarının sıralaması yine RTÜK'ün yapmış olduğu araştırmayla aynı olsa da, söz konusu araştırma ile bu araştırma arasındaki bilinirlik oranları arasında, her üç işaret için de %10'dan fazla farklılık vardır. Ayrıca, her bir işaretin bilinirlik oranı, cinsiyete, yaşa ve eğitim düzeyine göre farklılaşan bir

görünümüne sahiptir. Erkeklerin, her bir akıllı işaretini bilme oranı kadınlardan fazlayken; yine her bir akıllı işaretin bilinme oranı yaşın azalmasına ve eğitim düzeyinin yükselmesine paralel bir şekilde artış göstermektedir. Sözgelimi, bilinirlik oranı örneklem genelinde yüksek işaretlerden olan *genel izleyici*de bile, kadınlar (%65,3) ve erkekler (%79,5) arasındaki farklılık %14,2'dir. Yine *genel izleyici* işaretinin bilinme oranı; bir okul bitirmeyenlerde %26,1, ilkokul mezunlarında %55,1, ortaokul mezunlarında %78,7, lise mezunlarında %89,2 ve yüksekokul veya üniversite düzeyindekilerde ise %90'dır.

En az bilinirlik oranına sahip işaretler, *cinsellik* (%39,5) ve *olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar* (%24,9) içeren yayınları gösterenlerdir. Bu sonuçlarda, işaretlerin soyutluğunun ve bunla ilişkili olarak, bireylerin kültür sermayelerinin etkisi olduğu düşünülmektedir. Nitekim, programın hangi yaş grubuna uygun olduğu bilgilerini içeren işaretlerin bilinirlik oranı en fazladır; çünkü bu işaretlerin içeriğinde doğrudan yaş bilgisi yer almaktadır. Dolayısıyla, içeriği işaret içerisinde daha az açık olan veya soyut kalan işaretlerin bilinirlik oranının azaldığı düşünülmektedir.

Sonuç olarak, Yılmaz ve Taylan'ın (2016, s. 304) belirttiği, çocuk ve ergenleri, "olumsuz etkilerden koruma sorumluluğuna işlerlik kazandıran özdenetim süreci" ebeveynlerin eğitim düzeyinin oldukça düşük olduğu da bulguların bu örneklem üzerinde işlevselliğini yitirmektedir. Bu bulgular, 6112 sayılı Kanun'un 37'nci maddesinin (r) bendine göre, "medya okuryazarlığının toplumun tüm kesimlerini içerecek şekilde yaygınlaştırılması..." (Saygın, 2016, s. 354) ifadesinde geçen tüm kesimleri kapsayacak bir medya okuryazarlığını geliştirme faaliyetlerinin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Nitekim akıllı işaretler, ülkemizde 2006 yılından itibaren uygulamada olmasına ve programlar yayına verilmeden hemen önce ne anlama geldikleri hatırlatılmasına karşın, diğerleriyle kıyaslandığında anlamı görece daha açık olan *7 yaş ve üzeri izleyici*, *13 yaş ve üzeri izleyici*, *18 yaş ve üzeri izleyici* yaş gruplarının etkilenme düzeylerini gösterenler dışındaki işaretlerin bilinirlik oranı çok düşüktür. Farklı boyutları olan medya okuryazarlığının sadece bir boyutunu yansıtan bu akıllı işaretler sistemi ile ilgili bu bulgu, medya okuryazarlığının geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin "sorumluluktan kurtulma (Yılmaz ve Taylan, 2016, s. 323)" anlayışından arınmış bir kamu politikasına ihtiyaç duyduğunu göstermektedir.

4.5.3. Dışarının sesi televizyon: “Televizyon daha güvenli.”

İnternet, ülkedeki ve dünyadaki haberler hakkında bilgi edinme noktasında, çok farklı kaynaklara hızlıca ulaşmaya imkân verdiği için önemli ve alternatif bir haber kaynağıdır. Bununla birlikte, artan sosyal medya ortamlarına paralel olarak, bu ortamların kullanıcı sayılarındaki artış, teyit edilmemiş; yanlış, çarpıtılmış veya tamamen uydurulmuş içeriklerin hızlıca yayılmasına da neden olmaya başlamıştır. Geçtiğimiz yıl Amerika Birleşik Devletleri’ndeki Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (MIT) tarafından 2018 yılında gerçekleştirilen bir araştırmanın sonuçlarına göre, yalan haberlerin sosyal medya ortamlarında yayılma hızı doğru haberlere göre altı kat daha fazla olduğu gibi, paylaşılma oranları da doğru haberlere kıyasla %70 daha fazladır (Koçer, 2 Nisan 2019). Oxford Üniversitesi Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü’nün 2020 Dijital Haber Raporu, son dokuz yıllık süre içerisinde, özellikle sosyal medya ortamlarının ve diğer çevrimiçi yayınların haber kaynağı olarak televizyonun önüne geçtiğini söylemektedir. Instagram’daki haber tüketimi 2018 yılından itibaren iki katına çıkmış durumdadır (Tanca, 17 Haziran 2020). Aynı enstitünün bir önceki yıl yayınladığı rapor da, sosyal medyanın haberlere erişme noktasında artık kalıcı bir yer edindiğini, fakat bu amaçla kullanılma şeklinde bir değişiklik gözlemlendiğini belirtmekteydi. 2019 raporuna göre, artık Facebook gibi açık ortamlar üzerinden değil, WhatsApp ve Facebook Messenger gibi uygulamalar aracılığıyla, kapalı gruplar üzerinden haberler yayılmaya ve tartışılmaya başlanmıştır. Türkiye de, bu tür kapalı grupların, haberlere erişme amaçlı kullanıldığı ülkeler sıralamasında ilk sırada yer almaktadır.⁷⁹ Ülkemizle ilgili bir diğer bulgu, bu tür kapalı gruplara üye olan kullanıcıların, sosyal medyada karşılaştığı haberlere güvenme oranının daha fazla olmasıdır (Ünsay, 12 Haziran 2019). Teyit edilmemiş; yanlış, çarpıtılmış veya tamamen uydurulmuş içerikler, özellikle söz konusu mecraları kullanma deneyimi az, internetle olan yegane ilişkisi sosyal medya ortamları ile sınırlı olan ve medya-yeni medya okuryazarlığı düşük bireyler için çok daha fazla tehdit oluşturmaktadır. Hiç şüphesiz, bu tehditin öncelikli olarak çocuk ve ergenlere, düşük eğitim düzeyine sahip olanlara ve yaşlılara yöneldiği düşünülmektedir. Oysa, medya okuryazarlığının dijital becerilerden çok daha fazlası olduğu düşünüldüğünde, yeni iletişim araçlarıyla olan ilişkileri görece daha fazla olan gençler için de bir tehdit oluşturmaktadır. Bu tehdit aslında tüm internet kullanıcılarına yöneliktir ve medya

⁷⁹Türkiye’yi sırasıyla, Brezilya, Malezya, ABD, İspanya, Birleşik Krallık, İrlanda, Kanada ve Avustralya takip etmektedir (Ünsay, 12 Haziran 2019).

okuryazarlığını geliştirmeye yönelik politikaların ve faaliyetlerin ne kadar önemli olduğunu ispatlarcasına hızla artmaktadır.

Dolayısıyla, düşük sosyal ve ekonomik statüdeki mahallelerde gerçekleştirilen bu araştırmada, eğitim düzeyi düşük, görece yoksul, sosyal ve kültürel faaliyetlere katılımı olmayan veya çok az olan, araştırmanın ilerleyen başlıklarında görüleceği üzere, internetle olan ilişkilene biçimleri sosyal medya ortamlarıyla sınırlı ve dijital becerileri de oldukça düşük olan bireylerin, haber edinmedeki önceliklerinin geleneksel mi yoksa yeni medya ortamları mı olduğu ve bu tercihin altında yatan nedenlerin nelerden beslendiği soruları önemlidir. Bu sebeple yöneltilen, “haberleri öğrenmek için ilk olarak hangi iletişim aracına başvurursunuz?” sorusunu yanıtlayan 406 katılımcının yarısından fazlasına karşılık gelen %67’si, haberleri öğrenmek için ilk olarak geleneksel medyaya başvurduğunu ifade etmiştir.⁸⁰ Geriye kalan %33’ü ise aynı soruya internet yanıtı vermiştir.

Tablo 4.15. Haberleri öğrenmek için ilk başvurulmuş iletişim aracının cinsiyet, yaş ve eğitim değişkenleriyle ilişkisi – Ki-kare testi sonuçları

	Haber öğrenmek için ilk başvurulmuş araç			
	n	χ^2	sd	p
Cinsiyet	406	7,929	1	.005
Yaş	405	81,617	4	.000
Eğitim	402	77,370	4	.000

α : .05 için anlamlıdır.

Katılımcıların haberleri öğrenmek için ilk başvurdukları iletişim aracının cinsiyetleri, yaşları, eğitim düzeyleri ve meslekleriyle ilişkili olup olmadığına ilişkin ki-kare testi sonuçları ise yukarıdaki tabloda (Tablo 4.15) verilmiştir. Tablo 4.15’e göre, farklı cinsiyet ($\chi^2_{(1)}=7,929$ p.005<.05), yaş ($\chi^2_{(4)}=81,617$ p.000<.05) ve eğitim ($\chi^2_{(4)}=77,370$ p.000<.05) gruplarındaki bireylerin, haberleri öğrenmek için öncelikli olarak tercih ettikleri araçlarda gözlenen ilişkinin anlamlı olduğu bulunmuştur. Bu anlamlılığın ne ifade ettiğinin; yüzdelik oranların cinsiyet, yaş ve eğitim düzeylerine göre nasıl bir dağılım gösterdiğinin bilgisi ise aşağıdaki tablo (Tablo 4.16) ve yorumunda verilmiştir:

⁸⁰Geleneksel medyada ağırlık televizyonda (261 kişi) iken; 7 kişinin gazete 2 kişinin radyo ve yine 2 kişinin ise televizyon ve gazete yanıtlarını aynı anda verdikleri bulunmuştur.

Tablo 4.16. Haberleri öğrenmek için ilk başvurulanan iletişim aracının cinsiyet, yaş ve eğitim değişkenlerine göre dağılımı

		TV ağırlıklı geleneksel medya	İnternet	Toplam
Cinsiyet n=406	Kadın	72,9	27,1	100
	Erkek	59,7	40,3	100
Yaş n=405	24 ve altı	42	58	100
	25-34	56,2	43,8	100
	35-44	67,5	32,5	100
	45-54	90,5	9,5	100
	55 ve üzeri	98,5	1,5	100
Eğitim n=402	Bir okul bitirmedi ⁸¹	95,2	4,8	100
	İlkokul mezunu	89,1	10,9	100
	Ortaokul öğr./mez.	63	37	100
	Lise öğr./mez.	48,1	51,9	100
	Yükseköğretim öğr./mez.	33,3	66,7	100

Tablo 4.16 incelendiğinde, haberleri öğrenmek için öncelikli olarak geleneksel medyaya başvurduğunu söyleyenlerin oranı, kadınlarda %72,9 iken, bu oran erkeklerde %59,7’ye düşmektedir. İnternete başvuracağını söyleyenlerin oranı ise kadınlarda %27,1 iken, bu oran erkeklerde %40,3’e çıkmaktadır. Buna göre, kadınlarda haberleri öğrenmek için öncelikle geleneksel medyaya, erkeklerde ise internete başvuranların oranı daha fazladır. Bu oranlara örnek teşkil edebilecek görüşmelerden ilki 32 yaşında ve okur-yazarlığı olmayan bir ev kadınına aittir. Evlerinde internet bağlantısı vardır fakat kendinin internetle olan ilişkisi, oğlunun yardımıyla cep telefonundan iğne oyası bakmakla sınırlıdır. Buna ek olarak, eşinin telefonunda mevcut olan WhatsApp uygulaması üzerinden kız kardeşiyle görüntülü konuşma yaptığını ifade etmiştir:

“(…) bacımla konuşuyorum. (...) görüntülü böyle. Onun da <kız kardeşi> okuması yok, benim ki de yoktur. Mesela, bi görüşme yapabiliriz <gülüyor>” (23. Kadın, 32, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

Bu görüşmecinin, haber kaynağı olarak ilk başvurduğu araçla ilgili söyledikleri ise daha önemlidir. İfadelerinde, çalışma hayatı olan kadınlar ile kendi gibi ev kadını olan kadınlar arasında bir karşılaştırma yapmıştır. Telefon, internet gibi yeni iletişim araçları evin dışındaki dünyayla ilgilidir. İfadelerinde, farkında olmadan kurduğu bir “biz”, yani “ev kadınları” ve “onlar” yani “iş kadınları” ayrımı yaptığı görülmektedir:

⁸¹“Bir okul bitirmedi” şeklindeki düzeylendirme okur-yazar olmayanları ve diplomasız okur-yazarları kapsamaktadır.

“Yav mesela, biz, kadınlar evdee. Yani ev kadınları olduğu için televizyona sürekli bakıyoz. O mesela diğer iş kadınları, telefonlara girip her şeyi görebiliyo. (...) benim için ev, evde oturduğum için, şey daha ee, televizyon daha şey. Ama bazı kişi için televizyon daha-... Şimdi sürekli telefon ellerinde. Facebook’a giriyolar, şeye giriyolar, internete giriyolar... Mesela biz de öyle değil yani” (23. Kadın, 32, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

Aşağıdaki görüşmeci ise, evlerinde internet bağlantısı olmasa da, internetle olan ilişkisi görece daha fazla olduğu anlaşılan, sosyal medya ortamlarından WhatsApp, Facebook ve Instagram’ı kullanan, 28 yaşında ve 4 çocuk sahibi bir ev kadınıdır. İlkokul dördü bitirdikten sonra okula devam etmediğini ve hayatında hiç gazete okumadığını söyleyen görüşmecinin, sosyal medya ortamlarında gerçekleştirdiği çevrimiçi davranışları önemsizleştirdiği, buna karşın “haber konusu oldu mu, televizyondan” şeklindeki ifadelerinden ise haberi daha önemli bir konuma yerleştirdiği anlaşılmaktadır. Bu ifadelerin, çalışmamızdaki kadınların çoğunun televizyona atfettikleri ciddiyete ve duydukları güvene örnek teşkil ettiği söylenebilir:

“Hayatımda hiç gazete okumadım ben. Gerçekten yani. Hiç! (...). Televizyondan daha kolay geliyor. İnternette bakarım millet ne paylaşmış, ne yapmış <önemsiz bir şey olduğunu vurgular gibi söylüyor> onu araştırırım yani, ama haber konusu oldu mu, televizyondan” (31. Kadın, 28, evli, diplomasız okur-yazar, ev kadını, Sevinç köyü).

Tablo 4.16, haberleri öğrenmek için öncelikli olarak geleneksel medyaya başvurduğunu söyleyenlerin oranının, 24 ve altı yaşlarda %42 olduğunu, fakat bu oranın yaş arttıkça arttığını 55 ve üzeri yaşlarda ise %95,5’e çıktığını göstermektedir. Haberleri öğrenmek için öncelikli olarak internete başvuracağını söyleyenlerin oranı 24 ve altı yaşlarda %58 iken, yaş arttıkça bu oranın azaldığı ve 55 ve üzeri yaşlara gelindiğinde %1,5’e düştüğü görülmektedir. Daha açık bir ifadeyle, yaş arttıkça haberleri öğrenmek için ilk başvuru aracı olarak televizyonu, yaş azaldıkça ise interneti tercih edenlerin oranı artmaktadır (Tablo 4.16). RTÜK’e göre de, 45 yaş üstü ve evde daha fazla vakit geçiren bireyler, hâlâ en fazla televizyon izleyen kesimi oluşturmaktadır (RTÜK, 2018). Yine bu oranlara; gençlerin ve ileri yaştakilerin tercihlerine örnek teşkil edebilecek ifadelerle aşağıda yer verilmiştir:

Haberlere daha çok sosyal medya ortamları aracılığıyla ulaştığını söyleyen 17 yaşındaki genç, televizyonda tek bir görüşü görme şansı olduğunu, ama sosyal medyada farklı görüşleri de alabildiğini belirterek, internetteki çoksesliliğe gönderme yapmaktadır.

Ayrıca, internet ortamında bir şeylere istediği an erişebilme şansının daha yüksek olduğunu da eklemektedir. Bu gencin tercihinin, medya okuryazarlığının farklı vecheleriyle ilgili olduğunu söyleyebilmek kolay olmasa da bu yönelimin daha çok, hız ve anında erişebilirliği de kapsayan yeni iletişim araçlarıyla biçimlenmiş yaşam tarzıyla ilişkili olduğu belirtilebilir. Kurulan bu ilişki, haber için ilk başvurulacak araçlarla ilgili tercihleri yansıtan nicel bulguları açıklamak için yeterlidir. Medya okuryazarlığı düzeyinin, gençlerin tercihinde ne kadar etkili olduğu ise, daha farklı bir odaklanmayı gerektirmektedir:

“Haberleri daha çok sosyal medya yardımıyla ediniyorum çünkü televizyondaki haberlerin nasıl anlatabilirim?.. Kişisel olarak yani tek bir şeyde; yani o adamın kendi düşüncesi var ve habere bunu aktarıyor. Nasıl anlatırım size?.. (...) Şey olarak bulmuyorum ben, doğru olarak bulmuyorum televizyondaki haberleri. (...) Ya bir de orada televizyonda tek bir insanın görüşünü görme şansın var. Orada izledin, başka bir yere geçtiğinde onu yakalama şansın yok ama sosyal medyaya yazdığı zaman orada kalıyor. Başka insanların görüşlerini de alabiliyorum. Yani doğru bilgi, herkeste ortak bir şey varsa, onun doğru olduğuna inanıyorum. (...) Bazı haber sitelerini takip ediyorum” (29. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.).

Yaşı yüksek olan görüşmecilerin neden geleneksel medyayı tercih ettiklerine örnek teşkil eden ifadeleri ise aşağıdaki gibidir:

“Genelde kahveye gidiyorsam gazete. Orda da televizyon var. Ama televizyon önceliği herkesin” (erkek, kimlikte 58, ilkokul mez., emekli, anket 367).

“Bilmiyorum yavrum, internet bilmiyorum ki. (...) Televizyona bakıyım haberlere” (11. Kadın, 60, evli, diplomasız okur-yazar, ev kadını, Gündoğdu mah.)

“Televizyon açıyoruz. Gazete alışkanlığımız yok. İnterneti de bilmiyorum. Çocuklar tabi farklı düşünüyo. Onlar internete direkt bakıyo.” (9. Kadın, 46, evli, ilkokul mez., evlere temizliğe gidiyor, Gündoğdu mah.).

“Gazete. Bakmak istesem gazeteye bakarım. Televizyonla işim yok. Kafam çekmiyor. Çocuk gürültüsü, amcanın sesi...” (kadın, 60, evli, okula gitmemiş, sadece okumayı biliyor, ev kadını, anket 307)

“Televizyon. Bir o var. Gazeteyi nerde bulayım” (kadın, 60, ilkokul mez., ev kadını, 230. anket).

Tablo 4.16’ya bakıldığında, haberleri öğrenmek için öncelikli olarak geleneksel medyaya başvurduğunu söyleyenlerin oranının, bir okul bitirmeyenlerde %95,2 olduğu

fakat bu oranın eğitim düzeyi yükseldikçe azaldığı da görülmektedir. Bu oran ilkokul mezunlarında %89,1'e, eğitim düzeyi ortaokul olanlarda %63'e, eğitim düzeyi lise olanlarda %48,1'e ve yükseköğretim olanlarda ise %33,3'e düşmektedir. İnterneti tercih ederim diyenlerin oranı ise eğitim düzeyinin yükselmesine paralel olarak artmaktadır. Buna göre, eğitim düzeyi düştükçe haberleri öğrenmek için ilk başvuru olan araç olarak televizyonu, eğitim düzeyi yükseldikçe ise interneti tercih edenlerin oranının arttığı ifade edilebilir.⁸²

Haber öğrenmek için ilk başvuru olan iletişim aracının ve mecbur kalınması durumunda tercih edilecek iletişim aracının, bireylerin yaşlarıyla ve eğitim düzeyleriyle ilişkili çıkması elbette şaşırtıcı değildir. Yine de, bireylerin teknolojiyle kurdukları ilişkinin niteliğini sadece yaş ile ilişkili olarak açıklamanın yetersiz kalacağını da belirtmek gerekir. Tam da bu bağlamda kuşakları *dijital yerli*, *dijital göçmen* şeklinde sınıflandıran kavramlaştırmalar giderek daha tartışmalı hâle gelmektedir. 28 yaşındaki bir kadın katılımcının ağzından çıkan “televizyondan daha kolay geliyo” cümlesinden de görüleceği üzere, bireylerin internetle aralarında kurulan mesafe, şüphesiz teknolojik araçlarla girdikleri etkileşim düzeyinden etkilenmektedir. Fakat bu etkileşimin niteliği hem temel okuryazarlığı hem de medya okuryazarlığını kapsayan eğitim düzeyinden; hanenin ekonomik koşullarıyla belirlenen araç sahipliğinden; hepsinin bir sonucu olarak ortaya çıkan sosyal ve kültürel yaşama katılımından; yani bireylerin yaşam koşulları ve tarzlarından etkilenmektedir. Dolayısıyla sadece şimdiye kadar ortaya konan bulgularla değil, aynı zamanda araştırmanın devamında da yer alan bulgularla ilgili önemli bir noktaya burada açıklık getirmek gerekir. Çalışmanın nicel ayağından elde edilen sayısal veriler, gerek medya-yeni medya araçlarına olan sahiplik gerekse de kullanım oranları hakkında önemli bilgiler veriyor olsa da, örneklemin ‘kimler’ olduğunu net olarak gösterememektedir. Nicel bulgular, katılımcıların yaşam tarzlarını, hangi medya aracını

⁸²Görüldüğü üzere eğitim kategorisi *bir okul bitirmeyenler, ilkokul mezunları, ortaokul öğrencileri veya mezunları, lise öğrencileri veya mezunları, yükseköğretim öğrencileri veya mezunları* şeklinde beş düzeye ayrılmıştır. Bu beş düzey içerisinde kendini öğrenci olarak tanımlayan 79 kişi vardır. Bunlar yaş aralığı 14-25 arasında değişen ortaokul (%1,5), lise (%14,7), yüksekokul/üniversite (%2,9) öğrencilerinden ve üniversiteye hazırlananlardan (%0,2) oluşmaktadır. İlk etapta, evli, orta yaşın üzerinde ve ortaokul mezunu bir birey ile 16 yaşında liseye yeni başlayacak olan bir ortaokul mezununun aynı eğitim düzeyi içerisinde değerlendirilmesinin önüne geçilmek istenmişti. Böylece eğitim kategorisi *ortaokul ve altı, lise ve üzeri ve öğrenciler* şeklinde üç düzeye ayrılmıştı. Fakat daha sonra bu şekilde bir düzeylendirmenin eğitim değişkenini iyi yansıtmayacağı, eğitim değişkenine yaşa ilişkin bölünmeleri dâhil edeceği için iptal edilmiştir. Ayrıca böyle bir düzeylendirmenin vereceği sonuçlar yaş değişkeni içerisindeki 24 ve altındaki yaş grubunda kendini göstermektedir.

kendilerine neden yakın hissettiklerini, bu yakın hissedişin içini dolduran unsurları ortaya koyan nitel bulgularla desteklendiğinde, yani araştırmanın asıl öznelere konuştuğunda daha anlaşılır olmaktadır. Özellikle 2000’li yıllardan sonraki dijital eşitsizlik araştırmalarının temel vurguları, bu araştırma sahasında somut bir şekilde gözlemlenmiştir. Hatırlanacak olursa, 2000’li yıllardan itibaren, gerek kullanım becerileri ve eğilimlerinden gerekse de sosyo-ekonomik statüden kaynaklanan dijital eşitsizliklerin sorunsallaştırılmasının gerekliliği birçok araştırmada öne çıkmaktaydı (van Dijk ve Hacker, 2000; van Dijk, 2005; Hargittai, 2002; Jung vd., 2001; Selwyn, 2004; North vd., 2008; Zillien ve Hargittai, 2009; Witte ve Mannon, 2010; van Deursen ve Helsper, 2015; Ragnedda ve Muschert 2015; van Deursen vd., 2017; Taşdemir ve Fındık, 2017). Gelecek bölümlerde -özellikle de nicel bulgulara ilişkin tartışmalarda- görüleceği üzere, bireylerin cinsiyetlerinin, yaşlarının, eğitim düzeylerinin, kültürel sermayelerinin ve tüm bireysel farklılıklarının dijital eşitsizlik meselesi açısından önemsiz olduğu yanılığını uyandıracak düzeyde, erişim ve sahipliğe ilişkin eşitsizlikler görece kapanmaya başlamıştır. Oysa, sosyo-demografik ve bireysel özellikler yüzdelik oranların tarif edemeyeceği eşitsizlikler yaratmaktadır. Bu yeni durum, hem dijital eşitsizliklerle mücadeleyle yönelik hem de onun bir boyutu olan medya okuryazarlığını geliştirmeye yönelik yeni politikaların gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Buraya kadar olan tartışma, haber içeriklerine ulaşmak için ilk başvuru aracının tercihiyle yöneliktir. Kuşkusuz bu tercih bir güvenme-güvenmeme duygusunu içinde barındırıyor olup bu soruyla asıl öğrenilmek istenen, geleneksel veya yeni iletişim araçlarından hangisine daha çok güvenildiği değildi. Çünkü, araçlara olan ilk yönelimler, her zaman için, öncelikle bir güven duygusuyla ilişkili de değildi. Bunun, daha çok iletişim araçlarıyla kurulan ilişkinin biçim ve düzeyiyle, bu araçların bireyin gündelik yaşamına olan tesir gücüyle ve bir noktadan sonra da dijital becerilerle-okuryazarlıklarla ilgili olduğu düşünülmektedir. Yeni iletişim araçlarına erişme ve sahiplikle ilgili dijital eşitsizliklerin görece kapandığı, sosyal medya ortamlarının ve kullanıcılarının giderek arttığı günümüzde ise, haber konusunda hangi haber/bilgi kaynaklarının daha güvenilir görüldüğü önemli bir konudur. Avrupa Yayın Birliği’nin (*European Broadcasting Union* – EBU), 23 Mayıs 2017 tarihinde yayınladığı “Medyaya Güven 2017” başlıklı rapor; bir önceki yıl yapılan araştırmanın sonuçlarıyla kıyaslandığında, araştırmanın yürütüldüğü 33 ülke genelinde, internet ve sosyal medyaya olan güvenin azaldığını söylemektedir

(RTÜK, 2018, s. 80). Oxford Üniversitesi Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü'nün 2020 Dijital Haber Raporu da, internette yayılan yalan haberler konusunda endişe duyanların sayısının fazla (%56) olduğuna işaret etmektedir.⁸³ Türkiye de yalan haberden en fazla şikâyetçi olan ülkeler arasındadır. Türkiye'den araştırmaya katılanların %62'si aynı konudan endişe duyduğunu ifade etmiştir (Reuters Enstitüsü Dijital Haber Raporu, 2020, s. 18). Ülkemiz özelindeki bir başka bulgu, RTÜK'ün 2018 *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması* sonuçlarında yer almaktadır. Bu araştırmaya göre (2018, s. 79), geleneksel medyaya olan güven, internet ve sosyal medyaya olan güvenden daha yüksek çıkmış; güven sıralaması, televizyon, yazılı basın, radyo, internet üzerinden haber siteleri ve sosyal medya şeklinde olmuştur.

Türkiye'de sosyal medyada yanlış bilgi ve haber konulu önemli bir araştırma ise Kadir Has Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde yürütülmektedir. Farklı sosyo-ekonomik statü gruplarından katılımcılarla yürütülen söz konusu araştırmaya göre, bireylerin kendi görüşlerine yakın buldukları haberlere inandıkları ortaya çıkmıştır. Doğruluğundan yüzde yüz emin olmasalar bile, bireyler, kendi görüşlerine yakın kaynakların sunduğu anlatıları kabul etme eğilimindedirler. Bu sonuçlara ilişkin araştırmacıların yaptığı önemli bir tespit ise, “tanıdık olanı” benimseme davranışının “güven ihtiyacının” yerine geçtiği şeklindedir. Ayrıca, hem yukarıdaki araştırmaların hem de bu araştırmanın sonuçlarıyla benzer şekilde, haber denildiğinde güven duyulan araç olarak televizyon öne çıkmaktadır. Her biri sosyal medya kullanıcısı olan katılımcılar, emin olmadıkları haberlerin doğruluğunu teyit etmek için televizyona başvurdıklarını dile getirmişlerdir. Bu bulgular araştırmacıları, herkesin istediğini yayınladığı sosyal medyaya karşın, televizyonun ağırlığı ve kurumsal kimliği olan, RTÜK tarafından denetlenen bir araç olarak görüldüğü sonucuna ulaştırmıştır (Koçer, 2 Nisan 2019).

Bireylerin sosyal medyayı mı yoksa televizyonu mu daha güvenli bulduklarına ve sosyal medyada karşılaştıkları bilgi/haber içeriklerine güvenmelerini sağlayan unsurların neler olduğuna ilişkin verdikleri ifadeler aşağıdaki gibidir. Yukarıda bahsedilen araştırmaları ve bu çalışmanın nicel bulgularını da destekleyecek şekilde, görüşmeler de, televizyonun haber konusunda daha güvenli bir araç olarak algılandığını göstermektedir:

⁸³Raporda yer alan sonuçlar, 40 ülkede, 80 binden fazla kişinin katıldığı araştırma verilerine dayanmaktadır (Reuters Enstitüsü Dijital Haber Raporu, 2020, s. 4).

- Görüşmeci (3. Kadın, 33, evli, ilkokul mez., ev kadını, Sevinç köyü): Televizyonu seçerdim heralde. (...) o daha bi sanki şey. Ben çok fazla uzun süre bakamam telefona çünkü. Ya kolum ağarır, ya boynum ağarır, çok uzun süre bakamam. Ama o hep karşımda, bi de, garanti ya. Bence daha garanti.
(...)
- Görüşmeci (3. Kadın): Bazı siteler kendi sitesine girsinler diye, yalan yanlış her şeyi koyuyolar. (...) yalan yanlış şeyler çıkıyo. (...) Mesela, kimi yer diyo ki, deprem oldu şurda diyo, bakıyosun, hiç bi yerde deprem bulamıyosun. Hiç bi gerçek payı yok. Öyle zamanımızı da alıyolar. Bakıyoruz, ediyoruz...
- Araştırmacı: Nasıl ayırt ediyorsunuz (doğru veya yanlış bilgiyi)?
- Görüşmeci (3. Kadın): Tek bi yer gösteriyo, siteyi gösteriyo, başka hiç bi yer göstermediği için inanmıyosun bi daha. O siteye diyorum, orası yalan haber. Öyle olsa başka yerlerde de çıkardı diye düşünüyorum.

Yukarıdaki görüşmenin “televizyonu seçerdim” şeklinde başlayan ilk bölümü, “mecbur kalmanız durumunda televizyon veya cep telefonundan hangisini seçerdiniz?” sorusuna yanıt olarak verilen cevabın bir parçasıdır. Bu cevapta öne çıkan ifadelerden biri, televizyonun “daha garanti” bir araç olarak nitelendirilmesidir. Görüşmecinin, bazı sitelerin tıklanma amaçlı paylaşmış olduğu dikkat çekici içeriklerden yakındığı anlaşılmaktadır. Bir içerikle yalnızca “tek bi yer”de karşılaşılması, söz konusu içeriğin doğru veya yalan olarak nitelendirilmesinde önemli bir kriterdir. Dikkat çekici içeriklerin paylaşılmasından duyulan yakınmaya farklı görüşmelerde de rastlanmıştır. Özellikle bazı sanatçıların vefat ettiği yönünde yapılan haberlerle ve haber içeriğinin zamansal ve mekânsal bağlamından uzak, gerçeğe ilişkisiz fotoğraflar kullanılmasıyla ilgili şöylesi eleştiriler söz konusudur:

“Atıyorum, şöyle; “bi sanatçı öldü”, “yok bugün öldü, yok bugün öldü...” diye bi paylaşım yapıyo feyste. Ama akşam haberlerinde çıktığı zaman, durumu ağır, kritik diye bi haber paylaşıyo. Bence hiç şey değil yani” (6. Kadın, 32, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

“Hiç inanmıyorum (internetteki haberlere). (...) asparagas diyorlar ya... Yalan haber çok. Atıyorum, geçen sene bir tane fotoğraf paylaşmışlar. (...) Fotoğrafın arka tarafına bakıyorum çok uzakta bir palmiye ağacı var. Arkadaş! Buranın Türkiye olmadığı belli! Ordaki insanların

yüzüne de bak, Türkiye olmadığı belli” (32. Erkek, yaş bil. yok, evli, ilkokul mez., inşaat işçisi).

Daha fazla insan tarafından tıklanması için, dikkat çekici başlıklarla sunulan haber içeriklerinden duyulan şikâyetlere örnek teşkil edebilecek ifadeler farklı görüşmeciler tarafından da dile getirilmiştir. Bunun bir kandırmaca olduğunu ifade eden 28 yaşındaki bir kadın görüşmeci, dikkat çekici başlıkların yalnızca ünlülerin vefatıyla ilgili olmadığını, ‘Büyük Facia’ gibi başlıklarla, sanki Türkiye’de yaşanmış bir afet, kazaymış gibi sunulan, fakat “ismini ilk defa duyduğum bir şehirden” dediği içeriklerle de karşılaştığını belirtmektedir.

- Görüşmeci (19. Kadın, 28, evli, ortaokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.): Bazı insanlar mesela şey yapıyor, “Maalesef kaybettik!” diyor. Ondan sonra bir bakıyorsun ki bir ünlüyü gösteriyor. “Maalesef kaybettik!” diye. Yani tıklamasam, “Öldü!” dicem. Bir bakıyon amcasının, amcasının, oğlunun, oğlunun, oğlu ölmüş. Kandırabiliyorlar böyle. (...) En güzeli haber! Haberde zaten hemen söyler. (...) Televizyondan görmedikçe inanmıyorum. (...) TRT 2’de mesela açıyom alt yazıya bakıyom. Önemli bir şey olduysa. Yani bir bakıyom yok öyle bir şey, “Tamam” diyorum. (...) Ya, kafa karıştırıyorlar. Keşke bunlar olmasaydı!

Fakat, bu görüşmede ve farklı bir iki görüşmede de rastlanılan önemli vurgulardan biri ise “haber” sözcüğünün doğrudan televizyona karşılık olarak ve “güven” duygusunu da barındıracak şekilde kullanılmasıdır. Bunu yansıtacak örnek cümlelerden bazıları “En güzeli haber! Haberde zaten hemen söyler”, “Ama bunu (...) haberler yapmıyor” şeklindedir. Görüşmeciye göre, haberlerin, yani aslında televizyonun yapmadığı şey kandırmaktır. Bu anlamda, Kadir Has Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde yürütülen, Türkiye’de sosyal medyada yanlış bilgi ve haber konulu araştırmanın sonuçlarına benzer şekilde, televizyonun ağırlığı olan bir araç olarak algılandığı çok rahatlıkla ifade edilebilir (Koçer, 2 Nisan 2019).

- Araştırmacı: Yani neden peki insanlar yalan haber yapıyor olabilir sosyal medyada?
- Görüşmeci (19. Kadın, 28, evli, ortaokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.): E ama orada (sosyal medyada) adam gene kendini düşünüyor. Ne kadar tıklanırsa o kadar para kazanacak yani. (...) Para kazanıyor adam yani niye böyle bir şey yapmasın ki! İnsanların ne düşündüğü umurunda-... artık öyle-... diyom ya! Öyle bir zamandayız ki, kimin ne düşündüğü kimsenin umurunda değil! Her şeyi basitleştirdiler başta, bizi her

şeye alıştırdılar. (...) Mesela ben o an üzüldüyüm, açıyom, bir bakıyom başka bir yerde, başka bir şey olmuş, onu Türkiye’de yaşamış gibi yer yapıyor. ‘Son Dakika!’ işte, ‘Büyük Facia’ diye bir bakıyom ta nereden yani! İsmi ilk defa duyduğum bir şehirden... (...) Ha, bir tren kazası olmuş. İki kişi vefat etmiş. ‘Yasa Boğulacağımız Haber’ gibi (...) Ama bunu şey yapmıyor, haberler yapmıyor. Yapıyo mu? Yapmıyor. (...) Ha, çok önemli bir şey olursa onu ‘Son Dakika’ olarak altta veriyor onu (televizyon). İnanıyorum ben ona yani ama ben sosyal alemde (sosyal medyaya), o kadar şey yapmışlar ki artık bir sanatçı konuştuğu zaman gerçekten o mu (diye) yüzüne bakıyom, suratına bakıyom. Gerçekten o mu? Çünkü onu montaj yapıp da kendini sanatçı gösteren insanlar da var!

Yukarıda ifadeleri verilen kadın görüşmecinin, sosyal medyadaki haber içeriklerine karşı duyduğu güvensizliğin temel nedeni, tıkladığı haber içeriklerinin gerçeği yansıtmıyor olması veya başlığının uyandırdığı heyecanı haketmeyen bir içeriğe sahip olmasıdır. Sosyal medyadaki dezenformasyon yoğunluğunu göstermesi açısından, görüşmecinin tespitlerinin doğru ve yerinde olduğu düşünülmektedir. İfadelerinde öne çıkan önemli noktalardan bir diğeri de, daha önce ifade edildiği gibi, ‘haber’ sözcüğünün bizzat ‘televizyon’ sözcüğü ile eş değer tutulmasıdır. Nurhan Hanım’ın ifadesinde, ‘haber’ sözcüğü bizzat ‘televizyon’ sözcüğünün yerine kullanılmıştır.

39 yaşında ve dört çocuk babası aşağıdaki görüşmecinin de, yine haber sözcüğünü televizyon sözcüğünün yerine kullandığı görülmektedir. “Şimdi iki insan şurada konuştuğu zaman (...) hemen internete veriyorlar ama haber olduğu zaman en azından bir araştırıyorlar” cümlesi, televizyona, ciddiye, ağırlık ve kurumsallık yükleyen açıklamalara bir örnek teşkil etmektedir. Bu sohbette öne çıkan bir diğeri önemli açıklama ise, internette karşılaştığı haberin doğruluğundan emin olmak için, görüşmecinin ‘beklediğini’ belirtmesidir. Başka bir kanala, başka bir siteye bakacağını belirten görüşmeci, eğer yalan haberse hiçbir yerde bundan bahsedilmeyeceğini, o yüzden televizyondan duymanın daha mantıklı olduğunu ifade eder:

- Görüşmeci (4. Erkek, 39, evli, ilköğretim mez., inşaatçı, Sevinç köyü): Bence televizyondaki daha güvenlidir. Ee yani ne bileyim? Şimdi iki insan şurada konuştuğu zaman araya bir laf attığı zaman hemen internete veriyorlar ama haber olduğu zaman en azından bir araştırıyorlar. Orada işte- biz ikimiz şu anda, burada konuşuyoruz. E şu anda biz ne biliyoruz bizi kameraya alıyo mu, almıyo mu? En azından o olaylar- ben nereden bilim? Ben sizi tanımıyorum, siz buraya gelmişsiniz beni de tanımıyorsunuz. Biz burada

konusuyoruz, işte diyor ki “Eskişehir’de böyle iki kişi konuşurken, kameralara yakalandı!”. İşte internete ondan güvenmiyom ama-... En güzeli televizyon!

- Araştırmacı: İnternette aradığınız haberlerin güvenilir olup olmadığına nasıl kanaat getirirsiniz?
- Görüşmeci (4. Erkek) : (...) ben mesela diyorum ki internetteki haber, mesela diyom ki ‘Şu anda Amerika’yı Cumhurbaşkanı istifa etmiştir!’. Ben onu beklerim ki akşam haberlerinde de acaba o haber çıkıyor mu? Yani medyaya-... başka bir kanalı ararım, başka bir siteye... Mesela şey yaparım. Onun doğru olup olmadığını beklerim. Yani eğer bir yalan bir haberse zaten hiçbir yerde sözü, lafı geçecek bir haber olduğu zaman en azından televizyon daha iyidir, demin dediğim gibi. Televizyonda duymak bence daha mantıklı.

Görüşmecinin yukarıdaki alıntıda geçen “beklerim ki akşam haberlerinde de acaba o haber çıkıyor mu?” ve “Televizyonda duymak bence daha mantıklı” şeklindeki cümleleri, onun için esas olan haber teyit organının televizyon olduğuna işaret etmektedir. İnternette/sosyal medyada karşılaşılan bir haberin doğruluğunu teyit etmek için televizyonda da aynı haberi görmeyi bekleyen veya televizyonun daha güvenli olduğunu söyleyen farklı görüşmecilerin ifadeleri ise şu şekildedir:

“Valla bence televizyon daha güvenli internetten. (...) Hani kıyaslarsak, hani internette dedim ya, çok fazla sipekülasyon, çok fazla yalan haber var. Her şeye de güven olmuyo. İşte internet yararlı kullanmazsan başın çok fazla belaya girer, bence. Televizyon o konuda daha güvenilir bence” (15. Erkek, 41, bekâr, ortaokul mez., emekli, Emek mah.).

Aşağıdaki görüşmeler yine benzer içeriktedir. Farklı olan yönü ise, internetle ilişkisi görece daha sınırlı olan bireylerce dile getirilmiş olmalarıdır. Gerektiğinde eş veya çocuklarının yardımıyla interneti kullanan bu bireyler, televizyonu tercih etme nedenlerini de, salt televizyona atfedilen özelliklerle açıklamışlardır. Bu bireylerin televizyonu tercih nedenlerine geçmeden önce, internetle kurdukları sınırlı ilişkiyi gösteren bazı ifadelerine yer vermek daha aydınlatıcı olacaktır. Sözgelimi, aşağıdaki ilk görüşmenin sahibi sosyal medya ortamlarını kullanıp kullanmadığı ile ilgili soruya “Yokkine öyle bişeyim” yanıtı verirken; ikinci görüşmeci “Yok. Kullanmıyoz öyle. Bizim öyle alakamız olmaz” yanıtını vermiştir. Bu iki görüşmeci aslında internet kullanmaktadır. Buna karşın kullanımları tek yönlüdür, yani çevrimiçi davranışları çeşitlilik göstermemektedir. Üçüncü alıntının sahibi Döndü Hanım için yine aynı şeyler söylenebilir. Kendi akıllı telefonu şu an kullanılamaz durumda olduğu için, Facebook

hesabına eşinin telefonundan ve ancak eşi açtığı zaman erişebildiğini şu sözlerle ifade etmektedir: “Kullanıyom tabi ki (...) benim ailem resim gönderiyorlar. Ben de gönderiyom. İşte onu biliyorum ben resim göndermeyi. (...) Eşim açıyo (...) . Onun telefonunda açıyor”.

Bu üç görüşmecenin televizyonu neden daha güvenilir bir araç olarak nitelendirdikleri tam olarak anlaşılamamaktadır. “Televizyon canlı oluyo bi sefer” cümlesinin haricinde göze çarpan net bir ifade yoktur. Daha çok hislerin ön plana çıkarıldığı veya televizyona duyulan güvenin tekrarlandığı görülmektedir:

“Televizyon güvenilir <“ya ne olacaktı” der gibi bir edayla söyledi bu cümleyi>. (...) Televizyon canlı oluyo bi sefer. Yani açık da kim ne yaptığı görülüyor. Doğru değil mi? Televizyon tabi iyi” (21. Erkek, 49, evli, ilkokul mez., dozer operatörü, Gündoğdu mah.).

“Televizyon daha güvenli. (...) Çünkü bazen görüyorsunuz yani, duyuyorsunuz sağda solda. Kaza yaptı, öldü, ölen kalan var mı... Televizyon daha güvenli yani” (22. Erkek, 26, evli, ortaokul mez., fabrikada kaynak bölümünde işçi, Emek mah.).

(...) Yani televizyonu sürekli izlediğim için mi bilmiyorum (...) daha güvenli bana geliyor televizyonda ve belki orda da (internette/sosyal medyada) gerçek olabilir ama, yani bilmiyorum sosyal medyada baya şeyler geliyor. İşte ona pek inanmıyorum, televizyona inanıyorum yani” (24.kadın, kimliği göre 40, evli okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

Aşağıdaki sohbet, yine internet kullanımı tek yönlü ve çevrimiçi davranışları çeşitlilik göstermeyen, iki çocuk sahibi 40 yaşındaki bir babayla gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmecenin de haber konusunda televizyona olan güveni daha fazladır. Neden böyle olduğu sorulduğunda, “çocuk atasından ne görürse onu şey eder ya! Ben atamda onları gördüm ondan öyle. Haber saati geldi mi atamlar ‘TRT Haber’i aç!’ derdi” şeklinde verdiği yanıt, bir anlamda tanıdık ve alışılmış olanın yarattığı güven duygusuyla açıklanabilir. Daha önce değinilen tanıdık olanı benimseme davranışının, güven ihtiyacının yerine geçtiği şeklindeki tespitin, bireylerin ideolojik anlamda kendilerine yakın kaynakların sunduğu anlatıları kabul etme eğilimi için yapıldığını bu noktada hatırlayabiliriz (Koçer, 2 Nisan 2019):

- Araştırmacı: Sosyal medyada denk gelir misin, haber paylaşımlarına, Facebook’ta?
- Görüşmeci (18. Erkek, 40, evli, ilkokul mez., fabrikada işçi, Gündoğdu mah.): (...) geliyor tabii! Gelmez mi? Şehidimiz var diyorlar. Ben de yazıyorum. “Yüce Rabbim

makamlarını mübarek etsin”. “Haklarını helâl etsin, bizden yana helâli hoş olsun. (...) <burada kısa bir ayet okuyor> “Âmin!” diyorum.

- Araştırmacı: İnternetteki haber mi daha güvenilirdir, televizyon mu daha güvenilirdir?
- Görüşmeci (18. Erkek): Tabii ki televizyon.
- Araştırmacı: Neden?
- Görüşmeci (18. Erkek): Güveniyorum. Güveniyorum, niye güveniyorum? Çocuk atasından ne görürse onu şey eder ya! Ben atamda onları gördüm ondan öyle. Haber saati geldi mi atamlar “TRT Haber'i aç!” derdi. Tabii! Şimdi senin atan sana nasıl şey ederse öyle gidersin. Doğru mu bacım? Nasıl yaşarsan yaşa. Mutlaka atandan gördüğünü yaparsın.
- Araştırmacı: Peki internette gördüklerinde güvenmeni sağlayan şey nedir?
- Görüşmeci (18. Erkek): Ben her şeyde mantık yürütürüm. (...) Mesela sizin buraya mesela-... benim hislerim de çok kuvvetlidir. Siz buraya ilk geldiğinizde hislerim, şeylerim... Hani kötü bir insan olsaydınız zaten siz buraya giremezsiniz. (...) Kusura bakma! (...) Ben altından, gümüşten anlamam ama insanlardan anlarım ben birazcık. (...) Az çok bir şeyler gördük.

Televizyona olan güvenin, “Ben atamda onları gördüm ondan öyle” ifadesiyle gerekçelendirilmesi, yine tanıdık olan iletişim aracı ve ortamlarını benimseme davranışıyla açıklanabilir. Tanıdık olanı benimseme davranışı, belli ki yine güven ihtiyacının yerine geçmektedir. Aslında, daha önceki üç görüşmecinin televizyona olan güvenlerini tam olarak açıklayamamalarının, aynı eğilimle ilişkili olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla, habere güven söz konusu olduğunda hangi aracın tercih edileceği, bireysel kullanım farklılıklarına bağlı olarak değişmektedir. Televizyona olan güven, kimi zaman sadece bir alışkanlıkla kimi zaman ise internet kaynaklı olumsuz haber edinme deneyimleriyle ilişkilidir.

Bilgi/haber edinme noktasında televizyona duyulan güvene karşın, internetteki, özellikle de sosyal medyadaki haber içeriklerine duyulan güvensizliğin bir diğer nedeni olarak “her kafadan farklı ses çıkması” gösterilmektedir. Aşağıda ifadeleri verilen 51 yaşındaki Fatma Hanım, televizyonu neden daha güvenli bulduğunu benzer bir şekilde açıklamaktadır. Görüldüğü üzere, tercihleri hangi araçtan yana olursa olsun, her iki aracı da kullanan bireyler tercihlerini daha somut örneklerle gerekçelendirmektedirler. Fatma Hanım’ın aşağıdaki ifadeleri sosyal medyayı aktif bir şekilde kullandığını göstermektedir. Facebook hesabına eşinin yardımıyla giren ve sadece resim yollamayı bildiğini ifade eden Döndü Hanım’la kıyaslandığında, Fatma Hanım’ın ‘görece’ daha ileri

bir kullanım düzeyinde olduğu ifade edilebilir. İşte bu durum, araçlara duyulan güveni gerekçelendirme noktasında daha somut göstergelerin kullanılmasını sağlamaktadır:

“Gruplarımız var, arkadaşlarım mesela ilkokul arkadaşlarımı yeniden burada gördüm. (...) burada benim çok grubum var hani Peygamber Efendimiz’e dair, Kur’anlar, şeyler... (...) Yemek sitelerine bakarım. Yani şeye de bakarım cilt (bakımı) şeyleri” (35. Kadın, 51, eşinden ayrı, ilkokul mez., evlere temizliğe gidiyor, Emek mah.).

Fatma Hanım, internetin haber konusunda kendisine güven vermediğini söylerken, konuyu internet alışverişlerindeki tehlikeye getirmiştir. Konunun dağılması üzerine tekrar edilen soruya karşılık, güven duyduğu aracın televizyon olduğunu söylemiştir. Nedeni ise, sosyal medyada tesadüfen karşılaştığı haber içeriklerinden birinin başka, öbürünün başka söylemesidir. Aslında internet alışverişlerindeki tehlikenin konudan çok da bağımsız olduğu söylenemez. İnternete duyulan güvensizliğin nedeni birden fazla unsurla ilişkili olabilir. Fatma Hanım nezdinde, bu unsurlardan birinin çevrimiçi alışveriş pratiği olduğu görülmektedir:

- Araştırmacı: Sosyal medyayı yoğun kullanıyorsunuz (...) internet haber anlamında size güven veriyor mu?
- Görüşmeci (35. Kadın, 51, eşinden ayrı, ilkokul mez., evlere temizliğe gidiyor, Emek mah.): Vermez. Çok sahte! (...) Çünkü “Neden?” dersin, oraya çok yorum yazıyorlar. Altına çok yazıyorlar, onlardan çok okurum. Kimisi sahte, “Sipariş verdim, gelmiyor”, kimisi şey yapıyor “Hiç almayın! İstedğimiz şeyler gelmiyor” diyor ama kimi yerler de güvenilir. Mesela bunlar <yeğenini gösteriyor> verir kıyafet falan, de mi İlknur?
- Görüşmecinin yeğeni: Hı-hı.
- Görüşmeci (35. Kadın): Onlar güvenir, kimi yerler güvenilir yani siteler. (...)
- Araştırmacı: Televizyon mu sizce daha güvenilir haber anlamında, internet mi?
- Görüşmeci (35. Kadın): Televizyondan.
- Araştırmacı: Neden o daha çok güven veriyor size?
- Görüşmeci (35. Kadın): Vallahi orasını bilmiyorum, o daha çok güven veriyor. Bunlar (internet) yani biri bir değişik söylüyor, öbürü bir başka söylüyor. Onun için fazla internette haber şey yapmam ama televizyonda seyrederim.
- Araştırmacı: Yani özellikle bir haber sitesine girer misiniz?
- Görüşmeci (35. Kadın): Hayır girmem, tesadüf gelir.

Aynı haberle ilgili farklı anlatılara internet ortamında sık karşılaşıldığıyla ilgili örnek ifadelerden bir diğeri de aşağıdadır. “Biri öyle söylüyor, biri ‘üç olmuş’ diyor, biri ‘beş olmuş’” diyen 35 yaşındaki erkek görüşmeci, en sonunda, artık televizyonun da

internetin de güvenilirmez olduğunu eklemiştir. Hepsinin reyting peşine düştüğünden, herkesin aynı haberi farklı şekilde verdiğinden yakınlarak, bu yakınmasını “Kime inanacağımızı şaşırdık” şeklinde ifade etmiştir:

- Görüşmeci (5. Erkek, 35, evli, ilkokul mez., işsiz, Sevinç köyü): Vallahi gözümle görmediğim hiçbir şeye de inanmam. İlla ki gördüğüme inanırım. İnternet şu an ne bileyim? Biri öyle söylüyor, biri “Üç olmuş” diyor, biri “Beş olmuş” diyor, biri “Hiç olmamış” diyor. İnternet-... yalan derler ya!
- Araştırmacı: İnternetteki haber mi daha güvenilirdir, televizyondaki mi?
- Görüşmeci (5. Erkek): İkisi de aynı! (...) Ya şimdi eskiden hepsine güveniyorduk. Ama şimdi milleti bir arayış, bir telaş peşine düşmüş, bu reyting peşine düşmüş. Bu, reyting peşine düştüğü için-... Herkes aynı haberi veriyor ama farklı şekilde veriyor. (...) Farklı şekilde veriyor. Çünkü haberler aynı ama değişik değişik şekilde veriyor. Kime inanacağımızı şaşırdık, daha ben sana böyle cevap vereyim.

Sosyal medyada ya da internet sitelerinde karşılaştığı haber içeriklerinin doğru mu yalan mı olduğunu ayırt edebilmesinde, haberin kaynağının kendisi için önemli olduğunu belirten aşağıdaki kadın görüşmeci de, Facebook’ta karşılaştığı bir haberle ilgili olarak rastladığı farklı anlatılardan şikâyet etmiştir:

“(...) Yani şimdi, ee mesela, açıyosun feysbuğu, şu komşu kızın kaçırıldığı olayla ilgili. İlk baştan beri, uu büssürü, her siteden büssürü şey çıktı mesela ilk başta tecavüz, hani, hiç bi otopsi yapılmadan. Kimi diyo ‘vardı’ da, kimi ‘yok’ dedi, kimi ‘var’ dedi, kimi ‘yok’ dedi... Ben tıklamadım bile yani çoğunu. Dedim yalan haber bunlar. En son hani güvendiğim site neyse ordan bakarım yani...” (7. Kadın, 35, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

Konu ile ilgili bazı gençlerin ifadeleri ise aşağıdadır. Bilgi/haber anlatıları söz konusu olduğunda, gençlerin televizyonu mu yoksa interneti/sosyal medyayı mı daha güvenli buldukları konusunda, diğer kullanıcılardan keskin bir biçimde ayrıldığı söylenemez. Bazı gençler, genel eğilimde olduğu gibi, televizyonu daha güvenli bulduklarına ifade etmişlerdir. Buna karşın, farklı anlatıları görme imkânı sağlamasından dolayı interneti daha avantajlı bulanlar da olmuştur:

“Haber paylaşımlarına girmiyodum internette; çoğu yalan oluyo” (14. Erkek, 19, bekâr, üni. yeni kazandı, Gündoğdu mah.).

- Araştırmacı: Hangisi haber için daha güvenlidir; televizyon mu, internet mi?

- Görüşmeci (34. Erkek, 17, bekâr, lise terk, sanayide oto elektrikçi, Emek mah.): Televizyon. (...) Şimdi internetteki şeyler 500 kişinin ağzından birden yayılıyor, herkes onu paylaşıyor. Değiştirip, değiştirip yazıyor. Yok “Bugün şu oldu”, “Bugün şu değişti” ama televizyonda bir gün sunuyorlar, bitiyor. Mevzu bitiyor yani. İnternette 1-2 ay dolaşıyor yani o konu. Değiştirip, değiştirip dolaşıyor. Her site farklı bir şey üzerine yazıyor. O yüzden televizyon daha güvenilir bir araç bana göre.

Gençlerin internetle olan ilişkileri daha fazla ve kullanımları görece daha çeşitli olduğu için, doğru ve yanlış bilgiyi/haberi ayırt etme noktasında, “yorumlarına da bakarım”, “karşılaştırırım”, “birkaç siteye bakarım”, “1-2 siteye bakıyorum” şeklinde ifadelerle dile getirdikleri farklı sitelere bakma yönünde bir tutum sergiledikleri anlaşılmaktadır. Lisede bilgisayarla ilgili bir bölümde okuduğu için kendine bu konuda güvendiğini dile getiren aşağıdaki gencin, “Böyle ilgimi çekti diyelim, şüpheleniyorum, ‘Millet ne demiş?’ Ona göre karşılaştırırım” demesi, bu tutuma güzel bir örnektir. Dolayısıyla, “her kafadan farklı ses çıkması” şeklinde ifade edilen ve internetteki haber içeriklerine olan güvensizliğin nedenlerinden biri olarak gösterilen durum, internetle daha yoğun bir ilişki içinde olan bazı genç kullanıcılar tarafından, doğru olan içeriğe ulaşmanın bir yolu olarak da görülebilmektedir:

- Görüşmeci (30. Erkek, 17, bekâr, lise ögr., Emek mah.): Şu şekilde sosyal medyada takılırken görürsem, ilgimi çekerse... O şekil habere bakıyorum daha çok. (...) ben daha çok haberlerin yorumlarına da bakarım. “Ne demişler?” falan diye. O şekilde yani. Böyle ilgimi çekti diyelim, şüpheleniyorum. “Millet ne demiş?” Ona göre karşılaştırırım.
- Araştırmacı: Çok fazla bilgi var şimdi internette. Nasıl ayırırsın güvenilir olup olmadığına göre?
- Görüşmeci (30. Erkek): Şimdi örneğin bir şey üstünde araştırma yapıyorum. Başka sitelere de bakarım, aradığım- tek bir site üzerinden gitmem yani. Birkaç siteye bakarım. “Onlar ne demiş?”, onları toplayım mesela içinden düzgün bir şekilde alacağımı alırım yani. O şekilde olur.
- Araştırmacı: Kendini nasıl değerlendirirsin, internet kullanma becerini? ‘Kötü’, ‘Orta’, ‘İyi’?
- Görüşmeci (30. Erkek): ‘İyi’. (...) Ya şimdi ben küçüklüğümde beri elim teknolojiye yatkın. Teknolojiyle büyüyorum. Bir de zaten alanım bilişim. Bilgisayar üzerinden okuyorum. O yüzden kendime güveniyorum.
(...)
- Araştırmacı: İnternet mi haber anlamında sence daha güvenilir televizyon mu?
- Görüşmeci (30. Erkek): (...) Bence internet daha uygun.

<farklı bir sohbetten döküm devam ediyor>

“Yani şimdi sosyal medyada bir haber çıkıyor mesela. Benim genelde takip ettiğim 3-4 tane bilgi sayfası var. Oradaki haberlere mesela gördüğümde ilgimi çeken bir şeyse internete girip, oradan yine aynı şekilde 1-2 siteye bakıyorum. Eğer çelişmiyorsa birbirleriyle, o zaman doğru olduğunu ya da olmadığını anlamış oluyom” (8. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Gündoğdu mah.).

Lise çağlarındaki gençlerin verdiği ifadeler arasında, üzerinde durulması gereken en dikkat çekici bulguya aşağıdaki genç ile yapılan sohbette rastlanmıştır. Şimdiye kadar ki görüşmelerden anlaşıldığı üzere, sosyal medyadaki haberlerin doğruluğundan emin olmak için televizyondan bakmak veya duymak önemliydi. Buna karşın, aşağıdaki genç, “televizyondaki haberler çok gerçekçi gelmediği için internetten de doğruluyorum onları” yanıtını vermiştir. İnternetin güvensizliğini kabul etmekle birlikte, bazı sitelerin güvenli olduğunu, bunun siteden siteye değiştiğini ifade etmiştir:

- Görüşmeci (10. Erkek, Emre, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.): (...) bazen haberlere bakıyorum çünkü televizyondaki haberler çok gerçekçi gelmediği için internetten de doğruluyorum onları.
 - Araştırmacı: İnternet daha mı güvenli senin için?
 - Görüşmeci (10. Erkek): Ya internette şöyle bir şey var, çok güvensiz yerler de var. Yani doğru olmayan yerler de var ama bazı siteler var onlar cidden güvenli. Yani siteden siteye göre değişiyor. Bazıları hatta e- ya-yalancı resim koyuyorlar. Yabancı haber oluyor. O öyle değil de yani gerçek haberler var onlara güveniyorum.
- <sohbetin farklı bir yerinden döküm devam ediyor>
- Görüşmeci (10. Erkek): Haber, internetten bakıyorum dediğim gibi. Öyle televizyondan izlemiyorum.

Aşağıdaki genç de benzer şekilde, televizyon gibi internetin de haber konusunda tehlikeli olduğunu kabul etmekte ama araştırma ve farklı kaynaklara ulaşma imkânı sunmasının interneti daha avantajlı kıldığını belirtmektedir. Ona göre televizyon, böyle bir fırsat sunmaktan uzaktır:

- Araştırmacı: Peki haber anlamında sence hangisi daha güvenli, internet mi yoksa televizyon mu?
- Görüşmeci (2. Erkek, 16, bekâr, lise öğr., Gündoğdu mah.): Haber anlamında şimdi ilk duyduğun habere göre inanırsan ikisi de şey tehlikeli bence ama araştırırsan, internet daha şey az tehlikeli.

- Araştırmacı: Neden öyle düşündün?
- Görüşmeci (2. Erkek): Çünkü-... (...) Şey internette baktığın bir sürü insan istediğini yazabiliyor oraya. Aslında şey de bir nevi kanallarda da öyle ama internette mesela başka bir sürü ünlü siteler var. O konu hakkında herkesin bir şeyler yazabildiği blog sayfaları falan... O sayfalardan bilgili insanların bloglarını okuyabiliyorum ama televizyonda öyle değil! (...)

Bu araştırma sahasında, gençliğin yaştan sonra gelen, bazen de yaş unsurunu tamamen önemsiz veya görünmez kılan birinci temel koşulunun bekâr olmak, ikincisinin ise eğitim hayatının içinde yer almak olduğu, çalışmanın daha önceki bir bölümünde belirtilmişti. Bu başlık altında da, eğitim hayatı devam eden ve bekâr olan bazı gençlerin haber konusunda internetteki içeriklere karşı görece daha olumlu bir yaklaşım içinde olmaları elbette önemli bir bulgudur. Fakat, bu olumlu yaklaşımın, tıpkı internetle ilişkisi olmayan veya çok sınırlı olan kullanıcıların televizyona olan nedensiz yatkınlıklarında olduğu gibi, güven duygusunun yerine geçen tanıdık olanı benimseme davranışıyla da ilişkili olduğu düşünülmektedir. Hatırlanacak olursa, Oxford Üniversitesi Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü'nün 2019 Dijital Haber Raporu'na göre de, WhatsApp ve Facebook Messenger gibi uygulamalarda kapalı gruplara üye olan Türkiye'deki kullanıcıların, sosyal medyada karşılaştığı haberlere güvenme oranı daha fazlaydı (Ünsay, 12 Haziran 2019). Ayrıca bu gençlerin, internetteki doğru ve yanlış bilgiyi ayırt etme veya teyit etme amacıyla, yine çevrimiçi ortamı kullanmaya daha yatkın oldukları anlaşılmaktadır. Diğer katılımcıların ifadeleriyle kıyaslandığında öne çıkan temel farklılık budur. Medya okuryazarlığı ve dijital beceri düzeyleri bilinmese de, anne-babaları ile kıyaslandığında, internet gençler için daha tanıdık, en azından kendilerini onlar kadar güvensiz hissetmedikleri bir ortamdır. Ortamın tanıdıklığı ve kendini güvensiz hissetmeme duygusunun internet kullanımının yoğunluğuyla ilişkili olduğu düşünülmektedir. Çünkü, internet alışverişi yapma gibi, saha genelinde çok sık karşılaşılmayan bir çevrimiçi pratiği olan 35 yaşındaki evli bir ev kadın görüşmeci de, internetteki haber kaynağına önem verdiğine ve güvendiği sitelere baktığına ilişkin ifadeler kullanmıştır. Yine de, genel bir çerçeveden bakıldığında, daha önceki araştırmaların sonuçlarıyla da benzerlik gösterecek şekilde, bilgi/haber anlatıları konusunda televizyon sosyal medyadan çok daha güvenli görülen bir araç olarak öne çıkmaktadır. Bireylerin interneti kullanma yoğunlukları, sosyal medya kullanıp kullanmadıkları elbette bu güven duygusunu etkileyen önemli unsurlardır. Aynı zamanda,

bu unsurlar sadece hangi araca daha çok güvenildiğini değil, bu güvenin nedenlerini, ne ile gerekçelendirildiğini de belirlemektedir.

4.5.4. Geleneksel medya-yeni medya tercihleri: “Acayip bi soru sordun. İki de zorunlu ihtiyaç şimdi...”

Bu başlık, “televizyon veya cep telefonundan birini tercih etmek zorunda kalsanız hangisini tercih edersiniz?” sorusuna verilen yanıtlara ayrılmıştır. Katılımcıları bir tercih yapmaya zorlayan bu soru, dijital eşitsizliklere ilişkin bulgulara ulaşılmasını sağlamıştır. Bununla birlikte, elbette dijital eşitsizlikler doğrudan tercihin kendisiyle, yani televizyon veya akıllı telefondan birini tercih etmekle ortaya çıkmamaktadır. Nitel veriler, bu tercihin yaşla ve eğitim düzeyiyle ilintili nedenlerinin görülmesini sağlamış, eşitsizlikler işte bu noktada belirginleşmiştir.

Söz konusu soruyu yanıtlayan 409 katılımcının yarısından fazlasına karşılık gelen %70,4’ü mecbur kalmaları durumunda tercih edecekleri aracın cep telefonu olacağını belirtmiş, kalan %29,6’sı ise aynı soruya televizyon yanıtını vermiştir.

Tablo 4.17. Mecbur kalınması durumunda ilk tercih edilecek iletişim aracının cinsiyet, yaş ve eğitim değişkenleriyle ilişkisi – Ki-kare testi sonuçları

	Mecbur kalınması durumunda ilk tercih edilecek iletişim aracı			
	n	χ^2	sd	p
Cinsiyet	409	11,104	1	.001
Yaş	408	84,818	4	.000
Eğitim	404	44,612	4	.000

α : .05 için anlamlıdır.

Söz konusu soruya verilen yanıtların, katılımcıların cinsiyetleri, yaşları, eğitim düzeyleri ve meslekleri ile ilişkili olup olmadığına ilişkin ki-kare testi sonuçları ise yukarıdaki tabloda (Tablo 4.17) verilmiştir. Tablo 4.17’ye göre, farklı cinsiyet ($\chi^2_{(1)}=11,104$ p.001<.05), yaş ($\chi^2_{(4)}=84,818$ p.000<.05) ve eğitim ($\chi^2_{(4)}=44,612$ p.000<.05) gruplarındaki bireylerin mecbur kalmaları durumunda tercih edecekleri araçlarda gözlenen ilişkinin anlamlı olduğu bulunmuştur. Bu anlamlılığın ne ifade ettiğini gösteren dağılım tablosu (Tablo 4.18) ve bu tablonun yorumu aşağıdadır:

Tablo 4.18. Mecbur kalınması durumunda ilk tercih edilecek iletişim aracının cinsiyet, yaş ve eğitim değişkenlerine göre dağılımı

		Televizyon	Cep telefonu	Toplam
Cinsiyet n=409	Kadın	36,5	63,5	100
	Erkek	21,4	78,6	100
Yaş n=408	24 ve altı	7	93	100
	25-34	17,9	82,1	100
	35-44	28,6	71,4	100
	45-54	57,4	42,6	100
	55 ve üzeri	60	40	100
Eğitim n=404	Bir okul bitirmedir ⁸⁴	55	45	100
	İlkokul mezunu	44,9	55,1	100
	Ortaokul öğr./mez.	29,7	70,3	100
	Lise öğr./mez.	12,2	87,8	100
	Yükseköğretim öğr./mez.	15,6	84,4	100

Tablo 4.18 incelendiğinde, televizyonu tercih ederim diyen kadınların oranının %36,5, erkeklerin oranının %21,4 olduğu görülmektedir. Cep telefonunu tercih edeceğini belirten kadınların oranı %63,5 iken, bu oran erkeklerde %78,6'ya çıkmaktadır. Buna göre, kadınların tercihlerinde televizyonu, erkeklerinse cep telefonunu ön plana çıkardıkları görülmektedir.

Televizyonu tercih edenlerin oranı, 24 ve altı yaşlarda %7 iken, bu oran yaş arttıkça artmakta, 55 ve üzeri yaşlarda %60'a çıkmaktadır. Cep telefonunu tercih edenlerin oranı ise, 24 ve altı yaşlarda %93 iken, bu oranın yaş arttıkça azaldığı ve 55 ve üzeri yaşlara gelindiğinde %40'a düştüğü görülmektedir. Daha açık bir ifadeyle, yaş arttıkça televizyonu; yaş azaldıkça ise cep telefonunu tercih ederim diyenlerin oranı artmaktadır (Tablo 4.18).

Yine Tablo 4.18 incelendiğinde, mecbur kalınması durumunda televizyonu tercih ederim diyenlerin oranının bir okul bitirmeyenlerde %55 olduğu fakat bu oranın eğitim düzeyi yükseldikçe azaldığı görülmektedir. Bu oran ilkokul mezunu olanlarda %44,9, eğitim düzeyi ortaokul olanlarda %29,7, eğitim düzeyi lise olanlarda %12,2 ve eğitim düzeyi yükseköğretim olanlarda ise %15,6'dır. Cep telefonunu tercih edeceğini ifade edenlerin oranı ise, eğitim düzeyinin yükselmesine paralel olarak artış göstermektedir. Buna göre, eğitim düzeyi düştükçe televizyonu, eğitim düzeyi yükseldikçe ise cep telefonunu tercih edenlerin oranının arttığı ifade edilebilir.

⁸⁴“Bir okul bitirmedir” şeklindeki düzeylendirme okur-yazar olmayanları ve diplomasız okur-yazarları kapsamaktadır.

Yaşa ve eğitime ilişkin farklılıklar akıllı telefon kullanım amaçlarında da görülmektedir. Akıllı cep telefonu kullanım amaçlarının yaşa ve eğitime göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek için uygulanan Kruskal Wallis testi sonuçları (Ek Tablo 1), *WhatsApp, Messenger ve benzeri ortamlarda mesajlaşma* ($\chi^2_{(3)}=72.787$, $p<.05$), *sosyal medya ortamlarına girme* ($\chi^2_{(3)}=79,644$, $p<.05$) ve *internetten TV yayınlarını izleme* ($\chi^2_{(3)}=79,195$, $p<.05$) amaçlı akıllı cep telefonu kullanımlarının yaşa göre anlamlı olarak farklılaştığını göstermektedir ($p<.05$). Sıra ortalamalarına bakıldığında (Bkz. Ek 4.2), akıllı telefonun bu sayılan amaçlarla kullanımının 24 yaş ve altında tüm diğer yaş gruplarından yüksek olduğu görülmektedir. Bulunan anlamlı farklılıkların hangi yaş grupları arasında olduğu Ek 4.2’de verilmiştir.⁸⁵ Mann Whitney U testi sonuçları (Ek 4.3), *WhatsApp, Messenger ve benzeri ortamlarda mesajlaşma* ($U=6234,500$, $p<.05$), *sosyal medya hesaplarına girme* ($U=6637,500$, $p<.05$) ve *internetten TV yayınlarını izleme* ($U=7356$, $p<.05$) amaçlı akıllı telefon kullanımlarının eğitim düzeyine göre de anlamlı olarak farklılaştığını göstermektedir ($p<.05$).⁸⁶ Sıra ortalamaları dikkate alındığında (Bkz. Ek 4.3), bu sayılan amaçlar için akıllı telefon kullanımının eğitim düzeyi lise ve üzeri olanlarda ortaokul ve altı olanlardan yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Tahmin edildiği üzere, akıllı telefonu TV yayınlarını izlemek için kullanmak, haberleşme gibi tek yönlü kullanımlar için gerekli olandan daha fazla dijital beceri ve yeni iletişim araçlarıyla yüksek ilişkili bir yaşam tarzını gerektirir. Bu anlamda hem dipnotta belirtildiği gibi örneklem genelinde hem de farklı yaş grupları ve eğitim düzeylerinde bu amaçla akıllı telefon kullanım oranı düşüktür. RTÜK’ün, Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması’ndaki (2018) bulgulara, televizyon yayınlarını her gün geleneksel yöntemle izleyenlerin oranının %79,1; akıllı telefondan izleyenlerin oranının %3,9 olduğunu göstermektedir. Aynı araştırma, televizyon yayınlarını televizyondan takip etme eğiliminin yaş arttıkça yükseldiğini; eğitim düzeyleri açısından bakıldığında ise, televizyonun en fazla düşük eğitim düzeyinde olanlarca tercih edildiğini söylemektedir (2018, s. 122). Cep telefonu ve bilgisayar gibi yeni medya araçları ile televizyon içeriklerini takip etme eğilimi gençlerde daha fazladır (2018, s. 117).

⁸⁵Farklılıkların hangi yaş grupları arasında olduğu Mann Whitney U testi yapılarak anlaşılmıştır. Mann Whitney U testindeki anlamlılık düzeyi Bonferroni düzeltmesi ile belirlenmiştir.

⁸⁶Akıllı telefon kullanıcılarının geneli içinde, telefonunu internetten televizyon yayınlarını izlemek için kullananların oranı da düşüktür. “Akıllı cep telefonunu internetten televizyon izlemek için kullanıyorum” yargısını yanıtlayan 312 kullanıcının yarısından fazlası (%63,1) “hiçbir zaman” yanıtını vermiştir (Bkz. Ek 4.1.).

Burada yine önemli bir noktaya değinmek gerekiyor. Farklı cinsiyet, yaş ve eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık çıktığı doğrudur. Bu farklılık, kadınların erkeklere, ileri yaşta olanların kendilerinden genç olanlara ve eğitim düzeyi düşük olanların eğitim düzeyi yüksek olanlara göre televizyonu cep telefonuna tercih etme oranlarının daha fazla olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, televizyonu tercih etme oranı kadınlarda erkeklerden daha yüksek olsa da, cep telefonunu tercih edeceğini belirten kadınların oranı da %63,5'tir. Benzer şekilde, 55 ve üzeri yaşlarda televizyonu tercih edenlerin oranı %60 olsa da, aynı yaş grubunda cep telefonunu tercih edeceğini söyleyenlerin oranı %40'dır ve bunlar hiç de düşük yüzdeler değildir. Eğitim düzeyleri arasındaki farklılık için de aynı değerlendirme yapılabilir. Bu aslında, farklı cinsiyet, yaş ve eğitim düzeyleri arasında çıkan farklılık kadar anlamlı ve önemli bir bulgudur, çünkü yeni iletişim araçlarının etki ve öneminin sosyo-demografik özelliklerin sınırlarını aştığını göstermektedir. Evet; kadınlar, ileri yaşta ve düşük eğitim düzeyindekiler genel bir çerçeveden bakıldığında geleneksel medyaya daha yakın olsalar da yeni medyaya da sanıldığı kadar uzak değildirler. Buna karşın, tek yönlü kullanımların çeşitlenmesi söz konusu olduğunda, RTÜK'ün araştırma sonuçlarına benzer şekilde, yaş ve eğitim düzeyinden kaynaklanan eşitsizlikler derinleşmektedir. Geleneksel medya-yeni medya tercihlerine, bu tercihlerin nedenlerine ve kullanım amaçlarına ilişkin bireysel farklılıkların yanı sıra, eğitim düzeyine ve özellikle de yaşa bağlı farklılıkların daha ayrıntılı bir değerlendirmesine ise nitel veriler imkân sağlamaktadır. Bu veriler aynı zamanda, dijital eşitsizlikleri büyüten veya azaltan unsurların neler olduğuna ilişkin önemli veriler de sunmaktadır.

Örneğin, ikisi de ilkokul mezunu ve birbirine çok yakın yaşlarda olan iki ev kadınının tercihleri farklıdır. Biri cep telefonunu tercih edeceğini söylerken diğeri ise televizyon yanıtını vermiştir. Emek mahallesinde yaşayan 36 yaşındaki Kevser Hanım, cep telefonunu “o kadar” bilmediğini söylemiş, “televizyon daha basit, tuşuna basıyon çıkıyo” şeklinde sunduğu gerekçeyle birlikte televizyonu tercih etmiştir. Bunun nedenini eğitim düzeyiyle ve toplumsallaşma çevresiyle ilişkilendirdiği anlaşılmaktadır. “İlkokul mezunuyuz ya, öyle pek şeylere pek kafamız çalışmaz. (...) iyi olanlar vardır da...” şeklinde kurduğu cümle ve “köy alışkanlığı” diyerek köyde yetişmesine yaptığı vurgu önemlidir. “Biz mesela başımızı bağlamadan dışarı çıkamazdık” diyen Kevser Hanım,

eşine danışmadan hiçbir şey yapmadığını da eklemiştir.⁸⁷ Bu ifadelerle iletişim aracı tercihi arasında doğrudan bir ilişki kurmak elbette çok zordur. Buna karşın, Kevser Hanım kendi anlam dünyasında bir ilişki kurduğu için bu ifadeler önemlidir. Teknolojik olan karmaşık cep telefonunu modern şehir hayatıyla; tuşuna bastığı an kolayca açılan televizyonu ise düşük eğitim düzeyi, köy yaşamı ve muhafazakârlıkla ilişkilendirmiştir.

Buna karşın, yine Emek mahallesinden 35 yaşında ve ilkokul mezunu başka bir ev kadını tercihini cep telefonundan yana kullanmış, buna gerekçe olarak da telefonda her şeyin yapılabileceğini öne sürmüştür. Döndü Hanım'ın cep telefonu ve internet kullanımında 'iyi olanlar vardır da...' dediği kesime karşılık geldiği düşünülen bu görüşmeci için, daha önce başka kadınların da ifade ettiği gibi, televizyon sadece sesi için önemlidir:

- Görüşmeci (7. Kadın, 35, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.): "E cep telefonunu seçmek daha mantıklı olurdu? <'başka ne olacaktı?' der gibi yanıtıyor>. (...) hem görüşme yapabiliyosun hem istediğim her şeyi de araştırabilirim, izleyebilirim de, telefonda her şeyi yapabiliyosun zaten.
- Araştırmacı: İnternet bağlantısı olmasa yine aynı şeyi söyler miydin?
- Görüşmeci (7. Kadın): Aaaa! İnternet bağlantısı olmasa bi düşünürdüm tabi <hafifçe gülüyor>. Yaa, ama televizyonda çok hayatımızda bağımlı bi şey değil ki yani. Olmasa da olurdu yani. Sadece bi sesi var benim için. Onu da başka şeyler de, açarım şuraya bi radyo onda dinlerdim yani, eskiler nasıl yapıyomuş <hafifçe gülüyor>.

Orta yaş ve üzeri kullanıcıların ise, hangi araçları tercih ettiklerinden çok, bir aracı bir diğer araçtan öncelikli tutmalarını veya vazgeçilmez olarak görmelerini belirleyen temel unsurlar üzerinde durmak daha önemlidir. Daha önce de ifade edildiği gibi, yeni iletişim teknolojilerini kullanmak için gerekli olan okuryazarlıkları temel okuryazarlıktan ayırmak mümkün değildir. Kullandığı telefon akıllı olsun veya olmasın bir cep telefonu kullanıcısı, temel okuma yazma becerilerine gereksinim duyar. Bu aynı zamanda, yeni iletişim araçlarına erişim sağlandıktan sonra, bu araçların bireyin gündelik yaşamına ne düzeyde tesir edeceğini belirleyen temel unsurlardan da biridir. Bu anlamda, Ergur ve arkadaşlarının (2009), kısa mesaj uygulamasının kullanımı ile ilgili önemli tespitlerini,

⁸⁷Saha çalışması sırasında Kevser Hanım ile Emek mahallesinde çok sık karşılaşmıştır. İlk karşılaşmada anket yapılmasını istememiştir. Fakat sahada geçirilen uzun zamana bağlı olarak karşılaşmaların sıklaşması ve bazı komşularının da anket ve/veya görüşmeyi kabul etmesinin Kevser Hanım'ı etkilediği düşünülmektedir. Yukarıda özetlenen ifadelerine uygun olarak, eşine durumu anlatıp izin aldığını söylemiş ve görüşmeyi araştırmacıdan kendi talep etmiştir. Bu görüşmede ses kayıt cihazı açılmamıştır.

bugün yeni iletişim araçlarının çok daha ileri düzeydeki birçok uygulaması için de söylemek mümkündür:

“Kısa mesaj, kolaylıklarının yanı sıra, belli bir yazılı kültür algılamasını da gerektirmektedir. Kısa mesajın bir kolaylık olarak tasavvur edilmesi bile, yazının az ya da çok bir alışkanlık olduğu, bireyi saran kültür dünyasını ve toplumsal algılama kalıplarını biçimlendirici bir unsur olarak düşünüldüğü bir simgesellik düzeyinde mümkündür. Diğer bir deyişle, yazının kullanılması, kısmen de olsa bir öğrenilmişliğin sonucu, belli bir habitüsün ürünüdür. Kuşkusuz, bu durum, mekanik bir belirlenim ilişkisi doğurmaktan ziyade, çerçeveleyici bir davranış mantığı oluşturmaktadır. Yaş kuşakları arasında gözlemlenen kısa mesaj pratiği farkı, aynı zamanda sınıflar arasında da gözlemlenmektedir. Kısa mesaj yazmadaki beceri, hatta kısa mesaja başvurma gereksinimini hissetmenin kendisi bile, yazının toplumsal tahayyülde bir yer edinmiş olmasıyla mümkündür (s. 100-101)”

Yazarlar burada araçların sunduğu kolaylıklardan faydalanmanın, bireyin kültürel sermayesinin imkân verdiği ölçüde mümkün olduğunu ifade eder. Bu açıklama, dijital eşitsizlikleri yalnızca araçlara erişim ve sahiplikle açıklamanın eksik kaldığı, araçların kullanımını etkileyen faktörlerin de, farklı kesimler arasındaki eşitsizlikleri büyüttüğü veya azalttığına ilişkin olarak daha önce değinilmiş olan noktaları somutlaştırmaktadır. Bu noktada, Amartya Sen’in “yapabilirlik yaklaşımı”⁸⁸ da akla gelmektedir. Sen’in bu yaklaşımına göre, kişilerin yaşam standardını belirleyen şey sahip oldukları metâlar ve o metâların özellikleri değil, onları kullanarak bir şeyler yapabilme kapasiteleridir. Örneğin, bisiklet sahipliğinin bir kişiye verdiği fayda veya mutluluk, o kişinin bisikleti kullanabilmesine, bir yerden başka bir yere bisikletle gitmek istemesine veya bisiklete binmeyi eğlenceli bulmasına bağlıdır (Sen, 1983, s. 160). Ayrıca yukarıdaki paragrafın başında anlatılmaya çalışıldığı gibi, bireylerin hangi aracı hangisine tercih ettiklerinden çok, bu tercihi neden yaptıkları dijital eşitsizlik meselesinin daha derinde kalan yanlarına ışık tutmaktadır. Sözelimi, nicel bulgular yaş azaldıkça akıllı telefon tercihinin çok ciddi oranlarda arttığını göstermekteydi (25-34 yaş grubunda %82,1; 24 ve altı yaşlarda ise %93). Bununla birlikte, akıllı telefon tercihi 55 ve üzeri yaşlarda da azımsanmayacak düzeydeydi (%40). İşte bu noktada yaş gruplarının bu tercihleri hangi dürtülerle yaptıkları

⁸⁸ Amartya Sen’in “yapabilirlik yaklaşımı”, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından geliştirilen İnsani Gelişim Endeksi’ne de kuramsal bir temel oluşturmaktadır. Bu indekse göre, insani gelişme; iyi ve uzun yaşam, bilgiye erişim ve yüksek yaşam standardı esaslarıyla ilişkilendirilir (Şenses, 2014, s. 100-101).

önem kazanmaktadır. Örneğin, aşağıdaki ifadeler yaşları 49 ila 62 arasında değişen bireylere aittir. Tercihlerini telefonda yana kullanmış olmaları önemlidir ama bu tercihin gerisinde yalnızca haberleşme ihtiyacı ve çocuklarla iletişim kurmanın önemine yapılan vurgular öne çıkmaktadır. Telefonun akıllı olup olmama durumunun da bu noktada etkili olabileceği unutulmamalıdır. Bu etkinin devreye girmesi ise “alo dese konuşurum” ifadesiyle karşılık bulan tek yönlü akıllı telefon kullanım amacının çeşitlenmesi ve telefonda farklı özellikler ile uygulamaları kullanabilme becerileriyle mümkün olabilmektedir:

“Valla şimdi hanım kız acayip bi soru sordun. İkisi de zorunlu ihtiyaç şimdi... Yaa telefon önemli. Televizyonsuz idare edebiliriz” (21.erkek, 49, normal tel. kullanıcısı, evli, ilkokul mez., dozer operatörü, Gündoğdu mah.).

“Tabii ki telefonu tercih ederdim. (...) "Neden?" dersen, bir şey oldu mu ulaşma şeysi daha yakın olur, yani başıma bir şey gelse mesela arayabileceğim kişi olabilir, evet. Yani burada da internet oluyor, burada da girebilirsin hani iletişimden dolayı tabii ki telefonu tercih ederim” (35. Kadın, 51, eşinden ayrı, ilkokul mez., evlere temizliğe gidiyor, Emek mah.).

“Cep telefonu. Haberleşme için daha lâzım” (kadın, yaş 52, normal cep tel. kullanıcısı, ilkokul mezunu, anket 215).

“Cep telefonu. Çoluğu çocuğu arıyoruz. Fazla anlamıyorum ama...” (kadın, yaş 50, normal cep tel. kullanıcısı, ilkokul mezunu, anket 231).

“Cep telefonu. Mecbur. Çünkü haberleşme şeysi” (kadın, yaş 62, normal cep tel. kullanıcısı, ilkokul mezunu, anket 279).

Görüldüğü üzere, yukarıdaki ifadelerin içeriği telefonların haberleşmeyi sağlama işlevine verilen önemle sınırlıdır. Oysa, aşağıda verilen gençlerin ifadelerinde, akıllı telefonların gündelik yaşamdaki önemine; sosyalleşebilme, televizyon içeriklerini izleyebilme ve oyun oynayabilme imkânlarına göndermeler yapılmış; böylece hem teknolojiyle biçimlenmiş yaşam biçiminin vazgeçilmezliğine hem de daha teknik becerilere ihtiyaç duyan kullanımları işaret eden gerekçeler devreye girmiştir. Üstelik, hangisini tercih edeceklerine ilişkin yanıtlar, tereddüt edilmeden, üzerinde düşünölmeye gerek duyulmadan ve çok hızlı verilmiştir:

“Ben telefonu tercih ederim. (...) Haberleşme şeyi var, interneti var, oyun var, vakit geçirmeye birebir. Öyle...” (34. Erkek, 17, bekâr, lise terk, sanayide oto elektrikçi, Emek mah.).

“Ben telefonu seçerdim. Telefonda internette var, televizyonda var” (14. Erkek, 19, bekâr, üni. öğr., Gündoğdu mah.).

“(...) mesela ben telefonumla oynarken ikiye ayırıyorum ekranı. E birine mesela sosyal bağlarla ilgili şey koyuyorum, vatsapı koyuyorum, instagramı (Instagram) koyuyorum. Diğerine yutubdan (YouTube) bişey koyuyorum hani ikisini aynı anda idare edebiliyorum. Ama televizyonda böyle bi şansım olmuyo. Sadece bi şey izlemeye odaklanmak zorundayım. O yüzden pek sevmiyorum” (16. Kadın, 15, bekâr, lise öğr., Gündoğdu mah.).

“Tabii ki cep telefonunu tercih edeceğim! (...) Yine mesela telefon şöyle bir olumlu yanı var; ben telefonla ne istersem yapabilirim! Telefonuma navigasyon yüklüyorum bir anda yol bilgisayarı oluyor. Veya bir müzik player yüklüyorum, müzik çalar oluyor ya da bir haber sitesini açtığımda benim işim bir televizyon yerine geçmiş oluyor. O yüzden bir yararı var ama televizyonu sadece ne gösterirse onu izleme şansın var. Tek bir yanı var. Ya da bir şey izledim izledim ya da kaybettim, orayı izlemedim, başka bir yere geçtim, kaçırdım, bitti ama telefonda öyle bir şey yok! Telefonda ayrıca sürekli yanımda taşıma şansım var. Televizyonu, şunu yanımda taşıma şansım yok! Yani kocaman bir ekran ama telefon, günümüz boyutları iyice küçüldü, eskisi gibi büyük de değil ve kullanışlılığı çok yüksek. Yani uygulamalar da yeterince iyi olduğu sürece istediğimi yüklediğim zaman onun yerine geçebiliyor. O yüzden telefonu kullanmak daha mantıklı bence” (29. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.).

“Şimdi telefonlarda artık istediğin şeyi izleyebiliyorsun. Televizyonda çıkan- canlı da izleyebiliyorsun, sonradan da izleyebiliyorsun hatta ‘Tivibu’ varmış gibi. Durdurabiliyorsun, indirebiliyorsun, kaydedebiliyorsun, o saniye ‘SS’ alabiliyorsun yani ekran görüntüsü alabiliyorsun. Her yanı- her türlü sadece ekranı büyük televizyonun. Her türlü televizyondan daha iyi telefon. Televizyon konusunda, her şeyi alıyorsun. Bir de şöyle bir şeyi var ya sadece televizyonla kalmıyor. Telefonun olduğu zaman internet sitelerine girebilirsin. Ama televizyondan da falan Youtube’a falan girebiliyorsun internete falan bağlayıp. (...) Şöyle bir şey var işte televizyonda sosyal medya kullanamıyorsun ama Youtube’a falan Google’a falan girebiliyorsun ama o yüzden yani telefonun daha çok içeriği var oyun oynayabiliyorsun falan televizyonda da Play Station koyarak oynayabiliyorsun ama çok masraflıya kaçıyor hepsi bunların. Ama telefonda masraf yapmadan hepsini kullanabilirsin. Öyle bir şey var işte o yüzden telefon seçerim” (10. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.).

<farklı bir sohbetten döküm devam ediyor>

- Görüşmeci (1. Kadın, 16, bekâr, lise öğr., Emek mah.): Elimde olmayınca (telefon) rahatsız hissediyorum.
- Araştırmacı: Nasıl bir boşluk? O boşluktan biraz bahsedebilir misin?
- Görüşmeci (1. Kadın): Nasıl desem? Çok sıkılıyosun, bunalıma giriyosun, böyle bunalıyosun. Sanki, sevgilinden ayrılmışsın da, bunalıyosun ya hani depresyona giriyosun... O gibi... (...) hep yanımda olsun istiyorum. (...) internetli olsun <gülüyor>, internetsiz ne anlamı var?

Bu bulgular, dijital eşitsizliklerin, araçları kullanım çeşitliliğinde, becerilerinde ve her iki durumla da bağlantılı olarak, araçlara ilişkin bir algı ve tahayyül düzeyinde daha fazla etkili olduğunu bir kez daha göstermektedir.

4.6. Bilgisayar Sahipliği ve Bilgisayar Kullanım Pratikleri: “Cep telefonu olduğu için şimdi bilgisayar da yatıyo.”

Hanelerdeki masaüstü, dizüstü ve tablet bilgisayar sahipliğini gösteren bulgular, bilgisayar kullanmayı bilme oranları ve becerilerini içeren nicel bulgular ile bilgisayar sahipliği ile ilgili nitel bulgular çalışmanın bu bölümünde tartışılacaktır.

Tablo 4.19. Masaüstü bilgisayar, dizüstü bilgisayar ve tablet bilgisayar sahipliği

		N	%
Masaüstü bil.	Var	139	34,2
	Yok	267	65,8
	Toplam	406	100
Dizüstü bil.	Var	115	28,3
	Yok	291	71,7
	Toplam	406	100
Tablet bil.	Var	118	29,1
	Yok	288	70,9
	Toplam	406	100

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere (Tablo 4.19), yoksul hanelerin yaklaşık 2/3’ünde masaüstü, dizüstü ve tablet bilgisayar yoktur. Masaüstü bilgisayar bulunan hanelerin oranı %34,2, dizüstü bilgisayar bulunan hanelerin oranı %28,3, tablet bilgisayar bulunan hanelerin oranı ise %29,1’dir. Bu durumun, hanelerin sosyo-ekonomik durumları kadar tablet ve daha çok da akıllı telefon kullanımının yaygınlaşmasıyla ilişkili olduğu düşünülmektedir. Ayrıca bilgisayar sahipliğini belirleyen bir diğer önemli unsur hanelerde okul çağında çocukların bulunup bulunmamasıdır. Çünkü sosyo-ekonomik

duruma rağmen ailelerin çocukların ihtiyaç ve isteklerini bir şekilde karşılamaya çalıştıkları bulgulanmıştır.

Akıllı telefonlardan sonra bilgisayarlara olan ihtiyacın azaldığı birden fazla görüşmeci tarafından verilen, “Cep telefonu olduğu için şimdi bilgisayar da yatıyo”, “Tableti alınca onları bıraktılar”, “Ya telefon var ya o yüzden almıyo (babam bilgisayar)” şeklindeki ifadelerden anlaşılmaktadır. Bilgisayarlar elbette çok daha önce alınmış oldukları için akıllı telefonlara kıyasla oldukça eski olmaları muhtemeldir. Mevcut halleriyle belirli uygulamaları çalıştırmıyor da olabilirler. Nitekim, evdeki bilgisayarların “aktif olmamaları”, “yatmaları” şeklindeki ifadeler böyle bir durumun varlığına da işaret etmektedir. Bu durumun da yine akıllı telefon sahipliğinin bir sonucu olduğu düşünülmektedir:

“Evde bir tane bilgisayarımız var. (...) taksitle aldım. Cep telefonu olduğu için şimdi bilgisayar da yatıyo”. (4. Erkek, 39, evli, ilkokul mez., inşaatta sıvacı, Sevinç köyü)

“Tableti alınca onları bıraktılar (çocuklar)”. (9. Kadın, 46, evli, ilkokul mez., evlere temizliğe gidiyor, Gündoğdu mah.)

- Görüşmeci (27. Kadın, 38, evli, ilkokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.): Ben aslında istiyorum bilgisayar da, eşime söylemiştim hatta bilgisayar falan alalım diye o da yani ya heralde ya unuttu ya da çok şeydi alamadı. İstiyom yani.
- Çocuk-2: “Ya telefon var ya o yüzden almıyo. Telefonu bozim de alsın <gülüyor>.

<farklı bir sohbetten döküm devam ediyor>

- Görüşmeci (20. Kadın, 15, bekâr, lise öğr., Emek mah.): Bilgisayar var da, şu an aktif değil.
- Araştırmacı: Ders çalışırken ne kullanıyorsun?
- Görüşmeci (20. Kadın): Been, telefondan”.

Yeni iletişim teknolojilerinin birey yaşamındaki önemi, bireylerin yaşıyla; internetle olan ilişkilene biçimleriyle; bu teknolojilere daha çok ihtiyaç duyan, onları daha çok arzulayan çocuk ve gençlerin hanedeki varlıklarıyla ilişkili olabilmektedir. Bu ilişkinin dayanağı ne olursa olsun, akıllı telefonlar internete erişmeyi sağlayan temel araçlar hâline gelmiştir. Sevinç köyünde 39 yaşında bir anneyle yapılan görüşmede, anne, dört yıl boyunca evlerinde mevcut olan internet bağlantısını artık kapattırdıklarını ifade etmiştir. Kapatma nedeni olarak öne sürülen ilk gerekçe, çocukların derslerle alakalarının

kesilmesi iken; ikinci ise ödev veya ders için internete duyulan ihtiyacın mobil veri ile sağlanabilmesidir. Belge yazdırma ihtiyacıysa, Sevinç köyünde internet kafe olmadığı için bu işlemi gerçekleştiren bir marketten karşılanmaktadır.

Aşağıdaki farklı iki görüşme, bilgisayar ve yazıcı gibi ek donanımlara olan ihtiyacın oluşmasında, okul çağındaki çocukların varlığının belirleyici olduğu yönündeki tespiti desteklemektedir:

“Ben kırtasiyeye gidiyorum ordan çıkarttırıyorum. İnternet cafeye gittim de çıkartmadılar bi kaç kez. (...) aslında çok iyi olur çocuklara bi bilgisayar olsa, bi çıktı çıkartma şeyi olsa. Hani, kendim bilmesem de bilen birini üzerine oturttururum en azından (...) Çünkü yani kırtasiyeye sürekli artık para vermekten artık (...) Çantaya on lira alsan, on lirası da gidiyo okulun şeyine. Yetmiyo yani, bizim her türlü yetmiyo... (25. Kadın, 26, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Emek mah.)”.

- Görüşmeci (3. Kadın, 33, evli, ilkokul mez., ev kadını, Sevinç köyü): Biz sadece onu (bilgisayarı) Fatma’nın dersleri için aldık, çok çıktı falan lâzım oluyodu. Fatma için aldık, o ders yapar sürekli. Zaten bi tek o kullanır bilgisayar, başka kimse kullanmaz.
- Araştırmacı: Yazıcınız var mı?
- Görüşmeci (3. Kadın): He, yazıcımız da var. Fatma’da kendisi yapar.

Görece önemi kişiden kişiye değişmekle birlikte, bilgisayar ve yazıcı gibi ek donanımların eksikliği, oyun oynama, ödev hazırlama, belge yazdırma ve benzeri özel kullanım alanlarında daha fazla hissedilmektedir. Bu saha özelinde, yaş, eğitim düzeyi ve kullanım becerileri değişkenlerine göre farklılaşmakla birlikte, televizyon ve akıllı telefonların masaüstü, dizüstü ve tablet bilgisayarlardan çok daha temel bir ihtiyaç olarak görüldüğü açıktır. Bilgisayarlar, haneler için birincil bir ihtiyaç değildir ve bu ihtiyacı belirleyen temel etken hanede yaşayan okul çağındaki çocuklardır. İşgücü durumu bilgisayar ihtiyacının oluşmasında önemli bir faktör olabileceken, örneklemin sosyal ve ekonomik statüsü düşük yoksul bireylerden oluşması, bu faktörün önemini ortaya koyacak verilere ulaşılmasını engellemiş olabilir. Daha açık bir ifadeyle, öğrenim hayatı devam eden gençler (%19,3) haricindeki katılımcıların yarısından fazlası (%58,8) ya düşük eğitim düzeyindedir ve bu eğitim düzeyiyle ilişkili işlerle meşguldür, ya işgücünde hiç yer almamaktadır ya da emeklidirler. Dolayısıyla, bilgisayara ihtiyaç duyma gerekçesinin işgücü durumuyla ilişkilendirildiği bir örnek ne gözlemlenmiş ne de nitel verilerde bulgulanmıştır. İlerleyen başlıkta, işgücü durumuna göre bilgisayar kullanmayı

bilme oranlarının dağılımını gösteren nicel bulguların, bu nitel bulguları desteklediği görülecektir.

4.6.1. Bilgisayar kullanımı

TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması sonuçlarına göre, bilgisayar ve internet kullanım oranlarının yaş arttıkça azaldığı, eğitim düzeyi yükseldikçe ise arttığı çalışmanın teorik bölümünde ifade edilmişti (TÜİK 2018; TÜİK 2019). İlgili soruların bilgisayar ve interneti kullanma oranlarını değil, bilgisayar ve interneti kullanmayı bilme oranlarını ortaya çıkaracak şekilde hazırlandığı bu araştırmada da, TÜİK'in araştırma sonuçlarıyla benzerlik gösteren nicel bulgulara ulaşılmıştır.

Hatırlanacak olursa, TÜİK'in araştırmasına göre, 2018 yılında bilgisayar kullanımının⁸⁹ en yoğun olduğu 16-24 yaş grubundaki bilgisayar kullanan erkeklerin oranı %75,1 iken, kadınların oranı ise %61'di ve bilgisayar kullanma oranının yaş arttıkça azaldığı görülmektedir. Nitekim 16-24 yaş grubunda %68,2 olan bu oran, 25-34 yaş grubunda %67,7'ye, 35-44 yaş grubunda %48,1'e, 45-54 yaş grubunda %32,6'ya, 55-64 yaş grubunda %19,7'ye ve son olarak 65-74 yaş grubunda ise %8,5'e düşmekteydi. Yine aynı araştırmanın sonuçları, bilgisayar kullananların oranının bir okul bitirmeyenlerde %3,5, eğitim düzeyi ilkokul olanlarda %18,8, ilköğretim (ortaokul veya mesleki ortaokul) olanlarda %52,6, lise (lise veya mesleki lise) olanlarda %67,6, üniversite ve üzeri olanlarda ise %89,1 olduğunu göstermekteydi (TÜİK, 2018).

Bu araştırmada ise, bilgisayar kullanmayı bilme durumunun seçilmiş bazı değişkenlerle anlamlı bir ilişki içinde olup olmadığını gösteren tablo (Tablo 4.20) aşağıdadır:

Tablo 4.20. Bilgisayar kullanma durumunun seçilmiş değişkenlerle ilişkisi – Ki-kare testi sonuçları

	Bilgisayar kullanmayı bilme durumu			
	N	χ^2	Sd	p
Cinsiyet	414	5,488	1	.019
Yaş	413	176,907	4	.000
Eğitim	409	186,036	4	.000
İşgücü durumu	412	107,533	4	.000
Anne eğitim	364	69,310	2	.000
Baba eğitim	370	106,683	2	.000

α : .05 için anlamlıdır.

⁸⁹Bu kullanım oranları 2018 yılının Ocak, Şubat ve Mart aylarına aittir. TÜİK son üç aydaki kullanımı esas almıştır.

Yukarıdaki tabloda (Tablo 4.20) görüldüğü üzere, bu araştırmada da, bilgisayar kullanmayı bilme durumu ile cinsiyet ($\chi^2_{(1)}=5,488$ p.019<.05), yaş ($\chi^2_{(4)}=176,907$ p.000<.05), eğitim düzeyi ($\chi^2_{(4)}=186,036$ p.000<.05), işgücü durumu ($\chi^2_{(4)}=107,533$ p.000<.05), anne eğitim düzeyi ($\chi^2_{(2)}=69,310$ p.000<.05) ve baba eğitim düzeyi ($\chi^2_{(2)}=106,683$ p.000<.05) arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu bulgulanmıştır. Bu anlamlı ilişkinin ne ifade ettiği aşağıda verilen tablonun (Tablo 4.21) yorumuyla açıklık kazanmaktadır:

Tablo 4.21. Bilgisayar kullanmayı bilme durumunun seçilmiş değişkenlere göre dağılımı

			Evet, biliyor	Hayır, bilmiyor	Toplam
Cinsiyet n=414	Kadın		50,9	49,1	100
	Erkek		62,4	37,6	100
Yaş n=413	24 ve altı		94,7	5,3	100
	25-34		73,5	26,5	100
	35-44		51,2	48,8	100
	45-54		27	73	100
	55 ve üzeri		4,3	95,7	100
Eğitim n=409	Bir okul bitirmedi ⁹⁰		4,2	95,8	100
	İlkokul mezunu		20,3	79,7	100
	Ortaokul öğr./mez.		66,7	33,3	100
	Lise öğr./mez.		89,2	10,8	100
	Yükseköğretim öğr./mez.		96,9	3,1	100
İşgücü durumu n=412	İşgücüne dâhil		63	37	100
	İş gücüne dâhil değil	Öğrenci	96,2	3,8	100
		İşsiz	75	25	100
		Ev kadını	38,9	61,1	100
		Emekli	12,5	87,5	100
Anne eğitim n=364 ⁹¹	Bir okul bitirmedi		30,5	69,5	100
	İlkokul mezunu		67,5	32,5	100
	Ortaokul ve üzeri ⁹²		92,3	7,7	100
Baba eğitim n=370	Bir okul bitirmedi		15	85	100
	İlkokul mezunu		61	39	100
	Ortaokul ve üzeri		95	5	100

Örneklem genelinde “bilgisayar kullanabiliyor musunuz?” sorusuna evet diyenlerin oranı %56, hayır diyenlerin oranı ise %44’dür. Tablo 4.21 incelendiğinde ise,

⁹⁰“Bir okul bitirmedi” şeklindeki düzeylendirme okur-yazar olmayanları ve diplomasız okur-yazarları kapsamaktadır.

⁹¹Anne-eğitim durumuna yanıt verenlerin 35’i, baba eğitim durumuna yanıt verenlerin ise 27’si anne veya babalarının eğitim düzeylerini bilmediklerini/hatırlamadıklarını belirttikleri için anne-eğitim düzeyi 364, baba eğitim düzeyi ise 370 kişi üzerinden değerlendirilmiştir.

⁹²Görüldüğü üzere, anne-baba eğitim durumu “bir okul bitirmedi”, “ilkokul mezunu” ve “ortaokul ve üzeri” şeklinde üç düzeye ayrılmıştır. Bunun nedeni, lise mezunu olan annelerin oranının sadece %1,3 (5 kişi); yüksekokul veya üniversite mezunu olan annelerin oranının ise sadece %0,8 (sadece 3 kişi) olmasıdır. Annelerin yarısından fazlası da ilkokul ve altı eğitim düzeyindedir (okuryazar olmayanlar %21,5; diplomasız okur-yazarlar %8; ilkokul mezunları %48,8).

“bilgisayar kullanabiliyor musunuz?” sorusuna evet (%50,9) ve hayır (%49,1) yanıtı veren kadınların oranının birbirine çok yakın olduğu görülmektedir. Buna karşın asıl farklılık cinsiyetler arasında çıkmaktadır. Evet yanıtı veren kadınların oranının %50,9, erkeklerin oranının ise %62,4 olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, kadınlara kıyasla çalışma yaşamında daha çok istihdam imkanı olan erkeklerde bilgisayar kullanmayı bilme oranı daha yüksektir.

24 ve altı yaşlarda bilgisayar kullanmayı bilenlerin oranının %94,7 olduğu, bu oranın yaş arttıkça azaldığı ve 55 ve üzeri yaşlarda %4,3’e düştüğü görülmektedir. Daha açık bir ifadeyle, yaş arttıkça bilgisayar kullanmayı bilenlerin oranı azalmaktadır (Tablo 4.21).

Bilgisayar kullanmayı bilme oranlarındaki dağılımın eğitim düzeyine göre de farklılaştığı görülmektedir. Nitekim bir okul bitirmeyenler arasında bilgisayar kullanmayı bilenlerin oranı yalnızca %4,2 iken, bu oran eğitim düzeyi yükseldikçe artmaktadır. Söz konusu oran, ilkökul mezunu olanlarda %20,3, eğitim düzeyi ortaokul olanlarda %66,7, eğitim düzeyi lise olanlarda %89,2, eğitim düzeyi yükseköğretim olanlarda ise %96,9’dur. Dolayısıyla, doğal olarak eğitim düzeyi yükseldikçe bilgisayar kullanmayı bilenlerin oranı artmaktadır (Tablo 4.21).

İşgücü durumuna bakıldığında ise bilgisayar kullanmayı bilme oranının en yüksek olduğu grubun öğrenciler (%96,2) olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla işsizler (%75) ve işgücüne dâhil olanlar (%63) takip etmektedir. Bilgisayar kullanmayı bilme oranının en düşük olduğu iki grup ise ev kadınları (%38,9) ve emeklilerdir (%12,5) (Tablo 4.21). Hatırlanacak olursa, TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması sonuçlarında yer alan işgücü durumuna göre bilgisayar kullanma oranları, 2018 yılında en yüksek bilgisayar kullanma oranına sahip olan grubun, %83,4 ile eğitim/öğretim hayatı devam edenler olduğunu göstermekteydi. Bunu %80 ile işverenler, %64,7 ile ücretli, maaşlı veya yevmiyeli çalışanlar, %58,2 ile işsizler, %34,5 ile kendi hesabına çalışanlar, %26,2 ile emekliler veya işi bırakmış olanlar ve %21,8 ile ev işleriyle meşgul olanlar takip etmekteydi (TÜİK, 2018). Hem bu tez araştırmasında bilgisayar kullanmayı bilenlerin hem de TÜİK sonuçlarında bilgisayar kullananların işsizler içindeki oranının yüksek olduğu görülmektedir. Bu çalışmada işsizlerin örneklem içindeki oranı %6,8’dir (28 kişi). Bu oranın %50’sini (14 kişi) 14-24 yaş grubundakiler, %25’ini (7 kişi) 25-34

yaş grubundakiler oluşturmaktadır. Dolayısıyla, işsizlerin %75'inin 35 yaşın altında olmasının, bilgisayar kullanmayı bilme oranlarında bu grubu üst sıralarda tuttuğu düşünülmektedir. Ayrıca TÜİK sonuçlarında da, bilgisayar kullanma oranları en düşük olan iki grubun emekliler (%26,2) ve ev işleriyle meşgul olanlar (%21,8) olduğu görülmektedir (TÜİK, 2018). TÜİK sonuçlarında bu iki grubun en düşük oranlara sahip olması, yine bu araştırmanın sonuçlarıyla uyusmaktadır. Gelgelelim, TÜİK araştırmasında ev işleriyle meşgul olan grubun; çocuk, yaşlı, hasta vb. kişilerin bakımıyla meşgul olan kadınların yanı sıra erkekleri de içine aldığını belirtmek gerekir.

Anne-babanın eğitim düzeyi yükseldikçe de bilgisayar kullanmayı bilme oranlarının arttığı bulgulanmıştır. Tablo 4.21'de görüldüğü üzere, bilgisayar kullanmayı bilme oranları, anne ve baba eğitim düzeyi ortaokul ve üzeri olanlarda daha yüksektir. Bilgisayar kullanmayı bilme durumu ile cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, işgücü durumu ve anne-baba eğitim düzeyi arasında görülen bu anlamlı ilişki, erkeklerde kadınlardan; daha genç yaştakilerde daha ileri yaştakilerden; hem kendi hem de anne-baba eğitim düzeyi yüksek olanlarda eğitim düzeyi düşük olanlardan bilgisayar kullanmayı bilme oranının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, hem dijital eşitsizlik alanyazınıyla hem de TÜİK verileriyle paralellik göstermektedir (van Deursen vd., 2017; Taşdemir ve Fındık, 2017, s. 54; Görgün-Baran vd., 2017; TÜİK, 2018).

Bununla birlikte, eğitimle elde edilen kültürel sermaye donanımının bilgisayar kullanımına ihtiyaç duyma ve onu kullanma becerileri üzerinde, diğer değişkenlerden daha fazla etkili olduğunu düşündüren nitel bulgulara rastlanmıştır. Bu bulgu, sadece bilgisayar kullanımıyla ve onu kullanma becerileriyle ilgili değildir elbette. Eğitim düzeyi, tüm yeni iletişim araçlarıyla olan ilişkiyi ve bu ilişkinin sınırlarını belirlemektedir. Akıllı telefonların hangi amaçlarla kullanıldığı, internet kullanımına ihtiyaç duyup duymama, internet kullanmayı bilme ve internette gerçekleştirilen çevrimiçi davranışlar buna dahildir. Nitekim, aşağıdaki ifadelerin sahipleri 25-35 yaş aralığında olup, en eğitimlileri de ortaokul mezunudur. Eşinin yeni sigortalı işe başladığını söyleyen 25 yaşındaki iki çocuk annesi Ayşe en gençleridir ve hiç bilgisayar kullanmamıştır. İnternetle ilgili kullandığı ifadeler ise, “Valla internet, benim duyduğuma göre, iyi bi şey değil. (...) Hani internetle fazla şey oluyo ya, mesela, ilgileniyosun. Onun için pek iyi bi şey değil yani” şeklindedir. Bu ifadeler, internetle ilgili düşüncelerin, onunla kurulan zayıf ilişkiyle doğru orantılı olan bir bulanıklıkla,

belirsizlikle ve “iyi bir şey olmama” şeklinde tarif edilen, bir ‘bilinmeyenden korkma’ durumuyla ilgili olduğunu göstermektedir.⁹³ Evdeki tek yeni iletişim aracı eşinin ustasının verdiği Samsung marka eski model bir akıllı telefondur. Bu telefonla gerçekleştirdiği tek çevrimiçi davranışını ise “çocukları uyuturkene onlara ninni filan açıyorum” cümlesiyle anlatmış; bu hikâyeleri arama motorundan nasıl bulacağını ise kendi gibi ortaokul mezunu olan 26 yaşındaki eşinin öğrettiğini belirtmiştir:

“Valla eşim öğretti. (...) öyle biliyom, yoksa başka türlü...”

Genç olmalarına karşın hiç bilgisayar kullanmadığını veya okula gittiği dönemlerde, hocalarının öğrettikleriyle sınırlı bir kullanımlarının olduğunu söyleyenlerin kurdukları benzer cümleler şöyledir:

“Yok okulda kullandık dersler için. Başka da yok. (...) Yok yani hocalar gösterirler şu şöyle olacak bu böyle olacak (diye) girer bakardık işte, incelerdik. Gösterirdi hoca ders üzerine sadece” (22. Erkek, 26, evli, ortaokul mez., fabrikada kaynak bölümünde işçi, Emek mah.).

“Hiç kullanmadım (internet). (...) “Mesela interneti bilseydim, hani, ee, düzenli, çocuklarım okula gittiği zaman onların derslerini çalışmasına yardımcı olurum. (...) Heves ettik ama kullanamadık <gülüyor>.” (13. Kadın, 25, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

35 yaşındaki bir ev kadınına ait aşağıdaki ifadeler ise şu açıdan önemlidir: Yalnızca, “bilgisayara yazıcı, modem gibi bir aygıt bağlamayı biliyorum” ve “flash bellek, fot. makinesi veya cep telefonundan bilgisayara dosya atmayı biliyorum” yargılarını evet olarak yanıtlayan bu katılımcı, sorular içerisinde yer almasa da ve zaten bir bilgisayar kullanma becerisi olmasa da, bilgisayarın yerini değiştirebildiğini ekleme ihtiyacı duymuştur. Katılımcının bu ifadesi, teknolojik aletlere olan yatkınlığını kanıtlama ihtiyacının bir göstergesi olarak yorumlanabilir. Zira bilgisayarın yerini değiştirme, bazı kabloların çıkarılıp yeniden takılması işlemini de gerektirmektedir:

“Hiç denemedim ama atarım (bilgisayara fotoğraf). Bilgisayarın yerini falan değiştiririm”.
(kadın, 35, ortaokul mez., ev kadını, anket 129)

Aşağıdaki 29 yaşındaki kadın katılımcı ise, bilgisayar kullanmayı bildiğini ama evde bir bilgisayar olmadığı için kopyala-yapıştır, dosya sıkıştırma ve benzeri bilgisayar becerilerine sahip olmadığını ifade etmiştir:

⁹³İnternet başta olmak üzere yeni iletişim araçlarıyla bağlantılı bu ve benzeri düşüncelerle ilgili ayrıntılı bir değerlendirme, ilerleyen bölümlerde ayrı bir başlık olarak verilecektir.

“Evet ama yok (bilgisayar). (...) Bilgisayar olmadığı için onları (kopyala-yapıştır, dosya sıkıştırma vb. bilgisayar becerilerini) bilmiyorum.” (kadın, 29, ortaokul mez., ev hanımı, anket 236)

Bu ifadeler ve uzun saha araştırması boyunca edinilen gözlemler, yeni iletişim araçlarına yüklenen anlam ve onu kullanma becerilerini, çoğu kez yalnızca genç olmakla yani yaşla açıklayan kavramlara temkinli yaklaşılmamasının dijital eşitsizlik sorununu çözme veya azaltma amaçlı politikalar için faydalı olabileceğini düşündürmüştür. Hatırlanacak olursa, van Dijk ve Hacker (2000, s. 2), motivasyonel erişimin çoğunlukla ya inkâr edildiğini ya da yalnızca yaşlıları, ev kadınlarını, eğitimsizleri ve işsizleri etkileyen gelip geçici bir olgu olarak görüldüğünü ifade etmekteydi. Bu bulgular, yazarları haklı çıkaracak şekilde, örneklemdeki gençlerin de, korku, ilgisizlik, öğrenmeyi reddetmek veya istememek gibi nedenlerden ötürü teknolojiyle aralarında mesafe kurabildiğini göstermektedir. Elbette yaş, bu araçlara duyulan ihtiyaç ve onlarla kurulan ilişkinin biçimini büyük ölçüde etkilemekte olup bu araştırmada da yaşın önemini ortaya koyan nicel ve nitel bulgulara ulaşılmıştır. Ancak, yöntem bölümünde vurgulandığı üzere, nitel veriler nicel verilerin açık bıraktığı noktaları tamamlamış, sosyal ve ekonomik statünün yeni iletişim araçlarına yönelik düşünce, onlara erişim ve onları kullanma pratiklerini etkileme noktasındaki önemini uygulamada göstermiştir. Zira, genç olarak addedilen yaş grupları eğitimsel kazanımlar anlamında, sözgelimi üniversite gençliği gibi, görece homojen bir gruba karşılık gelseydi, belli farklılıkları açıklamada yaş belki tek başına yeterli olabilirdi. Bu noktada, eğitim sermayesinin ve ondan bağımsız olmayan sınıfsal konumun yadsınamaz bir öneme sahip olduğu düşünülmektedir. Alanyazında da değinildiği üzere, van Deursen ve van Dijk (2016, s. 13), geleneksel okuryazarlığın dijital becerilerin kazanılmasında bir ön koşul olduğunu söylemektedir. Hollanda nüfusu üzerine yaptıkları farklı bir araştırmada ise yazarlar, dijital becerilerdeki bireysel farklılıkları açıklama noktasında, eğitim değişkeninin en tutarlı ve kalıcı etkiye sahip değişken olarak, cinsiyet ve yaş değişkenlerinin önüne geçtiğini belirtmektedir. Aynı bulgular, Ragnedda'nın (2018) *dijital sermaye* kavramsallaştırmasını da hatırlatmaktadır. *Dijital sermaye*; hem “içselleştirilmiş bir yetenek ve yetkinlikler kümesi” olarak dijital yetkinlikleri hem de “dışsallaştırılmış/maddileştirilmiş kaynaklar” olarak dijital teknolojileri (*digital technology*) kapsamaktadır. Buna karşın, daha önce bahsedildiği gibi, bu saha özelinde medeni durum ve öğrencilikle ilişkili yaşam biçimi, gençliğin sınırlarını çizen bir eşik olarak ortaya çıkmakta; eğitim-öğretim hayatını erken terk etme,

genç yaşta evlenme ve çocuk sahibi olma, etkisi haneden haneye azalan veya artan yaşam mücadelesi içinde olma durumları, bireyi, gerek kültürel ve sosyal faaliyetlere katılma, gerek yaşadıkları toplumsallaşma çevresinden dışarı adım atma, gerekse de teknolojiyle görece yüksek ilişkilene gerektiren bir yaşam tarzından yoksun bırakmaktadır. Bu sebeple, bireysel, kültürel veya sınıfsal farklılıkları göz ardı ederek tüm gençlerin *dijital sermaye*ye sahip olduğunu söylemek mümkün değildir.

Arun ve Elmas, *Türkiye’de Dijital Eşitsizliğin Toplumsal Kökenleri* (2020) başlıklı çalışmalarında, teknolojiye düşkünlüğün sınıfsal bir mesele olduğunu ifade ederler (Arun ve Elmas, 2020, s. 130). “Teknolojiye düşkünlük” ifadesi, aslında Ragnedda’nın (2018) *dijital sermaye* kavramıyla yakından ilişkilidir. Çünkü, dijital teknolojilere ve onları kullanabilmek için gerekli olan “içselleştirilmiş yetenek ve yatkınlıklar”a sahip olma anlamını da barındırır. Arun ve Elmas’a (2020, s. 130) göre, yoksul gençleri ve yaşlıları dijital kaynaklara erişememe noktasında birleştiren unsur sınıfsal konumlarıdır:

“Genç ve yaşlı hanelerden müteşekkil alt sınıflar, kategorik olarak yaşlarından yani biyolojik niteliklerinden dolayı değil, sınıfsal konumlarından mülhem dijital kaynaklara erişemezler. Sınırlı BİT sahiplikleri ve dijital kaynaklara kısıtlı erişimleri itibarıyla bu kesimlerin sergiledikleri ortaklık, Türkiye alanyazınındaki pozitivist indirgemeci araştırmaların dijital eşitsizlik bağlamındaki neticeleriyle uyumsuz. Pozitivist indirgemeci çalışmaların işaret ettiği gibi dijital kaynakların kullanım yetkinliği yaşa ya da cinse bağlı değildir. BİT sahipliği ve kullanım yetkinliği sınıfsal bir meseledir. Toplumsal kökenle sıkı sıkıya ilintilidir” (Arun ve Elmas, 2020, s. 130-131).

Bu araştırmada da, “Bilgisayar olmadığı için onları bilmiyorum” diyen 29 yaşındaki genç bir birey ile, “Neden akıllı cep telefonu kullanmıyorsunuz?” sorusuna, “İhtiyaç duymuyorum, beceremiyorum zaten” yanıtını veren 50 yaşındaki ve “Çok pahalı. (...) Beyaz eşyam bile ikinci el” yanıtını veren 65 yaşındaki bir bireyi birleştiren, yazarların dikkat çektiği üzere sınıfsal konumlarıdır. Bu konumlanış salt gelirle ilişkili de değildir; kültürel ve ekonomik sermayelerinin bir bileşimidir.

4.6.1.1. Bilgisayar becerileri

Aşağıdaki Tablo 4.22, örneklemin bilgisayar becerileri hakkında bilgi vermektedir:

Tablo 4.22. Bilgisayar becerileri

			Evet	Hayır
<i>Temel düzey</i>	Kopyala-yapıştır araçlarını kullanmayı biliyorum	n	204	28
		%	87,9	12,1
<i>Orta düzey</i>	Dosyaları sıkıştırmayı (“zip”lemek) biliyorum.	n	118	113
		%	51,1	48,9
	Bilgisayara yazıcı, modem gibi bir aygıt bağlamayı biliyorum.	n	165	67
		%	71,1	28,9
<i>İleri düzey</i>	Flash bellek, fot. makinesi veya cep telefonundan bilgisayara dosya atmayı biliyorum.	n	192	40
		%	82,8	17,2
	Özel bir programlama dili kullanarak bir bilgisayar programı yazmayı biliyorum.	n	23	209
		%	9,9	90,1
	İşletim sistemini değiştirmeyi biliyorum.	n	38	194
		%	16,4	83,6

Örneklem genelinde “bilgisayar kullanabiliyor musunuz?” sorusuna evet diyenlerin oranının %56, hayır diyenlerin oranının ise %44 olduğu yukarıda belirtilmişti. Bu soruya evet yanıtını verenlere, yukarıdaki tabloda *temel düzey*, *orta düzey* ve *ileri düzey bilgisayar becerileri* şeklinde kategorileştirilen belli başlı sorular sorulmuştur. Bu sorular TÜİK tarafından 2012 yılında gerçekleştirilen “Yetişkin Eğitim Araştırması”ndan alınmıştır. Fakat söz konusu araştırmada bilgisayar araçlarını kullanma becerilerine ilişkin sorular daha fazladır⁹⁴. Bu araştırmada ise sorular azaltılmış ve örneklemin sosyo-demografik yapısı da dikkate alınarak ifadeler biraz daha basitleştirilmiştir. TÜİK’in yapmış olduğu araştırmada sorular temel, orta ve ileri şeklinde kategorileştirilmemiştir. Bu kategorileştirme, Taşdemir ve Fındık’ın, TÜİK’in araştırma verilerini kullandıkları *Sayısal Bölünmenin Sosyo-Ekonomik Boyutu: Türkiye’de Yetişkinlerin Bilişim Teknolojileri Kullanım Becerileri ve Kültürel Sermaye İlişkisi* (2017) adlı çalışmalarında yapılmıştır.

Elde edilen bulgulara göre, evet yanıtını verenlerin oranının, hayır yanıtını verenlerin oranından fazla olduğu sorular, sadece temel ve orta düzey becerileri ölçen sorulara verilen yanıtlardır. Yukarıdaki tabloya (Tablo 4.22) göre, temel düzey becerilerden “kopyala”-“yapıştır” araçlarını kullanmayı bilenlerin oranı %87’dir. Orta düzey becerilerden ise dosyaları sıkıştırmayı (“zip”lemek) bilenlerin oranı %51,1; bilgisayara yazıcı, modem gibi bir aygıt bağlamayı bilenlerin oranı %71,1; flash bellek,

⁹⁴TÜİK “Yetişkin Eğitim Araştırması” (2012) ile ilgili daha ayrıntılı bilgi için bkz. <file:///C:/Users/user/Downloads/-4403020857549566376..pdf> (Erişim tarihi: 15.05.2019)

fotoğraf makinesi veya cep telefonundan bilgisayara dosya atmayı bilenlerin oranı ise %82,8'dir (Tablo 4.22).

Yeni iletişim araçlarının kullanımı her yaş grubunda gözle görülür biçimde artmış olsa da, bu artış en çarpıcı biçimde akıllı cep telefonlarının kullanımında görülmektedir. Bu noktada aracın, bireyin gündelik yaşamına kolay dâhil edilebilir nitelikte olması önemlidir. Bir aracın gündelik yaşamla kolay bütünleştirilebilir olmasını sağlayan nitelikler, en temel düzeyde haberleşme ihtiyacını karşılaması gibi içsel özellikleriyle ve/veya küçük, kolay taşınabilir olması gibi dışsal özellikleriyle ilgili olabilir. Bu anlamda, masaüstü bilgisayarlar ve kolay taşınabilir olmayan dizüstü bilgisayarlar hem dışsal özellikleri açısından gündelik yaşamla kolay bütünleştirilebilir nitelikte değildir hem de onları kullanmak için daha farklı türden eğitimsel kazanımlara ihtiyaç duyulur. Bu eğitimsel kazanımlar aracı kullanma becerisini etkilediği kadar, o araca ihtiyaç duyma dürtüsüne de etki etmektedir. Hatırlanacak olursa, Tablo 4.21, “bilgisayar kullanmayı biliyor musunuz?” sorusuna hayır diyenlerin oranının 25 ve üzeri yaşlardan itibaren neredeyse ikiye katlanarak arttığını göstermekteydi. Aynı farklılık eğitim düzeyleri arasında da görülmektedir. Bilgisayar kullanmayı bilenlerin oranı, eğitim düzeyi lise ve üzeri olanlarda ortaokul ve altı olanlardan neredeyse üç kat fazladır (%90,7). Ayrıca, bilgisayar becerileriyle ilgili “*kopyala-yapıştır araçlarını kullanmayı biliyorum* ve “*flash bellek, fot. makinesi veya cep telefonundan bilgisayara dosya atmayı biliyorum*” yargıları en yüksek oranda evet denen yargılardır (Tablo 4.22). Özellikle belirli bir eğitim düzeyinin altında ve belirli bir yaşın üzerinde olanlar için, bu becerilerdeki yüksek evet oranlarının, akıllı cep telefonlarına az ya da çok aşına olunmasıyla ilgili olduğu yani bu becerilerin akıllı cep telefonu kullanımıyla elde edildiği düşünülmektedir. Bazı kullanıcılar için sadece bilgisayardan internete bağlanmak (çoğunlukla çocukların yardımıyla) veya oyun oynamak bu soruya evet yanıtı vermek için yeterliyken, bazıları içinse yeterli değildir. Bu soruya hayır yanıtı veren 38 yaşındaki bir kadın katılımcı, çocuğu ve araştırmacı arasında geçen diyalog bu yorumun anlaşılması açısından önemlidir:

- Araştırmacı: Bilgisayar kullandınız mı hiç?
- Görüşmeci (27. Kadın, 38, evli, ilkokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.): Kullandık. Çocuklarla falan beraber şey yapıyoduk yani kullanıyoduk.
- Araştırmacı: Yani bilgisayardan internete girebiliyor muydunuz?

- Görüşmeci (27. Kadın): Pek fazla giremiyodum hocam.
- Çocuk-1: Anca oyun oynuyodu <gülüyor>. Ama beraber oynuyoduk.
- Görüşmeci (27. Kadın): Ya da sinema felan izlerdik yani öyle fazla girmezdik.
- Araştırmacı: Ne oyunu oynuyodunuz?
- Çocuk-2: Neşeli dondurmalar falan var ya onları oynuyoduk.
- Görüşmeci (27. Kadın): Ben fazla pek girmezdim de arada sırada hani. Çocuklar felan girerdi, ben de bakardım mesela yani. Öyle fazla değil de çocuklarla birlikte (...) bakardım.

Yukarıdaki sohbette de görüleceği üzere, teknoloji söz konusu olduğunda, ebeveynlerin çocukları karşısındaki otoritelerinin sarsıldığı gözlemlenmiştir. Bilgisayar, internet, akıllı telefon gibi yeni iletişim araçlarının kullanımı ve bu araçlarla ilişkili tüm pratikler, çocukları bir anda “bilen özne” konumuna getirmekte ve anne-babanın otoritesini sarsmaktadır. Bilenin daha az bilen veya hiç bilmeyen karşısındaki bu güçlü konumunun, bu saha özelinde, özellikle eğitim düzeyi düşük, işgücüne dahil olmayan anneler üzerinde daha fazla hissedildiği, teknoloji bilgisinin eksikliğinin annenin kendine olan güvenini sarstığı, böylece hane içinde kadının aleyhine olan eşitsiz güç/iktidar ilişkilerini pekiştirdiği söylenebilir. Saha da bu durumla ilişkili farklı örneklerle de rastlanmıştır. En akılda kalıcı diyaloglardan biri, 43 yaşındaki bir annenin anket sorularına verdiği cevaplar sırasında geçmişti. Oğlunun ve eşinin ekran karşısında vakit geçirmesinden şikâyetçi olan hatta bazen bu yüzden eşiyle arasının açıldığını söyleyen anne, bazen internette aklının kaldığını söylemiş, eşi internette vakit geçirirken, kendisinin ‘neden?’ göremediğinden yakınmıştı. Kendisi de, evdeki bilgisayardan yemek tariflerine, el işlerine ve bazen de günlük haberlere baktığını; Google’da yemek tarifleri çıkarmayı sevdiğini söyleyen; temel düzeyde olduğu anlaşılan bir internet kullanıcısı olmasına rağmen, çok parası olsa alacağı ilk şeyin akıllı telefon olduğunu belirtmişti. Neden diye sorulduğunda, omzunu silkerek verdiği cevap ise çok basit ve netti: “onu istiyorum da ondan”.

Bununla birlikte, gençlerin yeni iletişim teknolojileriyle ilişkilene biçiminde görülen kendine güvenin gerçekten teknoloji bilgisine sahip olmakla mı ilgili olduğu kuşkuludur. Teknolojiyle görece fazla ilişkilenemenin getirdiği bir yatkınlık ve eğitim-öğretim hayatına devam etmekle gelişen kültür sermayesinin gençlere kazandırdığı

donanımı, bilgisayar ve internet okuryazarlığı ile karıştırmak dijital eşitsizlikleri azaltmaya yönelik girişimler için büyük bir tehlikedir.

4.7. İnternet Kullanma Pratikleri

Aslında bundan sonraki tüm başlıklar internet kullanım pratikleri ile ilgilidir. Çalışmanın başında değinildiği üzere, yeni iletişim araçlarının küçülmüş ve çok fazla çeşitlenmiş olması, gerek soruların sorulması gerekse de verilerin derlenmesi ve analizi süreçlerini zorlaştırdığı kadar, elde edilen bulguları sınıflandırma ve başlıklandırma sürecini de zorlaştırmıştır. Fakat araştırma sürecini zora sokan bu süreçlerin bile, yeni medya düzeninin ve yeni iletişim araçlarının gündelik yaşama olan tesirinin anlaşılması noktasında önemli bir veri olduğu düşünülmektedir. Bireylerin internet kullanmayı bilme, internet kullanma becerileri ve kullanma amaçları ile ilgili nicel ve nitel bulgular bu bölümde tartışılacaktır.

İnternet kullanmayı bilme, kullanma becerileri ve amaçlarına geçmeden önce, evde internet bağlantısına sahip olma durumunu içeren bulgular verilecektir. Bu bulgular, yeni iletişim araçlarının çeşitliliği ile ilgili yukarıda söylenenleri daha somut bir şekilde gösteren, özellikle de akıllı telefonların bireyin hayatına girmesiyle başlayan süreci resmeden yorumların yapılmasına da imkân sağlayacaktır:

4.7.1. Ev interneti: “Gerek yok. Cep telefonu paketi var.”

Tablo 4.23. *Ev internetine abonelik durumu ve süresi*

	N	%
Evet	207	50,5
Hayır	203	49,5
Toplam	410	100
	n	%
1 yıldan az	9	4,4
1-3 yıl	75	36,8
4-6 yıl	61	29,9
7 yıl ve üzeri	59	28,9
Toplam	204	100

Örneklemin %50,5’i evlerinde internet bağlantısı olduğunu söylemiştir. Evden internete erişimi olduğunu söyleyenlere yöneltilen “evinizde kaç yıldır internet bağlantısı var?” sorusuna yanıt verenlerin yarısından fazlası (%58,8) 4 ila 6 yıldır, %36,8’i 1 ila 3 yıldır, kalan %4,4’ü ise 1 yıldan az süredir evlerinde internet bağlantısı olduğunu ifade

etmiştir (Tablo 4.23). Bu tablo, Ergül ve arkadaşlarının (2012, s. 129), Eskişehir’deki kent yoksullarının gündelik yaşamında medya pratiklerini inceledikleri çalışmalarıyla karşılaştırıldığında, internet bağlantısı oranında %7’lik bir farklılık olduğu görülmektedir. Söz konusu çalışma, anket uygulanan hanelerdeki internet sahipliği oranının %43, bilgisayar sahipliği oranının ise %57 olduğunu söylemektedir. Bu araştırmada ise, evde internet bağlantısına sahip olan (%50,5) haneler ile olmayan (%49,5) haneler arasında sadece %1’lik bir fark vardır (Tablo 4.23). Ayrıca, “Kayınvalidemde var. (...) kayınvalidemden aşağı kattan çekiyorum”, “Oğlumun var”, “Teyzem de var” şeklindeki ifadelerin de yanıtlara eklendiği görülmüştür. Kaldı ki akıllı telefonların, “evden internete ulaşmak” pratiğini değiştirmiş olduğu bir gerçektir. Dolayısıyla, bu oranlar tartışılırken akıllı telefonların bireylerin internetle olan ilişki kurma biçimlerini dönüştürdüğü gerçeğini de göz önüne alarak bir değerlendirme yapmak daha doğrudur. Çalışmanın bazı noktalarında değinildiği üzere, yeni iletişim araçlarının küçülmesi internete erişim sağlayan bireylerin çevrimiçi pratiklerini çok ciddi biçimde dönüştürmüştür. İnternete erişim için artık bir masaya ve masanın üstünde başka yere hareket ettirilmesi çok zor olan bir bilgisayara ihtiyaç duyulmamaktadır. Taşınabilir dizüstü bilgisayarlar, tabletler, cep telefonları ve en sonunda da akıllı telefonlar internete erişimin daha hızlı ve kolay gerçekleştirilen bir günlük yaşam pratiği hâline gelmesinde, çevrimiçi ve çevrimdışı hayatın bu kadar fazla iç içe geçmesinde, iki hayat arasındaki geçişlerin çok anlık ve kaygan olmasında göz ardı edilemeyecek öneme sahiptirler. Hâl böyle olunca, akıllı telefonların yaygınlaşması ve her telefon operatörünün internete erişim tarifesinin olması, ev internetine olan ihtiyacı azaltmıştır. Bu anlamda, yeni iletişim araçlarına erişim ve sahiplik konularındaki eşitsizlikleri görece azalmasında, akıllı telefonların görece ucuzlaması ve yaygınlaşmasının kayda değer düzeyde rol oynadığını belirtmek gerekir:

“Vardı kapattık. Gerek yok. Cep telefonu paketi var” (43, kadın, ortaokul mez., lokantada çalışıyor, anket 40).

“Çocuklar evlenince interneti kapattırdık. Faturası yüksek geliyor. 50 lira diyor, 70 lira ödüyoruz. 2 yılda mecbur imzalattırıyorlar (sözleşme). Ancak telefonda var, onu kullanıyoruz” (58, erkek, ilkokul mez., emekli, anket 367)

“Yok, internetimiz yok ama normal, işte telefonlarda...” (4. Erkek, 39, evli, ilkokul mez., inşaatta sıvacı, Sevinç köyü).

“Kayınvalidemde var. (...) kayınvalidemden aşağı kattan çekiyorum” (34, Kadın, lise mez., ev kadını, anket 216)

“Yok, bizde yok (internet). (...) Cep telefonuna da kontör yüklersek geliyor, yüklemesem... Benimki 6 aydır yüklememişim, vallahi neredeyse kapanacak. (...) Ben girmiyorum da eşim biliyor, biliyorlar. Amcası var karşıda, karşıda amcası var, onda var. Bazı gidip, ödevi varsa alıp gidiyorlar, yapıyorlar” (33. Kadın, 39, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

Ev internetine olan ihtiyaçta, çalışma ve eğitim hayatının belirleyici olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmanın büyük ölçüde mavi yakalı örnekleminde ise, ev internetine duyulan ihtiyaca gerekçe olarak çalışma hayatının gösterildiği ifadelerle rastlanılmamış; buna karşın ebeveynler tarafından ‘çocukların ödevlerinin’ çokça ön plana çıkarıldığı görülmüştür. Örneğin, bir anne, eve internet bağlatmadan önce çocukların çıktı ihtiyaçlarını mahallenin terzisinden 1 TL’ye karşıladıklarını ifade eder:

“Ayda 60 TL. Terziciye giderlerdi ödevlerini çıkartmaya. Yazıcısı vardı onun” (39, kadın, ilkokul mez., ev kadını, anket 343).

İnternete bağlanılan araç konusunda da, akıllı telefonların önde olduğu görülmektedir (Tablo 24):

Tablo 4.24. İnternete bağlanılan araçlar

	Genel n=293 yanıt=502
Akıllı cep tel.	55,8
Masaüstü bil.	17,7
Dizüstü bil.	14,9
Tablet	11,6
Toplam	100

Yukarıdaki yorumları destekleyecek şekilde, Tablo 4.24’de görüldüğü üzere, internete erişme aracı olarak en sık başvurulana⁹⁵ araç %55,8 ile akıllı telefondur. Bunu sırasıyla, masaüstü bilgisayar (%17,7), dizüstü bilgisayar (%14,9) ve tablet bilgisayar

⁹⁵Yanıtlar çoklu yanıt kategorileri (*multiple response*) şeklinde analiz edildiğinden, yukarıda verilen yüzdeler anketlerin değil yanıtların dağılımını yansıtmaktadır.

(%11,6) takip etmektedir. Nitekim, örneklem genelinde masaüstü bilgisayar (%34,2), dizüstü bilgisayar (%28,3) ve tablet bilgisayar (%29,1) sahipliğinin de yüksek olmadığı; hanelerdeki bilgisayar sahipliğini belirleyen önemli unsurlardan birinin okul çağındaki çocuklar olduğu daha önce belirtilmişti. TÜİK oranları da bu bulguları desteklemektedir. TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçları, 2015 yılında %25,2 olan masaüstü bilgisayar sahipliği ve %43,2 olan taşınabilir bilgisayar (dizüstü, tablet, netbook vb.) sahipliği oranlarının, 2016 yılına gelindiğinde sırasıyla %22,9 ve %36,4'e düştüğünü söylemektedir (TÜİK 2015; TÜİK 2016). Bu oranlar, akıllı telefonlardan sonra bilgisayarlara olan ihtiyacın azaldığı şeklindeki yorumlara kapı açmaktadır. Nitekim, bu yorumları destekleyen nitel verilerden de daha önce bahsedilmişti.

Evinde internet bağlantısı olmayanların verdiği ifadelerin dijital eşitsizliklerin farklı boyutlarına örnek teşkil edecek türden olduğu görülmektedir. Bunlardan en dikkat çekici olanları, Gündoğdu mahallesinde internet altyapısının yeterli olmadığı yönünde verilen ifadelerdir. Bu mahallede yürütülen araştırma süresince, telefonların iyi çekmediği yönünde şikâyetlerin geldiğini de eklemek gerekir. Hatırlanacağı üzere, OECD'nin 2001 yılında yayınladığı “Dijital Bölünmeyi Anlamak” (*Understanding Digital Divide*) adlı raporda, dijital eşitsizliklerin temel göstergeleri olarak öncelikle haberleşmeyi sağlayan altyapı hizmetlerinin eksikliği gösterilmektedir:

“Altyapı iyi değil. Teyzemde var”. (16, erkek, meslek lisesi öğr., anket 385)

“Mahallede altyapı olmadığı için kız bağlatamadı”. (50, kadın, ilkokul mezunu, ev kadını, anket 232)

“Deniyoruz olmuyor; altyapı yok”. (27, kadın, ilkokul mez., ev kadını, anket 234)

“Telefonlardan çok şikâyetçiyiz, çekmiyor. Bu sokakta kaydırmalılar da çekmez”. (kadın, yaş 66, okur-yazar değil, ev kadını, anket 301).

Yüksek internet faturalarına, internetin pahalılığına yapılan göndermeler de söz konusudur. Sevinç köyünde yaşayan 39 yaşındaki Hatice Hanım, “Bizim evde internet yok, pahalıdır” dedikten sonra eşinin istemediğini de ekliyor. İstememe nedeni ise, Hatice Hanım'ın söylediğine göre çocukların çok “bağlanıyor” olması. “Bir bilgisayar alınca

hepsi başında toplanacak” diyen anne, iki oğlunun liseyi bıraktıktan sonra okumaya devam etmediğini söylüyor. Yani, çocukların ve gençlerin varlığı, eve yeni iletişim araçlarının girmesi konusunda önemli bir etken olduğu kadar, ebeveynlerin bağımlılık konusundaki tedirginliklerinden dolayı girmemesi noktasında da önemli bir etkidir. Aynı sıkıntıyı dile getiren bir babanın ifadeleri ise şu şekildedir:

“Var, sınırsız. (...) Aylık 55-60... Karşıyım ama! Lafını kestim, bu internete de karşıyım. Çocukları her şeyden alıkoydu. Gerçekten karşıyım. Ama taahhütlerim var, lafını kestim, taahhütlerim bitsin kapatacağım” (18. Erkek, 40, evli, ilkokul mez., fabrikada işçi, Gündoğdu mah.)

İnterneti pahalı bulduğu için eve almadıklarını belirten veya aynı nedenden ötürü kapattırmak isteyen bazı görüşmecilerin ifadeleri aşağıda verilmiştir. Örneğin ilk alıntıda faturanın yüksekliği gerekçe gösterilmektedir:

“Şu an yok. Fatura çok yüksek geliyor” (35, kadın, yüksekokul mez., ev hanımı).

Aşağıdaki sohbetse evden internet erişimi olan bir hanede gerçekleştirilmiştir. Buna karşın, 32 yaşındaki Keriman Hanım, “bağlandığımız iki yıl oldu” dediği interneti yakın zamanda kapatmak istediklerini, çünkü “çok fatura” geldiğini ve zaten “liseye gidecek” çocukları da olmadığını belirtmiştir. Keriman Hanım’ın sohbetin devamında, “Onu alcamıza, bari iki tane çekyat alim de evime koyim”, “E devirde devir ki, kimse bilmiyor da insanın borçlarını” ve “Kira mı vericen, onu mu vericen, şuna mı vericen?” cümleleriyle yaptığı vurgular göz önüne alındığında, internet faturasının yüksekliğinin öncelikli kapatma nedeni olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, çok fatura geldiğini söyledikten hemen sonra, çocuklarının küçük olduğunu, yani eğitim hayatları için internete gerçekten ihtiyaç duyacak yaşta olmadıklarını belirtme isteği, daha önceki bulgularda da vurgulandığı gibi, koşullar ne olursa olsun çocukların taleplerini/ihtiyaçlarını karşılama isteğini göstermektedir:

- Görüşmeci (23. Kadın, 32, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü): Var var, bizim evde internet var. (...) Zaten kapatacağız buuu, bu ay değil Kasım’ın sonunda kapatcaz.
- Araştırmacı: Neden?
- Görüşmeci (23. Kadın): Valla, çok fatura geliyo. Bizim liseye gidecek çocuklarımız yok. Sürekli çocuklar giriyo, öyle de iyi değil, ne bileyim, faturası çok geliyo. Ayda ne,

şey, altmış, yetmiş milyon para geliyo. (...) O yüzden kapatsın. Onu alcamıza, bari iki tane çekyat alim de evime koyim. (...) Evde bi şey yok. (...) Onu da kaynım istedi aldık diye ama biz kapatcaz yakında. (...) İnternet, yani ayda konuşsan konuşmasan da yine geliyo ayda altmış yetmiş milyon para. Elde olsaa öyle, olmasa valla, açıkta kalırsın. E devirde devir ki, kimse bilmiyor da insanın borçlarını. (...) Ha şimdi sen aylık bir milyar iki milyar alıyon, senin ne yine yetiyo? Kira mı vericen, onu mu vericen, şuna mı vericen? Yani biz de öyleyiz yani. Bi çalışman da olmadı mı zor oluyo. Küçük çocuk da oldu mu zor oluyo. Ne bilim. İşte...

Yeşil kart sahibi farklı bir haneden Döndü Hanım ise, evden internet erişimlerinin olmadığını ama eşinin cep telefonunda mevcut olduğunu, “İnternet yok ama sürekli babasında var” diyerek belirtmiştir. Sohbetin farklı bir yerinde okur-yazar olmadığını, daha doğrusu harfleri tanıdığını fakat “toplam” okuyamadığını söyleyen Döndü Hanım’ın, eşinin cep telefonundan internete nasıl erişim sağladığını bilmediğini gösteren ifadeleri, yeni iletişim araçları ile olan zayıf ilişkisini de göstermektedir. Eşi birkaç sefer internet aracılığıyla iş bulduğundan internet bu açıdan kendileri için faydalı olsa da bunun haricinde evinde interneti istememektedir. Çocukların dersleriyle ilgilenmeme ihtimalinden ve telefonda gördüğü şeylerin aynısını istemelerinden çekindiği, ayrıca interneti evliliği için bir tehdit olarak algıladığı görülmektedir. Ama yine de, “el işi indiriyon meselaa lif midir, kazak mıdır?..” şeklindeki sözleriyle internetin güzel bir şey olduğunu ifadelerine eklediği gözden kaçmamaktadır. İnternetin evlilik kurumuna karşı bir tehdit olarak algılanması durumuna, eğitim düzeyi düşük ve yeni iletişim araçlarıyla olan ilişkisi çok zayıf başka kadın kullanıcılar da rastlanmıştır. Bundan dolayı, bu konu ayrı bir başlık olarak ileride ele alınacaktır.

- Görüşmeci (24. Kadın, kimliğe göre 40, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü): İnternet yok ama sürekli babasında var.
- Araştırmacı: Cep telefonunda?
- Görüşmeci (24. Kadın): Hı hı. Cep telefonunda var. (...) Cep telefonunda buluyo mesela.

Para yüklüyo buluyoo, Cumartesi-Pazarları bazen internet buluyor benim eşim nerde bulsa internet buluyo giriyo işte... (...) İş için yani bizim için çok kolay oluyoo. İş arıyo zaten internetten buldu iki, üç yerde iş. Yani onun dışında aslında ben hiç internet istemiyorum evde. (...) İsteseydim, benim kaynım çekmiş internet. (...) Keriman’ın kocası çekmiş o. İsteseydim geçen sene dedi gel, her ayda dedi, otuz lira sen dedi, otuz lirada ben, altmış liraya aylık getirelim. Yok dedim istemiyorum. Çünkü benim oğlum büyük, internet eve gelse hayatta derse sahip çıkmaz. Sürekli onun başında olacak. O

yüzden istemiyorum. Birçoğu da doğru söylüyorum heralde. Bilmiyorum bana mı öyle geliyo, evliliğim için korkuyorum valla. (...) Çocuklarım için hani, bi bir şey yapıyorlar kötü örnek oluyo. Mesela derse sahip çıkmıyo. Hani diyom ne bilim yani telefonda bi şey buluyor. Onu illa istiyö. (...) telefonda bi şey gördüğü zaman hemen onu istiyor bu ne? Mesela, bi şey çıkıyor anne illa bunu alalım diyor. Çok böyle şeyli bi çocuk yani. İlla alcaksın yani imkânı yok. (...) Yoksa internet güzel bir şey, niye evde olsa el işi indiriyon meselaa lif midir, kazak mıdır?..

Erişim ve sahiplik konularının tümüyle dijital eşitsizlik meselesinin bir parçası olmadığı söylenemez. Bu çok yanlış bir ifade olur. Daha doğru olanı, bu konuları önemsizleştirmeden, dijital eşitsizlikleri; sosyo-demografik değişkenleri, becerileri, okuryazarlıkları, bireysel ve kültürel farklılıkları da kapsayan çok boyutlu bir sorun olarak ele alabilmektir. Pew Araştırma Merkezi'nin Mayıs 2019'da yayınladığı "*Digital divide persists even as lower-income Americans make gains in tech adoption*" başlıklı raporun sonuçları hatırlanacak olursa, internet serüveninin başladığı ilk günden bu zamana, genişbant internet hizmetlerinden faydalananlar da dahil olmak üzere, internet kullanımının ve akıllı telefon sahipliğinin, ekonomik anlamda daha az iyi durumda olanları da kapsayacak şekilde arttığı, buna karşın düşük ve yüksek gelirli Amerikalıların arasındaki dijital eşitsizliklerin hâlâ önemli ölçüde korunduğu belirtilmekteydi. Yıllık geliri, 30.000 doların altında ve yıllık geliri 100.000 doların üstündeki Amerikalıların bilgisayara, internete ve akıllı telefona sahip olma oranları arasındaki uçurumdan zaten literatürde bahsedildiği için burada tekrar etmeye gerek olmadığı düşünülmektedir. Fakat, bu tez araştırmasının yukarıda verilen bulgularıyla doğrudan ilişkili olan sonuçları tekrar hatırlamakta fayda vardır. Rapora göre, yıllık hane geliri 30.000 doların altındaki yetişkinlerin %26'sı internete bağlanabilmek için akıllı telefonlara muhtaçtı, yani evde genişbant internet hizmeti alamıyorlardı. Oysa bu oran, yıllık hane geliri 100.000 dolar ve üzerinde olan yetişkinlerde sadece %5'ti. Pew Araştırma Merkezi'ne göre, bu eşitsizlik, daha büyük ekranlarda gerçekleştirilmesi mümkün olan çevrimiçi davranışların, düşük gelir gruplarında yer alan bireylerce, yalnızca akıllı telefonlar aracılığıyla gerçekleştirilme olasılığının fazla olduğu anlamına geliyordu. Nitekim, yine merkezin 2015 yılındaki raporuna göre, düşük gelirli akıllı telefon kullanıcılarının, mobil cihazlarını iş aramak ve iş başvurusunda bulunmak için kullanma olasılıkları daha

fazlaydı. Ayrıca, çevrimiçi eşitsizlik “ev ödevi boşluğu” (*homework gap*)⁹⁶ olarak adlandırılan olguda da görülmekteydi. Bu, düşük gelirli hanelerde yaşayan okul çağındaki çocukların %35’inin evde geniş bant internet hizmetinden faydalanamadığı anlamına geliyordu (Pew Araştırma Merkezi, 2019b). Bu tez araştırmasındaki bulgular da, evde internet hizmeti alamama, çevrimiçi pratiklerin yalnızca akıllı telefonlarda gerçekleştirilmesi ve “ev ödevi boşluğu” olgusu gibi dijital eşitsizliklerin birbirine bağlı ve erişimle ilişkili boyutlarının hâlâ geçerli olduğunu göstermektedir. Çin’in Wuhan kentinde başlayıp tüm dünyaya yayılan ve ülkemizi de etkisi altına alan Kovid-19 pandemisi, toplumsal ve ekonomik yaşamın birçok alanında zorunlu bir dönüşüm meydana getirmiştir. Bu zorunlu dönüşümün önemli bir parçası, internet başta olmak üzere tüm yeni iletişim araçlarına duyulan ihtiyaçla ilişkilidir. Pandemi ile yaşanan karantina koşulları, birincil toplumsal ilişkilerin bile salgından önceki dönemden çok daha fazla olacak şekilde dijital ortama taşınmasını gerektirirken, birçok sektörde evden çalışmanın zaruri hâle gelmesi, ikincil ve resmi ilişkilerin de yine çok büyük ölçüde dijital ortamlardan yürütülmesi ihtiyacını doğurmuştur. Öncesinde, belli başlı üniversitelerde, belli alan ve programlarda uygulanan uzaktan eğitim, yine salgın koşullarında orta ve yükseköğretimin tüm alanlarında uygulanmaya başlanmıştır. Böylece, internete ve ona eriştirecek araçlara duyulan ihtiyaç da artmıştır. Bu koşulların, ev ödevi boşluğu olgusunun hissedildiği hanelerin sayısını arttırdığı düşünülmektedir. Dijital eşitsizlikler; erişim, sahiplik, beceriler ve okuryazarlıkları kapsayan tüm boyutlarıyla bir toplumsal sorundur. Düşük sosyal ve ekonomik statüye sahip aileler için erişim ve sahiplik konularının hâlâ görece önemini koruduğu; salgın koşullarının getirdiği bazı zaruri değişikliklerin gelecek dönemlerde de kalıcı olma ihtimallerinin konuşulduğu göz önüne alındığında, dijital eşitsizlikleri tüm toplumsal kesimler için ve tüm boyutlarıyla gidermeye yönelik politikalar da artık daha fazla önem kazanmaktadır.

Akıllı telefonların, yeni iletişim araçlarına erişim ve sahiplik konusundaki eşitsizlikleri görece azaltmadaki işlevinden yukarıda bahsedilmişti. Yukarıda verilen bulgular da, bu araştırma sahasının internete erişiminde akıllı telefonların ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Dede Özdemir (2014), akıllı telefonların toplumsal kullanımı açısından vurgulanması gereken önemli bir özelliğin ‘sürekli bağlantıda olma’

⁹⁶Söz konusu kavram, evlerinde yüksek hızlı internet bağlantısına sahip olan okul çağı çocukları ile bu imkâna sahip olmayan çocuklar arasındaki boşluğu anlatmak için kullanılmaktadır.

hâli olduğunu söyler. Yazara göre, bu araçların ardındaki ‘devrimci fikir’ de zaten, sosyal medya kullanımıyla birlikte sağlanan her zaman ulaşılabilirlik ve sürekli bağlantı hâlidir. Dolayısıyla telefonun akıllı olmaması, bireyin hareket kabiliyeti olduğunu ama bağlantısının olmadığına işaret eder (Dede Özdemir, 2014, s. 67). Bu yüzden şimdi, sahadaki akıllı telefon sahipliği ve kullanım pratiklerine ilişkin nicel ve nitel bulgular verilecektir. Buradaki bulgular da yine dijital eşitsizliklerin farklı boyutlarına ilişkin zengin veriler sunmaktadır.

4.7.2. Akıllı telefon sahipliği: “Parmaklı telefon canım istiyor da alamıyorum.”

Araştırmamızdaki örneklemin yarısından fazlasının (%75,2) akıllı telefon; %17,8’inin “normal” cep telefonu sahibi olduğu ve kalan %7’sinin ise kendilerine ait bir cep telefonu olmadığı bulgulanmıştır. “Normal” cep telefonu ifadesi özellikle tercih edilmiştir; çünkü bazı bireyler sahip oldukları telefonların niteliğini belirtirken bizzat bu ifadeyi kullanmıştır. Ayrıca “takoz”, “akılsız”, “tuşlu”, “eski model” şeklindeki nitelendirmelere de rastlanmıştır. “Kaydırmalı” ve “parmaklı” ifadeleri ise akıllı telefonları betimlemek üzere kullanılmıştır.

“Önce takoz vardı” (erkek, yaş 40, ilkokul mez., anket 275)

“Parmaklı telefon canım istiyor da alamıyorum” (kadın, yaş 65, ilkokul mez., işçi emeklisi, anket 127).

“(…) Bir <yalnızca onun anlamında kullanıyor> oğlanın kaydırmalı telefonu var” (kadın, yaş 60, ilkokul mez., anket 230)

“Bu sene geldi (akıllı cep telefonu). Ondan önce normaldi” (kadın, yaş 66, diplomasız okur-yazar, anket 370)

Tablo 4.25. Akıllı cep telefonu sahipliğinin seçilmiş değişkenlerle ilişkisi – Ki-kare testi sonuçları

	Akıllı cep telefonu sahipliği			
	n	χ^2	sd	p
Cinsiyet	415	2,866	1	.090
Yaş	414	88,996	4	.000
Eğitim	410	57,635	4	.000
Gelir	415	8,303	2	.016
İşgücü durumu	413	60,378	4	.000

α : .05 için anlamlıdır.

Yukarıdaki Tablo 4.25 ise, akıllı cep telefonu veya “normal” cep telefonu sahipliğinin, katılımcıların cinsiyetleri, yaşları, eğitim düzeyleri, gelir düzeyleri ve işgücü durumları ile ilişkili olup olmadığına ilişkin ki-kare testi sonuçlarını göstermektedir. Buna göre, farklı yaş ($\chi^2_{(4)}=88,996$ p.000<.05), eğitim ($\chi^2_{(4)}=57,635$ p.000<.05), gelir

($\chi^2_{(2)}=8,303$ p.016<.05) ve işgücü ($\chi^2_{(4)}=60,378$ p.000<.05) gruplarındaki bireylerin akıllı cep telefonu sahipliğinde gözlenen ilişkinin anlamlı olduğu bulunmuştur. Akıllı cep telefonu sahipliğinde cinsiyete ($\chi^2_{(1)}=2,866$ p.090>.05) ilişkin bir fark ise gözlenmemiştir. Gözlenen bu ilişkilerin ne anlam ifade ettiği, aşağıdaki tablo (Tablo 4.26) ve yorumunda açıklanmaktadır:

Tablo 4.26. Akıllı cep telefonu sahipliğinin seçilmiş değişkenlere göre dağılımı

		Akıllı cep tel. kullanıyor	Hiç yok ya da “normal” cep tel. kullanıyor	Toplam	
Cinsiyet n=415	Kadın	71,9	28,1	100	
	Erkek	79,1	20,9	100	
Yaş n=414	24 ve altı	90,4	9,6	100	
	25-34	86,9	13,1	100	
	35-44	84,5	15,5	100	
	45-54	63,5	36,5	100	
	55 ve üzeri	34,8	65,2	100	
Eğitim n=410	Bir okul bitirmedi ⁹⁷	29,2	70,8	100	
	İlkokul mezunu	65,5	34,5	100	
	Ortaokul öğr./mez.	74,7	25,3	100	
	Lise öğr./mez.	88,5	11,5	100	
	Yükseköğretim öğr./mez.	100	0	100	
Gelir n=415	1604 TL ve altı	66,4	33,6	100	
	1605 TL-3209 TL	78,8	21,2	100	
	3210 TL-4500 TL	81,2	18,8	100	
İşgücü durumu n=413	İş gücüne dâhil ⁹⁸		85,3	14,7	100
	İş gücüne dâhil değil	Öğrenci	92,4	7,6	100
		İşsiz	78,6	21,4	100
		Ev kadını	69,4	30,6	100
		Emekli	32,5	67,5	100

⁹⁷“Bir okul bitirmedi” şeklindeki düzeylendirme okur-yazar olmayanları ve diplomasız okur-yazarları kapsamaktadır.

⁹⁸Demografik bulgular başlıklı bölümde işgücü durumu daha ayrıntılı olarak verilmiştir. İstihdam durumu içerisinde hâlihazırda çalışanların toplam oranı %26,4 (109 kişi) iken; işçilerin bu oran içindeki payı %19,9’dur (82 kişi). İşte, işgücüne dâhil olan 109 kişinin burada tek bir kategoride birleştirilmesinin nedeni, işgücüne dâhil olanların (%26,4) büyük bir kesiminin işçilerden (%19,9), kalan %2,7’sinin (11 kişi) ise kendi hesabına çalışanlardan, %1,5’inin (6 kişi) esnaflardan, %1,2’sinin (5 kişi) memurlardan, %0,7’sinin (3 kişi) çiftçilerden ve %0,5’inin (2 kişi) özel sektör çalışanlarından oluşmasıdır. Bir diğer ifadeyle, çalışma yaşamında yer alan kişilerin büyük bir bölümü işçidir. Dolayısıyla, işçi olduğunu ifade edenlerin dışında kalan çalışanların sayıca çok az olması, bu araştırmanın örnekleminde işgücünün niteliğini değil yani kişilerin mesleklerini değil, işgücü durumunun bizzat kendisini yani kişilerin çalışma yaşamında yer alıyor olmalarını bir ayırım noktası teşkil eder duruma getirmiştir. Bu sebeple de çalışma yaşamında yer alanların tamamı tek bir kategoride birleştirilmiştir. Araştırmanın sayıtlarında da belirtildiği gibi, anket çalışmasının gerçekleştirildiği Emek ve Gündoğdu mahalleleri işçilerin ağırlıklı olarak yaşadığı iki mahalle olmaları nedeniyle, böylece düşük gelir ve statü grubunu temsil edeceği varsayımıyla tercih edilmiştir.

Akıllı cep telefonu sahipliğinde cinsiyete ilişkin anlamlı bir fark çıkmamış olsa dahi Tablo 4.26’da görüldüğü üzere, akıllı cep telefonu sahibi olan erkekler (%79,1) kadınlardan (%71,9) fazladır.

Tablo 4.26 incelendiğinde, 24 ve altı yaşlarda akıllı telefona sahip olanların oranının %90,4 olduğu, bu oranın yaş arttıkça azaldığı ve 55 ve üzeri yaşlarda %34,8’e düştüğü görülmektedir. Buna karşın, 24 ve altı yaşlarda hiç cep telefonu olmayanların ve/veya “normal” cep telefonu kullananların oranının %9,6 olduğu, bu oranın yaş arttıkça arttığı ve 55 ve üzeri yaşlarda %65,2’ye çıktığı görülmektedir. Daha açık bir ifadeyle, yaş arttıkça akıllı cep telefonu kullanımı azalmakta, hiç cep telefonu kullanmayanların ve/veya “normal” cep telefonu kullananların oranı ise artmaktadır.

Akıllı cep telefonu sahipliği eğitim düzeyine göre de farklılaşmaktadır. Bir okul bitirmemiş olanların %29,2’si akıllı cep telefonu sahibiyken, eğitim düzeyinin yükselmesine paralel olarak bu oranın arttığı görülmektedir. Nitekim ilkokul mezunu olanların %65,5’i, eğitim düzeyi ortaokul olanların %74,7’si, eğitim düzeyi lise olanların %88,5’i ve yükseköğretim olanların ise tamamı (%100) akıllı cep telefonu sahibi olduğunu belirtmiştir. Daha açık bir ifadeyle, eğitim düzeyi düştükçe akıllı cep telefonu kullanım oranı azalmakta, hiç cep telefonu kullanmayanların veya “normal” cep telefonu kullananların oranı ise artmaktadır.

Yine Tablo 4.26 incelendiğinde, akıllı cep telefonuna sahip olanların oranının, aylık hane geliri asgari ücret ve altında olanlarda %66,4 olduğu; bu oranın aylık hane geliri arttıkça yükseldiği ve en son aylık hane geliri 3210-4500 TL arasında olanlarda ise %81,2’ye eriştiği görülmektedir. Dolayısıyla,, gelir düzeyi arttıkça akıllı cep telefonuna sahip olma oranı da artmaktadır. Ancak gelir yükseldikçe akıllı telefon sahipliği oranı artsa da, aylık hane geliri asgari ücret ve altında olan hanelerde yaşayan katılımcılarda bile akıllı telefon sahipliği oranı %66,4 olup bu oran hiç de az değildir. *Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi 2019* araştırma sonuçları, farklı gelir gruplarında benzer oranlarda telefon değiştirme sıklığı görüldüğünü belirtir. Araştırmaya göre, son iki yıl içinde telefon aldığını belirtenlerin oranı, aylık hane geliri 6000-8000 TL olan kişilerde %55 iken, aylık hane geliri 16000-20000 olan kişilerde %65’dir (Deloitte, 2019, s. 9). Araştırmadaki bu sonuçlar, akıllı telefonların eriştiği vazgeçilmez statüyle ilişkilendirilmekte ve

telefonların bu statüden dolayı tablet, bilgisayar, akıllı saat gibi ürünlerden ayrıldığı; tüm coğrafya, yaş ve gelir gruplarında benzer oranlarda kullanıldığı belirtilmektedir (Deloitte, 2019, s. 6). Ayrıca raporda, bazı kullanıcılar tarafından telefonların sosyal statü sembolü olarak görülmesi ve aylık ücretlendirme gibi farklı ödeme seçeneklerinin mevcut olmasından ötürü çalışma durumu ve gelir fark etmeksizin sık telefon değiştirildiği ifade edilmektedir (Deloitte, 2019, s. 6). Ticaret Bakanlığı'nın Türkiye'deki israf ve tasarruf oranlarını incelemek için yaptığı Türkiye İsrar Araştırması sonuçlarına göre de, Türkiye'deki kullanıcıların cep telefonlarını değiştirme sıklığı 3.7 yıl olarak açıklanmıştır. Yeni modellere sahip olma isteği ve kullanılan telefonların bozulması telefon değiştirme nedenleri olarak gösterilirken, aynı araştırma sonucunda genç kullanıcıların yaşlı kullanıcılara göre daha sık telefon değiştirdiği ortaya konulmuştur.⁹⁹

Bu araştırmada akıllı cep telefonu sahipliği oranı, aynı zamanda işgücü durumuna göre de değişmektedir. Nitekim akıllı cep telefonu sahipliğinin en düşük olduğu üç grup işgücüne dâhil olmayanlar arasındaki emekliler (%32,5), ev kadınları (%69,4) ve işsizlerdir (%78,6). En yüksek sahiplik oranı ise sırasıyla öğrencilerde (%92,4) ve işgücüne dâhil olanlarda (%85,3) görülmektedir (Tablo 4.26). Bir babayla gerçekleştirilen aşağıdaki görüşmede, babanın hanenin gelir getireni olarak eşinin ve çocuklarının taleplerini karşılama konusunda hassas olduğu anlaşılmaktadır. Eşinin kullandığı yeni akıllı telefonu taksitle aldığını söyledikten sonra, araştırmacıya yönelttiği, “bir evin reisi olsanız ya da evin hanımı olsanız, çocuğunuz bir şey istese gidip alır mısınız, almaz mısınız?” şeklindeki sorusu, babanın önceliklerini göstermektedir. Buna karşın görüşmenin devamında, aldığı maaşın yetersizliği ile ilgili sıkıntılarından bahsetmiş; çocuklarını arabayla pikniğe götürmek istediğini fakat yapamadığını dile getirmiştir:

- Araştırmacı: Sizin, eşinizle ikinizin akıllı mı (telefonunuz)?
- Görüşmeci (18. Erkek, 40, evli, ilkokul mez., fabrikada işçi, Gündoğdu mah.): Akıllı, heh. Hanımınki birinci el, heh. Onu taksitle aldık, daha devam ediyor ki! (...) Şimdi siz, bir evin reisi olsanız ya da evin hanımı olsanız, çocuğunuz bir şey istese gidip alır mısınız, almaz mısınız? (...) Olsa da olmasa da ben alıyorum. (...) Bilmiyorum, yani işin içinden çıkamıyorum. Gerçekten. Yani bunları ben arabama bindirip pikniğe götürmek isterim. Ölümlü dünya değil mi babam?

⁹⁹<https://www.webtekno.com/yayinlanan-rapora-gore-turkiye-de-ortalama-3-7-yilda-bir-telefon-degistiriliyor-h61040.html> (Erişim tarihi: 23.11.19)

19 yaşındaki Hasan'ın aşağıdaki ifadeleri ise, yukarıda sonuçları verilen *Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi 2019* araştırma raporunun, aylık ücretlendirme gibi farklı ödeme seçeneklerinin çalışma durumu ve gelir fark etmeksizin sık telefon değiştirildiği (Deloitte, 2019, s. 6) şeklindeki sonucunu destekler niteliktedir. Hasan, bu yöndeki düşüncelerini, “Ya bu zor bi şey değil ki! (...) bi telefonu, sen 24 ay taksite bağla, her ay elli lira nasıl veremicen” şeklindeki cümleleriyle ifade etmiştir:

- Görüşmeci (14. Erkek, 19, bekâr, üni. öğr., Gündoğdu mah.): Üç, üç tane kardeşim var, babamın var. Dört tane akıllı telefon var. (...) Alınırken birinci el alındı.
- Araştırmacı: Markası nedir?
- Görüşmeci (14. Erkek) : iPhone 5.
- Araştırmacı: iPhone da var?
- Görüşmeci (14. Erkek) : (çok kısa bi sessizlik). Ya bu zor bi şey değil ki! Çöpçünün bile elinde artık iki tane telefon var. (...) O kadar da vasat bi durumda değil insanlık. Yani, bi telefonu, sen 24 ay taksite bağla, her ay elli lira nasıl veremicen. Bi lira bi lira koysan araya elli lira eder ya... İnsanların birazda bence hani bu kadar aşağı indirmelerine gerek yok.

Eşinin belediyede yövmiyeli olarak çalıştığını söyleyen bir ev kadını ise, eski model telefon kullandığını, bir ihtiyaç olarak görse bile telefonların çok pahalı olduğunu söylemiştir. Okur-yazar olmayan görüşmecinin yeni iletişim araçları ile ilgili sözcük ve kavramlara da çok aşina olmadığı, evdeki mevcut telefonlarla ilgili kısa ifadelerinden ve araştırmacının yönelttiği soru cümlelerinin içinde geçen sözcüklerin tekrarını içeren yanıtlarından anlaşılmaktadır:

- Araştırmacı: Cep telefonu kullanıyor musunuz?
- Görüşmeci (23. Kadın, 32, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü): Valla eşim kullanıyor. O da bozuldu.
- Araştırmacı: Senin kendine ait var mı?
- Görüşmeci (23. Kadın): Var valla da, küçük o da bozuk.
- Araştırmacı: Eski model mi?
- Görüşmeci (23. Kadın,): He, eski model.
- Araştırmacı: Eşinizin akıllı cep telefonu mu?
- Görüşmeci (23. Kadın,): O, büyüklerden. (...) Valla o da seninkinden işte <araştırmacının akıllı telefonundan bahsediyor>.
- (...)

- Araştırmacı: Akıllı cep telefonu kullanmamanın nedeni çok pahalı olması mı yoksa ihtiyaç mı duymuyorsun?
- Görüşmeci (23. Kadın,): İhtiyaç, ihtiyaç. İhtiyaç da çok da pahalıymış. Kimi iki milyar, kimi yüz milyon istiyö.

Sevinç köyünden bir anne ise, çocuklarından birinin kaval çalma gibi çeşitli işlerde çalışarak kazandığı para ile akıllı telefon almak istediğini şu ifadelerle anlatmaktadır:

“Babasınıkini (cep telefonu) gelir gelmez alıyorlar elinden. Bırakmıyorlar. (...) En küçüğü bu sene birkaç gün ağıla gitti Güngören’de kavalcılık yapıyordu, domates çekiyordu, götürdü küçüğü, bir 200 mü? 300 milyon para topladı, ‘baba bana üstüne verecen, bana dokunmatik telefon alacan!’ diye, babası da kızdı, izin vermedi. Dedi, ‘lise bitene kadar size yok!’” (33. Kadın, 39, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç mah.).

Aylık hane gelirleri 4500 TL ve altındaki hanelerde yaşayan yoksul bireylerden oluşan bu araştırmanın saha çalışmasında, hanelerde mevcut olan akıllı telefonların en az birinin yeni/kullanılmamış olduğu gözlemlenmiştir. Akıllı telefon kullanıcılarının %59,2’si (183) 4 yıldan daha fazla süredir akıllı telefon kullanmaktadır. 4 yıl ve daha fazla süredir akıllı telefonu kullanan 183 kişiden en az bir kez telefonunu değiştirenlerin oranı %81,4 iken, hâlâ ilk telefonunu kullananların oranı %18,6’dır¹⁰⁰. Deloitte şirketinin raporunda ifade edildiği gibi, akıllı telefonların diğer yeni iletişim araçlarından ayrıldığı tartışmasız bir gerçektir. İleriki başlıklarda da değinileceği üzere, akıllı telefonların özellikle ergenler ve gençler tarafından statü sembolü olarak algılandığına; marka ve modelinin önemli görüldüğüne; hanenin gelir getireni olarak babaların bakmakla sorumlu oldukları ailelerinin isteklerini, anne-babaların çocuklarının heveslerini karşılama gayretlerine önem verdiklerine ilişkin bulgulara da rastlanmıştır. Ama yine de, akıllı telefonların “tüm coğrafya, yaş ve gelir gruplarında benzer oranlarda” kullanıldığı şeklindeki ifadelere temkinli yaklaşmanın daha doğru olduğu düşünülmektedir. Sevinç köyünden bir annenin, “Normal cep telefonu yok ki almaya kalksan hep kaydırmalı, dokunmatik telefonlar var” şeklinde ifade ettiği piyasa şartlarının da göz ardı edilmemesi

¹⁰⁰“Kaç yıldır akıllı cep telefonu kullanıyorsunuz?” sorusu, akıllı telefon sahibi olan 312 kişiye yöneltilmiş ve 309 kişiden yanıt alınmıştır. Bu 309 kişinin yarısından fazlası (%59,2) 4 yıldan daha fazla süredir, %39,2’si 1 ila 3 yıldır ve geriye kalanların %1,6’sı ise 1 yıldan az süredir akıllı cep telefonu kullandığını belirtmiştir.

gerekmektedir. Ayrıca, bu araştırma, hane içerisinde yeni akıllı telefonlara kimlerin sahip olduğu/olacağı noktasında, dijital eşitsizliklerin farklı ve özellikle de toplumsal cinsiyete ilişkin boyutlarını ortaya koyacak dinamiklerin söz konusu olduğunu ortaya koymuştur. Bu anlamda nitel verilerin, bir kez daha görünenin altında yatan eşitsizlik örüntülerine ulaşmayı sağladığı söylenebilir:

4.7.2.1. Akıllı telefon sahipliğinde toplumsal cinsiyetin görünüşleri: “O yeniliyor, elindekini bize bahsediyor...”

Aşağıda seçilmiş bazı ifadelerden görüleceği üzere, özellikle bazı ev kadınlarının, çocuklarından veya eşlerinden kalan eski telefonları kullandığı, bu ikinci el telefonlar artık çalışmaz duruma geldiğinde kendilerine yeni bir telefon alındığı anlaşılmıştır. Farklı örneklerle de rastlanmıştır elbette. Bunun bir örneği de, bir fabrikada işçi olarak çalışan babanın birinci el telefonu eşine almış olmasıydı. Fakat, kullandıkları telefonların yeni mi yoksa ikinci el mi olduğunu öğrenmek amacıyla yöneltilen soruları, gerek sözleri gerekse de tavırlarıyla inceden alaya alarak bazen de yakınlıkla yanıtlayan kadınlara çokça rastlanması böyle bir başlık açılması ihtiyacını doğurmuştur. Sevinç köyünde, en büyüğü 19 yaşında üç erkek çocuk annesi olan bir ev kadını ile yapılan görüşmede, anne, bugüne kadar hep “eskileri” kullandığını, en son artık telefon çalışmaz duruma geldiği vakit kendisine de yeni telefon alındığını belirtmiştir. “Neden eskileri kullanan hep ben olayım?” tarzında sitem içerikli bir ifadeyi de sözlerine eklediğini belirtmek gerekir. Yine Sevinç köyünden 32 yaşındaki bir başka anne, “biri birinci el, biri ikinci el” diyerek tarif ettiği evdeki iki telefondan hangisinin kendisine ait olduğu sorulduğunda, kahkaha atarak “Aşk olsun. Eşim kendisine aldı” yanıtını vermiştir. Gündoğdu mahallesinde yaşayan 46 yaşındaki bir başka annenin şu an kullanmakta olduğu ilk akıllı cep telefonunu “Eski canım” diyerek tarif etmesi ve çocuklarının beğenmediği telefonları kendisinin aldığını söylemesi üzerine komşularından birinin araya girerek “Anneler çöplük” diyerek gülmesi de oldukça kayda değerdir. Hem anketlerden hem de görüşmelerden bu bulguya örnek teşkil edebilecek benzer ifadeler ise aşağıdaki gibidir:

“Değiştirmedim, ilk telefonum. Çok pahalı telefon. Fatura üzerinden ödedik. Yoksa alacağından değildi” (kadın, yaş 38, ilköğretim mez., pazarda Avon ürünleri satıyor, anket 361).
“İkinci telefonum. Eşimden kalanlar. O yeniliyor, elindekini bize bahsediyor. Ev hanımları öyle zaten” (kadın, yaş 31, ilköğretim mez., ev kadını, anket 368).

- Görüşmeci-2 (28. Kadın, 34, evli, ilkokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.): Hocam ben de seviyorum. Dedim ya, özel olsun, güzel olsun, biraz da pahalı olsun <hafifçe gülüyor>. Ama eşim tabi ki yok böyle olcak böyle (dedi)... Ben mesela dediğim gibi çalışsaydık, yani okumuş olsaydık kendimiz alırdık. E tabi ki kocalar aldığı için de bi şey de diyemiyorum. Biraz da düşük fiyattan alıyolar. Önceki telefonu hocam üç buçuk milyara alıydı. O da bozuldu. ‘E o da aynı, o da aynı’ diyo. E ben bi tane gördüm orda o da şeyi daha yüksek, fiyatı daha yüksek. E onun kullandığı şey de aynı (...) Öyle istedim ama olmaz dedi <hafifçe gülerek bitiriyor>.
- Görüşmeci-1 (27. Kadın, 38, evli, ilkokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah: Paran olursaa en iyisini alırsın ama paran olmazsa napcan...
- Görüşmeci-2 (28. Kadın): Onun için diyom. Okusunlar (çocuklar) kendileri alsınlar diyom.
- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Evet evet. Biz de onları istiyoruz zaten; okusunlar.

Yukarıdaki alıntılar içerisinde, bir diyalog olarak verilen sonuncusu, eğitim düzeyinin düşüklüğü başta olmak üzere, çalışma hayatında yer alamama gibi bireylerin yaşam kalitesini düşürdüğü ve kendilerine olan güveni azalttığı anlaşılan unsurlara işaret etmesi açısından ayrı bir yerde durmaktadır. Çünkü, “çalışsaydık, yani okumuş olsaydık kendimiz alırdık” ve “Paran olursaa en iyisini alırsın ama paran olmazsa napcan” gibi ifadeler, görüşmecilerin kendilerine dönük bir farkındalık, belki çok derinde hissedilen bir eleştiri hâlinin de olduğunu göstermektedir. Toplumsal hayatla bütünleşebilme, sisteme adapte olabilme ve istediğini alabilme şansını çocukları için dilemektedirler. Diğer alıntılardaki, “Yoksa alacağından değildi” ve “elindekini bize bahşediyor”, “Anneler çöplük” şeklindeki serzeniş içeren ifadeler de, akıllı telefonlarla ne yapıldığı, bu teknolojinin bireyin yaşamına neler kattığı, o yaşamı nasıl ve hangi açılardan kolaylaştırdığı sorgulamalarına daha girmeden, ona sahip olup olmamanın kendisinin bir eşitsizlik kaynağına dönüştüğünü göstermektedir. Teknolojinin mevcut eşitsizlikleri ortadan kaldırabilme potansiyeline ilişkin vurgularıyla öne çıkan teknolojik belirlenimci görüşleri sorgulatan bu ifadeler, Bourdieu’nün “sembolik şiddet” kavramını da akla getirmektedir. Bourdieu *Eril Tahakküm* adlı eserinde, sembolik şiddeti tanımlarken, “yumuşak ve çoklukla görünmez olan bu şiddetin hayata geçtiği somut durumlara ziyadesiyle muhtelif ve ziyadesiyle manidar sayısız örneği yeterince ustalıkla ifade etmekten acizim (...) Sembolik güç doğrudan bedenler üzerinde ve herhangi bir fiziksel kuvvet olmadan uygulanan neredeyse büyümlü bir güç biçimidir; fakat bu büyü yalnızca bedenin derinliklerine su pınarları gibi gömümlü bulunan yatkınlıklardan kaynağını alarak

işleyebilir (Bourdieu, 2018, s. 51-54)” der. Bu yüzden, sembolik şiddeti üreten toplumsal koşulların ortadan kalkması veya sembolik şiddeti sona erdiren biçimsel özgürlüklerin elde edilmesi durumlarında bile kadının kendi kendini dışlaması devam eder (Bourdieu, 2018, s. 56). Kadınlara eşleri tarafından verilen ikinci el akıllı telefonlar, somut olarak görülmeyen, gösterilemeyen fakat hissedilen bir şiddet unsuruna dönüşürken bir taraftan kadınlar ve teknoloji arasındaki sembolik mesafenin açılmasına neden olmaktadır. Tıpkı akşam herkesin evde olduğu saatlerde, kadının kendini ekrandan geri çekerek televizyonu eşe ve/veya çocuklara terk etmesi ve eve alınacak ikinci televizyonun yeri olarak mutfağı tercih etmesi örneğinde olduğu gibi, çoğunlukla hane üyelerinden birinin olan kullanılmış telefonları kabul etme noktasında da, anneye özgü bir fedakârlık ve daha iyiden vazgeçme eğilimi söz konusudur.

4.7.2.2. **Motivasyonel erişimden yoksunluk: “Oğlan alayım dedi ama kafam almıyor dedim.”**

van Dijk’ın yeni iletişim teknolojilerine erişimi, birbirini takip eden ve birbiriyle ilişkili dört erişim tipi üzerinden açıkladığı alanyazında belirtilmişti. Motivasyonel erişim (*motivational access*), materyal erişim (*material or physical access*), beceri erişimi (*skills access*) ve kullanım erişimi (*usage access*) şeklinde ifade edilen bu dört erişim tipinden ilki olan motivasyonel erişim; yeni teknolojilere ilgisiz olma, onlardan korkma, onları benimsemeye yardımcı olacak teknik bilgi ve becerilerden, maddi kaynaklardan ve sosyal destekten yoksun olma gibi nedenlerden ötürü engellenebilmekteydi (van Dijk ve Hacker, 2000, s. 1; van Dijk, 2012, s. 197-198). Hatırlanacağı üzere, bu araştırmanın nicel bulguları da, akıllı telefon kullanımının en düşük olduğu yaş gruplarının, 45-54 ve özellikle 55 ve üzeri yaşlardakiler olduğunu göstermekteydi. Bunun, van Dijk’in motivasyonel erişim olarak ifade ettiği nedenlerle ne kadar bağlantılı olduğu merak edilmiştir.

Tablo 4.27. 45 yaş ve üzeri bireylerin akıllı telefon kullanmama nedeni

%	Akıllı cep tel. kullanmayan 45 yaş ve üzeri n=52 yanıt=79
İhtiyaç duymuyorum	41,8
Kullanması zor	25,3
Çok pahalı	21,5
Faydalı değil	6,3
Diğer	5,1
Toplam	100

‘45 yaş ve üzerindeki bireylerin’¹⁰¹, akıllı telefon kullanmama nedeni olarak en sık tekrarladıkları yanıtlar¹⁰² sırasıyla “*ihtiyaç duymuyorum*” (%41,8), “*kullanması zor*” (%25,3), “*çok pahalı*” (%21,5), “*faydalı değil*” (%6,3) ve “*diğer*”¹⁰³ (%5,1) şeklindedir (Tablo 4.27). En sık tekrarlanan *kullanım zorluğu*, *ihtiyaç duymama* ve *pahalılık* yanıtlarının birbirinden bağımsız olmadığı düşünülmektedir. Bu sıralama, sosyo-ekonomik statü göstergeleri olarak yaş, eğitim düzeyi ve gelirin birbirini tamamlayıcı unsurlar olduğunu göstermesi açısından önemlidir. 45 yaş ve üzerindeki bireylerin anket yanıtlarına eklediği ve görüşmelerde verdiği ifadelerden bazıları ise şöyledir:

“Cep telefonu benim için açıp kapama. Mesaj falan geliyor, onları da başkasına baktırıyorum. Bir türlü kafam almadı”. (39. Erkek, 72, evli, ilkokul mez., emekli çoban, Sevinç köyü)

“Kullanması zor. Bilemiyorum karıştırıyorum. Bence faydalı haber duymak için. Hatta oğlan alayım dedi ama kafam almıyor dedim”. (kadın, yaş 60, diplomasız okur-yazar, anket 307)

“Kullanması zor. Bilemem de cahilim. (...) İhtiyaç duymuyorum, beceremiyorum zaten”. (kadın, yaş 50, ilkokul mez., anket 231)

“İhtiyaç duymuyorum. Merak etsem kullanırım diye düşünüyorum ama üstüne düşmedik”. (kadın, yaş 59, ilkokul mez., anket 271)

Yukarıdaki ifadeler, doğrudan yeni medya okuryazarlığının zayıflığına işaret etmektedir. Hatırlanacağı üzere, Livingstone (2004b, s. 8), medya okuryazarlığını yalnızca becerilere indirgeyen yaklaşımların, iletişime aracılık eden teknolojiyi ve metinselliği (*textuality*) göz ardı ettiğini; evrenselci bir çerçeveyi destekleyerek medyanın tarihsel ve kültürel olanaklarını ihmal ettiğini ifade etmekteydi. İşte, ifadelerde öne çıkan “bilemem de cahilim” ve “bir türlü kafam almadı” şeklindeki cümleler, okuryazarlığın sadece becerilerle ilgili olmadığını gösteren önemli örneklerdir. Akıllı

¹⁰¹Akıllı telefon kullanmadığını belirten 45 yaş ve üzerindeki katılımcıların sayısı 68’dir. 52 kişiden yanıt alınmıştır.

¹⁰²Yanıtlar çoklu yanıt kategorileri (*multiple response*) şeklinde analiz edildiğinden, bu tabloda verilen yüzdeler anketlerin değil yanıtların dağılımını yansıtmaktadır.

¹⁰³İhtiyaç duymama, pahalılık, kullanım zorluğu ve faydalı olmama kategorilerine dâhil edilemeyecek 4 yanıt “diğer” kategorisine alınmıştır. Bu yanıtların 3’ü akıllı telefonların *niteliksel özellikleriyle* ve *işlevsel olmalarıyla* ilgilidir ve 3 erkek katılımcı tarafından verilmiştir. Sonuncusu ise, çocuklarından kendisine sıra gelmediğini söyleyen 1 kadın katılımcıya aittir. 45 yaşındaki aynı kadın katılımcı ifadesinin devamında, “belki alsam kullanırım ama eksik bitmiyor” diyerek, motivasyonel erişimin sağlanamamasıyla ilişkili unsurlara da işaret etmiştir.

telefon teknolojisinin üstesinden gelinemeyeceğine dair inançların varlığına ve bireyin kendi ve bu teknolojiler arasında bir özdeşlik kuramadığına işaret eden semboller, van Dijk'in motivasyonel erişim olarak açıkladığı olguya karşılık gelmektedir. Dolayısıyla, meselenin becerilerle ilgili yönü, bireylerin teknoloji ile aralarında kurdukları sembolik mesafenin bir nedeni değil sonucu olarak da değerlendirilebilir.

“İhtiyaç duymuyorum. Düşünmedim... Nasıl olsa bana bir haber geliyor ya, çoluk çocuk arıyor ya...” (kadın, yaş 67, ilkokul mez., anket 245).

“Çok pahalı. (...) Beyaz eşyam bile ikinci el” (kadın, yaş 65, ilkokul mez., işçi emeklisi, anket 127).

“Çocuklardan sıra gelmiyor. Belki alsam kullanırım ama eksik bitmiyor”. (kadın, yaş 45, ortaokul mez., anket 56)

“(…) Daha sağlam kullandıklarım <normal telefonlar>”. (erkek, yaş 71, ilkokul mez., anket 225)

“Taşınması zor”. (erkek, yaş 47, ortaokul mez., anket 253)

Çalışan bazı erkeklerin ise akıllı telefon kullanmama nedeni olarak işlerini, çalışma koşullarını sunmaları da dikkat çekmiştir. Bu basit bir bulgu değildir zira bireyin yaşam koşulları doğrudan onun teknolojiyle olan ilişkilenme biçimini etkilemektedir:

“(…) ben şeyden (dolayı) kullanmıyorum, dozer operatörüüm ya... Dayanmiyi yani, iniyim biniyik, dozerin altına giriyim, üstüne giriyim”. (21. Erkek, 49, evli, ilkokul mezunu, dozer operatörü, Gündoğdu mah.)

“Boyacı olduğum için kullanamıyorum”. (erkek, yaş 52, lise mezunu, anket 289)

Bir kadın görüşmeci de, endüstriyel mutfakta çalışan eşinin kaynak yaparken telefonlara zarar verebildiğini, bu yüzden yeni telefon kullanmadığını söylemiştir:

“Çok telefon çaldırdım, üç kere telefonum çalındı <gülüyor>. Onun için üç kere değiştirdim. Sonraa, biri internete çok zor bağlanıyordu; ondan değiştirdim. Sonraa, en son telefonumuu, eşimin telefonu bozuldu. O değiştirdince ben o yeniye aldım, ona eskiyi verdim <gülüyor>. (...) Ama eşim endüstriyel mutfakta. Çok fazla, şey, arada kaynak falan da kullanıyo, telefonu maaferdiyo. O yüzden, ona yeni telefon vermiyoruz <gülüyor>. Kullanılmışla idare ediyö <gülüyor>” (7. Kadın, 35, evli, ev kadını, ilkokul mez., Emek mah.).

Bireylerin akıllı telefonlarla aralarında duran duvarlar, daha genel bir çerçeveden bakıldığında, onları teknolojinin bütününden uzak tutmaktadır. Bununla birlikte, temeli ekonomik kısıtlılıklara dayanmayan duvarların aşılması daha zor gözükmektedir. Daha açık bir ifadeyle, teknolojiyi çözülemez bir bulmaca gibi görme, ondan korkma ve onu öğrenmeyi reddetme gibi nedenler bireyle teknoloji arasındaki mesafeyi daha çok açmaktadır.

Bu araştırmanın örnekleme açısından, eğitim düzeyinin yeni iletişim araçlarıyla ilişkilene biçimini belirleyen önemli bir değişken olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla, yukarıda ifadeleri verilen 45 yaş ve üzerindeki bireyler içinde aynı etki söz konusudur. Duygu Özsoy (2020), van Deursen ve van Dijk'in geleneksel okuryazarlık ile dijital beceriler ve internet kullanımı arasındaki ilişkiyi araştırdıkları çalışmalarına¹⁰⁴ referans vererek, yaşlıların geçmiş yaşantılarından kaynaklanan eşitsizlik türlerinin, dijital eşitsizliklerden daha fazla etkilenmelerine neden olduğunu ifade eder (Özsoy, 2020, s. 19). Nitekim, van Deursen ve van Dijk (2016, s. 13) söz konusu çalışmalarında, geleneksel okuryazarlığın dijital becerilerin kullanılabilmesi için bir ön koşul olduğunu; internet kullanımındaki farklılıkların dolaylı olarak geleneksel okuryazarlık tarafından belirlendiğini ve dijital becerilerden de doğrudan etkilendiğini belirtir. Yine van Deursen ve van Dijk (2015, s. 785-786), Hollanda nüfusunun dijital becerileri üzerine yaptıkları geniş kapsamlı araştırmalarında, dijital becerilerdeki bireysel farklılıkları açıklayan en önemli üç değişkenin cinsiyet, yaş ve eğitim olduğu; bu üç değişken içerisinde de eğitimin en tutarlı veya kalıcı etkiye sahip olan değişken olarak öne çıktığı sonucuna varmışlardır. Zira, bu tez araştırmasında da, örneklemin eğitim düzeyinin düşüklüğü motivasyonel erişimin orta yaşlara hatta genç olarak nitelendirilebilecek kesimlere kadar düşmesine neden olmaktadır. Bu bulgular, dijital eşitsizlik çalışmalarında, hangi yaş grubuna odaklanıldığı fark etmeksizin her bir grubun aslında heterojen gruplar olduğunu, yani kültürel, ekonomik ve sosyal sermayelerinin farklılaşabileceğini dikkate almanın önemini göstermektedir. Nitekim, Hargittai ve Dobransky (2017), internet araştırmalarının çoğunluğunda, yaşlı¹⁰⁵ bireylerin homojen gruplar olarak ele alındığını; oysa

¹⁰⁴Van Deursen, A., ve Van Dijk, J. (2016). Modeling traditional literacy, internet skills and internet usage: an empirical study. *Interacting with Computers*, 28 (1), 13-26.

¹⁰⁵Altan ve Şişman (2003, s. 6), çalışma çağını tamamlama yaşı ve yaşlılık sigortalarından faydalanabilme yaşının çoğunlukla birbiriyle çakıştığını, bu sebeple 65 ve üzeri yaş grubunun yaşlı nüfus olarak kabul edilebildiğini ifade ederler. Dijital eşitsizlik literatüründe ise, yaşlı yetişkinler kategorisine dahil edilen yaş aralığı kimi zaman 60 ve üzeriyken kimi zaman da 65 yaş ve üzeridir (Özsoy, 2020, s. 19).

yaşlanmanın karmaşık bir süreç olduğunu belirtirmektedir (Hargittai ve Dobransky, 2017, s. 197). Ayrıca Özsoy (2002, s. 20), belli yaş aralığına odaklanmış dijital eşitsizlik çalışmalarında, ince ayrıntıları ve farkları belirlemenin yanı sıra, kültürün dijital eşitsizliklerdeki rolünü araştırmanın önemini de vurgulamaktadır. Bu noktada Arun ve Elmas'ın (2020) vurguları oldukça önemlidir ve bu çalışmada, eğitim düzeyinin yeni iletişim araçlarıyla ilişkilene biçimini belirleyen önemli bir değişken olduğu çıkarımını desteklemektedir. Yazarlar, cep telefonu sahipliğinin yaşlı hanelerde az olmasını, yaşla ilişki kurarak açıklamanın doğru olmadığını, sınıfsal ayrımların cep telefonu sahipliği üzerindeki etkisinin dikkate alınması gerektiğini belirtir. Yaşlılar homojen bir biçimde toplumsal bir gruba karşılık gelmemekte, birbirinden ayrılan kesimleri içinde barındırmaktadır (2020, s. 131). Arun ve Elmas, *Yaşlılıkta Ayrım: Çağdaş Türkiye'de Yerel Yönetimleri Bekleyen Zorluklar* (2016, s. 361) adlı farklı bir çalışmada da, kültürel ve ekonomik sermayeleri hacimli olan kesimleri birbirinden ayıran unsurların sadece yaşları olmadığını, toplumsal cinsiyet ve medeni durum faktörlerinin de ayırıcı pratikleri etkilediğini belirtirler.

4.7.3. İnternet kullanımı

Tıpkı bilgisayar kullanma oranlarında olduğu gibi, TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması sonuçlarının, internet kullanma oranlarında da yaş arttıkça azalma olduğunu, her yaş grubunda da kadın ve erkekler arasında kadınların aleyhine olan bir fark olduğunu gösterdiği çalışmanın teorik bölümünde belirtilmişti. Hatırlanacak olursa, TÜİK'in araştırmasına göre, 2019 yılında 16-24 yaş grubunda dahi internet kullanan¹⁰⁶ erkeklerin oranı %94,8 iken, kadınların oranı ise %86,6'ydı. İnternet kullanma oranı yaş arttıkça azalmaktaydı. 16-24 yaş grubunda %90,8 olan bu oran, 25-34 yaş grubunda %67,7'ye, 35-44 yaş grubunda %85,9'a, 45-54 yaş grubunda %68,5'e, 55-64 yaş grubunda %42,6'ya ve son olarak 65-74 yaş grubunda ise %19,8'e düşmekteydi. Bununla birlikte, farklılık eğitim düzeyleri arasında da mevcuttu. Aynı araştırma, internet kullananların oranının bir okul bitirmeyenlerde %18,7, eğitim düzeyi ilkokul olanlarda %59, ilköğretim (ortaokul veya mesleki ortaokul) olanlarda %87,3, lise (lise veya mesleki lise) olanlarda %94,5, üniversite ve üzeri olanlarda ise %98 olduğunu göstermekteydi (TÜİK, 2019).

¹⁰⁶Bu kullanım oranları 2019 yılının Ocak, Şubat ve Mart aylarına aittir. TÜİK son üç aydaki kullanımı esas almıştır.

Tablo 4.28. *İnternet kullanma durumunun seçilmiş değişkenlerle ilişkisi – Ki-kare testi sonuçları*

	İnternet kullanmayı bilme durumu			
	n	χ^2	sd	p
Cinsiyet	415	1,605	1	.205
Yaş	414	180,698	4	.000
Eğitim	410	99,519	4	.000
İşgücü durumu	413	93,705	4	.000
Anne eğitim	365	62,422	2	.000
Baba eğitim	371	90,531	2	.000

α : .05 için anlamlıdır.

Bu araştırmada ise, internet kullanmayı bilme durumu ile yaş ($\chi^2_{(4)}=180,698$ p.000<.05), eğitim düzeyi ($\chi^2_{(4)}=99,519$ p.000<.05), işgücü durumu ($\chi^2_{(4)}=93,705$ p.000<.05), anne eğitim düzeyi ($\chi^2_{(2)}=62,422$ p.000<.05) ve baba eğitim düzeyi ($\chi^2_{(2)}=90,531$ p.000<.05) arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Buna karşın cinsiyete ($\chi^2_{(1)}=1,605$ p.205>.05) göre anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (Tablo 4.28). Bu ilişkilerin ne anlama geldiği, aşağıdaki tablonun (Tablo 4.29) yorumunda daha anlaşılır olacaktır.

Tablo 4.29. *İnternet kullanmayı bilme durumunun seçilmiş değişkenlere göre dağılımı*

		Evet, biliyor	Hayır, bilmiyor	Toplam
Cinsiyet n=415	Kadın	73,2	26,8	100
	Erkek	78,6	21,4	100
Yaş n=414	24 ve altı	99,1	0,9	100
	25-34	90,5	9,5	100
	35-44	85,7	14,3	100
	45-54	63,5	36,5	100
	55 ve üzeri	17,4	82,6	100
Eğitim n=410	Bir okul bitirmedi ¹⁰⁷	20,8	79,2	100
	İlkokul mezunu	58,8	41,2	100
	Ortaokul ögr./mez.	82,7	17,3	100
	Lise ögr./mez.	95,4	4,6	100
	Yükseköğretim ögr./mez.	96,9	3,1	100
İşgücü durumu n=413	İşgücüne dâhil	85,3	14,7	100
	İşgücüne dâhil değil	Öğrenci	0	100
		İşsiz	7,1	100
		Ev kadını	33,8	100
		Emekli	72,5	100
Anne eğitim n=365 ¹⁰⁸	Bir okul bitirmedi	54,2	45,8	100
	İlkokul mezunu	87,7	12,3	100
	Ortaokul ve üzeri	98,1	1,9	100
Baba eğitim n=371	Bir okul bitirmedi	40	60	100
	İlkokul mezunu	83,9	16,1	100
	Ortaokul ve üzeri	98,8	1,2	100

¹⁰⁷“Bir okul bitirmedi” şeklindeki düzeylendirme okur-yazar olmayanları ve diplomasız okur-yazarları kapsamaktadır.

¹⁰⁸Anne-eğitim durumuna yanıt verenlerin 35’i, baba eğitim durumuna yanıt verenlerin ise 27’si anne veya babalarının eğitim düzeylerini bilmediklerini/hatırlamadıklarını belirttikleri için anne-eğitim düzeyi 365, baba eğitim düzeyi ise 371 kişi üzerinden değerlendirilmiştir.

Örnekleme genelinde “kendi başınıza internet kullanabiliyor musunuz?” sorusuna evet diyenlerin oranı %75,7 iken; hayır diyenlerin oranı ise %24,3’dür. İnternet kullanmayı bilme durumu ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark çıkmamış olsa da, Tablo 4.29’da görüldüğü üzere, internet kullanmayı bilen erkekler (%78,6) kadınlardan (%73,2) fazladır.

24 ve altı yaşlarda internet kullanmayı bilenlerin oranının %99,1, 25-34 yaş grubunda %90,5 olduğu, bu oranların yaş arttıkça azaldığı ve 55 ve üzeri yaşlarda %17,4’e düştüğü görülmektedir. Daha açık bir ifadeyle, yaş arttıkça internet kullanmayı bilenlerin oranı azalmaktadır (Tablo 4.29).

Yine Tablo 4.29 incelendiğinde, internet kullanmayı bilme oranının eğitim düzeyine göre de farklılaştığı görülmektedir. Nitekim bu oran, bir okul bitirmeyenlerde %20,8 iken, eğitim düzeyinin yükselmesine paralel şekilde artmaktadır. Söz konusu oran, ilkokul mezunlarında %58,8, eğitim düzeyi ortaokul olanlarda %82,7, eğitim düzeyi lise olanlarda %95,4 ve eğitim düzeyi yükseköğretim olanlarda ise %96,9’dur. Buna göre, eğitim düzeyi yükseldikçe internet kullanmayı bilme oranı artmaktadır. Anne-babanın eğitim düzeyi yükseldikçe de internet kullanmayı bilme oranlarının arttığı görülmektedir. Tablo 4.29’da görüldüğü üzere, internet kullanmayı bilme oranları, anne ve baba eğitim düzeyi ortaokul ve üzeri olanlarda daha yüksektir.

İşgücü durumuna bakıldığında ise, internet kullanmayı bilme oranının en yüksek olduğu grubun öğrenciler olduğu anlaşılmaktadır. Öğrencilerin tamamı (%100) internet kullanmayı bilmektedir. Bunu sırasıyla işsizler (%92,9) ve işgücüne dâhil olanlar (%85,3) takip etmektedir. İnternet kullanmayı bilme oranının en düşük olduğu gruplar ise ev kadınları (%66,2) ve emeklilerdir (%27,5) (Tablo 4.29).

Hatırlanacağı üzere, TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması sonuçlarındaki işgücü durumuna göre internet kullanma oranları, 2019 yılında internet kullanma oranının en fazla olduğu grubun %94,2 oranı ile eğitim/öğretim hayatı devam edenler olduğunu söylemekteydi. Bunu %93,9 ile işverenler, %92,9 ile ücretli, maaşlı veya yevmiyeli çalışanlar, %85,9 ile işsizler, %71,2 ile kendi hesabına çalışanlar, %57,9 ile ev işleriyle meşgul olanlar ve %51,9 ile emekliler veya işi bırakmış olanlar takip etmekteydi (TÜİK, 2019). Görüldüğü üzere, hem bu araştırmada hem de

TÜİK sonuçlarında internet kullananların ve internet kullanmayı bilenlerin işsizler içindeki oranı yüksektir. Bu araştırmada yüksek olmasının nedeni, daha önce bilgisayar kullanmayı bilme oranlarında açıklandığı gibi, örneklem içindeki oranı %6,8 (28 kişi) olan işsizlerin yarısından fazlasının (%75) 35 yaşın altında olmasına bağlanmaktadır. Yine TÜİK araştırmasında, internet kullanma oranları en düşük olan iki grup, ev işleriyle meşgul olanlar (%57,9) ve emeklilerdir (%51,9) (TÜİK, 2019). Tekrardan belirtmek gerekir ki, TÜİK araştırmasındaki ev işleriyle meşgul olan grup; çocuk, yaşlı, hasta vb. kişilerin bakımıyla meşgul olan kadınların yanı sıra erkekleri de kapsamaktadır. Emekli olan gruba ise, işi bırakmış olanlar da dahildir.

4.7.3.1. *İnternet becerileri*

Örneklem genelinde “kendi başınıza internet kullanabiliyor musunuz?” sorusuna evet diyenlerin oranının %75,7; hayır diyenlerin oranının ise %24,3 olduğu yukarıda belirtilmişti. Bu soruya evet yanıtını verenlere, aşağıdaki tabloda *temel düzey*, *orta düzey* ve *ileri düzey internet becerileri* şeklinde kategorileştirilen belli başlı sorular sorulmuştur.

Tablo 4.30. *İnternet Becerileri*

			Evet	Hayır
<i>Temel düzey</i>	Merak ettiğim bir konuyu internetten araştırmayı biliyorum.	n	275	23
		%	92,3	7,7
	E-posta göndermeyi biliyorum.	n	182	116
		%	61,1	38,9
<i>Orta düzey</i>	Görüntülü telefon görüşmesi yapmak amacıyla interneti kullanmayı biliyorum.	n	269	29
		%	90,3	9,7
	Sosyal paylaşım ağlarına fotoğraf, video yüklemeyi biliyorum.	n	245	52
		%	82,5	17,5
	İnternet tarayıcıların güvenlik ayarlarını (DNS) değiştirmeyi biliyorum.	n	73	225
		%	24,5	75,5
<i>İleri düzey</i>	Web sitesi yaratmayı biliyorum.	n	43	255
		%	14,4	85,6

Bu sorular yine TÜİK tarafından 2012 yılında gerçekleştirilen “*Yetişkin Eğitim Araştırması*”ndan alınmış, kısaltılmış, örneklemin sosyo-demografik yapısı da dikkate alınarak basitleştirilmiştir. *Temel*, *orta* ve *ileri beceriler* şeklindeki kategorileştirmeler de yine Taşdemir ve Fındık’ın (2017) araştırmasında olduğu gibi yapılmıştır.

Buna göre, internetten arama yapmayı bilenlerin oranı %92,3, görüntülü telefon görüşmesi yapmak amacıyla interneti kullanabilenlerin oranı %90,3, sosyal paylaşım

ağlarına fotoğraf, video yüklemeyi bilenlerin oranı %82,5 ve e-posta göndermeyi bilenlerin oranı ise %61,1'dir (Tablo 4.30). Bunlar temel ve orta düzey internet becerilerdir. “*İnternet tarayıcıların güvenlik ayarlarını (DNS) değiştirmeyi biliyorum*” (%75,5) ve “*web sitesi yaratmayı biliyorum*” (%85,6) yargılarına ise hayır yanıtı verenlerin oranı daha fazladır (Tablo 4.30). Bu bulgular, örneklemin yalnızca bazı operasyonel ve enformasyonel becerilere (van Dijk, 2005) sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, ‘e-posta göndermek’ temel düzey bir beceri olsa da, bilinirlik oranı sadece %61’dir. Oysa, görüntülü telefon görüşmesi yapmak amacıyla interneti kullananların oranı %90,3; sosyal paylaşım ağlarına fotoğraf, video yüklemeyi bilenlerin oranı %82,5’tir. Bu sorular, örneklemin stratejik becerilerini ölçmek için yeterli olmasa da, e-posta göndermeyi bilme oranının çok yüksek olmaması stratejik becerilerinin çok iyi düzeyde olmadığına ilişkin bir çıkarım yapılmasını sağlayabilir. Bu bulgu, Özsoy ve arkadaşlarının (2020, s. 153), Bayburt, Erzurum ve Erzincan illerinde yaşayan 400 kişi ile gerçekleştirdikleri araştırmalarının sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir.

4.7.4. Hangi sosyal medya kimin?: “Facebook artık yaşlılara kalmış. Onlar kendi çapında, biz kendi çapımızda...”

Sosyal medya ortamlarının her biri farklı kullanıcı gruplarına ve farklı amaçlara hizmet etmektedir. Buna bağlı olarak da kullanım kültürü, o ağa katılma ve orada var kalma stratejileri, gizlilik politikaları ve tabi ki kullanıcı kitlesinin kimler olduğu değişmektedir. Bu örneklemdaki kullanıcıların en sık kullandıkları sosyal medya ortamlarının hangileri olduğunun öğrenilmesi amacıyla yöneltilen soru, yaş değişkenine bağlı bir farklılığın olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, saha araştırması süresince yapılan gözlemler, kullanıcı kitlesindeki farklılaşmayı sadece yaş değişkeni ile açıklamanın yetersiz olduğunu düşündürmüştür. Sahanın kendine özgü dinamikleri ile alakalı olduğu düşünülen bu bulgunun, örneklemin hangi özelliklerinden beslendiği ile ilgili bir tartışma, yine aşağıda yapılmaktadır. Ama ondan önce, nicel bulgular ve örneklemdaki gençleri Facebook’tan uzaklaştıran dinamiklerin neler olduğuna ilişkin nitel bulgular verilecektir:

Tablo 4.31. En sık kullanılan sosyal medya ortamları

	Genel n=279 ¹⁰⁹ yanıt=689	24 ve altı n=278 yanıt=274	25-34 n=278 yanıt=169	35-44 n=278 yanıt=156	45 ve üzeri n=278 yanıt=89
WhatsApp	36,4	33,2	37,9	37,2	41,6
Facebook	27,9	18,6	30,8	32,7	42,7
Instagram	26,9	33,6	25,4	24,4	13,5
Snapchat	3,6	7,3	1,8	1,3	0
Diğer	2,9	3,3	3	2,6	2,2
Twitter	2,3	4	1,2	1,9	0
Toplam	100	100	100	100	100

Tablo 4.31’de görüldüğü gibi, katılımcılardan en çok vakit geçirdikleri sosyal medya ortamlarından ilk üçünü sıralamaları istendiğinde, en sık tekrarladıkları yanıtlar¹¹⁰ sırasıyla “WhatsApp” (%36,4), “Facebook” (%27,9), “Instagram” (%26,9), “Snapchat” (%3,6), “Twitter” (%2,3) ve diğer (%2,9) şeklinde olmuştur. Bu bulgular, internet kullanıcısı katılımcılar tarafından en aktif kullanılan sosyal medya uygulamasının WhatsApp olduğunu; bunu Facebook ve Instagram’ın takip ettiğini göstermektedir (Tablo 4.31). App Annie¹¹¹ firmasının “*State of Mobile*” adlı raporunda artık en popüler sosyal medya uygulamasının Facebook değil WhatsApp olduğunu söylüyordu.¹¹² Diğer kategorisine giren yanıtlar arasında YouTube, Azar, Ekşi Sözlük, Tumblr, Line, WeChat, Messenger ve Gmail vardır. YouTube, Azar, Ekşi Sözlük, Tumblr yanıtları 15-25 yaşları arasındaki kullanıcılar tarafından tekrarlanmıştır. Özellikle genç kullanıcıların, “az bilinen” sosyal medya ortamlarını kullanma eğilimlerinin fazla olduğu gözlemlenmiştir (Tablo 4.31). Örneğin, Azar, görüntülü bir sohbet uygulaması; Line, Japonya’da geliştirilmiş bir mobil mesajlaşma uygulamasıdır. WeChat ise, sesli ve yazılı mesajlaşmaya yarayan bir uygulama olarak Çin’de geliştirilmiştir. Çin’de, Google’u da kapsayan birçok arama motoru ve Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, YouTube gibi dünya genelinde oldukça fazla kullanıcıya sahip sosyal medya uygulamalarına erişim engellidir. Bu sebeple Çin’de, yapısal özellikleri Facebook, Twitter veya WhatsApp’ı andıran yerel sosyal medya uygulamaları kullanılmaktadır ve WeChat’te bunlardan biridir (Binark, 2017, s. 285). Diğer anlık mesajlaşma uygulamalarından farklı olarak, WeChat’teki Shake (*yaoyiyao*) özelliği sayesinde, elindeki telefonu sallayan bir kullanıcı,

¹⁰⁹Bu soru yalnızca, internet kullandığını belirten 314 kişiye yöneltilmiştir.

¹¹⁰Yanıtlar çoklu yanıt kategorileri (*multiple responses*) şeklinde analiz edildiğinden, yukarıda verilen yüzdeler anketlerin değil yanıtların dağılımını yansıtmaktadır.

¹¹¹App Annie mobil uygulamalara dair veriler sunan bir şirkettir.

¹¹²https://s3.amazonaws.com/files.appannie.com/reports/1901_State_of_Mobile_Main_EN.pdf (Erişim tarihi: 2.12.2019)

yine o esnada ve yakınında bir yerde telefonunu sallayan başka bir kullanıcı ile tanışabilme imkânı bulmaktadır (Binark, 2017, s. 285). WeChat’le ilgili ekşisözlük’te de bir başlık açıldığı ve bu özelliğinden bahsedildiği görülmektedir. Gençlerin, daha az bilinir olan ve ülkemizde yaygın kullanılmayan görüntülü ve/veya anlık mesajlaşma uygulamalarına olan bu yönelimlerinin nedeninin anlaşılması için, gençlerin sosyal medya kullanım pratikleriyle ilgili daha odaklanmış çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Yine de, kullandıkları ağların özelliklerinden yola çıkarak, bu yönelimin, ebeveyn, akraba ve öğretmenlerin olmadığı ağlarda, yeni arkadaş edinme pratikleri ve gençlere özgü diğer çevrimiçi davranışların rahatlıkla sergilenebileceği yeni ortamlara duyulan ihtiyaçla ilişkili olduğu söylenebilir.¹¹³

Tablo 4.31, farklı yaş gruplarında en sık kullanılan sosyal medya ortamlarının hangileri olduğunu da göstermektedir. Örneğin WhatsApp, 24 ve altı yaşlarda %33,2, 25-34 yaşlarda %37,9, 35-44 yaşlarda %37,2 ve 45 ve üzeri yaşlarda ise %41,6 oranında tercih edilmektedir. Buna göre, yaş arttıkça WhatsApp’ın daha yoğun kullanıldığı görülmektedir. Aynı durum Facebook’un tercih edilme sıklığı için de geçerlidir. Nitekim Facebook, 24 ve altı yaşlarda %18,6’lık oranda tercih edilirken; 25-34 yaşlarda bu oran %30,8’e çıkmakta ve 45 ve üzeri yaşlara gelindiğinde ise %42,7’ye ulaşmaktadır. Instagram ve Facebook’un tercih edilme sıklığında ise tam tersi bir durum söz konusudur. Sadece 24 ve altı yaş grubunda Instagram %33,6 oranında en sık tercih edilen mecra olarak öne çıkmıştır. Bu yaş grubunun ikinci sırada en yoğun kullandığı sosyal medya uygulaması WhatsApp (%33,2) iken, Facebook %18,6’lık bir oran ile bu yaş grubu için üçüncü sıradadır. Buna karşın, 25 ve üzeri tüm yaş gruplarında WhatsApp’tan sonra en yoğun kullanılan sosyal medya uygulaması Facebook’tur. Dolayısıyla, 45 ve üzerindeki katılımcıların en yoğun kullandığı sosyal medya ortamlarının WhatsApp (%41,6) ve Facebook (%42,7) olduğu açıktır. 45 yaş ve üzerindeki bazı katılımcıların internetle ilişkilerinin yalnızca WhatsApp ve Facebook kullanımı ile sınırlı olduğunu da belirtmek gerekir. Dolayısıyla onların çevrimiçi pratikleri de söz konusu ağların temel düzeyde

¹¹³Bryant ve Marmo (2009, s. 139-144), *Relational Maintenance Strategies on Facebook* isimli çalışmalarında, Facebook’ta kurulan arkadaşlık ilişkilerini, yakın arkadaşlar (*close friends*), sıradan arkadaşlar (*casual friends*), tanıdıklar (*acquaintances*), duygusal arkadaşlar (*romantic partners*) ve dışlanmışlar (*outsiders*) şeklinde beş gruba ayırmışlardır. Yukarıdaki açıklamayla ilişkili olan “dışlanmışlar”, çoğunlukla anne-babalar, akrabalar, öğretmenler ve işverenlerle Facebook’ta kurulan gönülsüz fakat mecburi arkadaşlıklara karşılık gelmektedir. Çevrimdışı yaşamdaki samimiyete rağmen, bu kişilerle ağda kurulan iletişim sınırlıdır ve karşı tarafın anlayamacağı esaslara göre geliştirilmiş gizlilik ayarları yönetimi ile sürdürülmektedir.

kullanımı için gerekli olan becerilerle sınırlıdır. Farklı araştırmalar da, Facebook'un artık yaşlı kullanıcılar tarafından daha fazla tercih edildiğini göstermektedir. İngiltere'de yapılan bir araştırma, Facebook'un bir önceki yıla kıyasla 2018 yılına 700.000 genç üyeden yoksun başladığını; son 3 yılda gençlerin SnapChat uygulamasına daha fazla ilgi duyduğunu ortaya çıkarmıştır.¹¹⁴ Türkiye'deki üniversite gençleriyle yapılmış farklı bir araştırmada da, Facebook'un gençler arasındaki eski cazibesini yitirdiği, Instagram'ın WhatsApp ile birlikte en sık kullanılan sosyal medya ortamı olduğu bulgulanmıştır (Sağır ve Eraslan, 2019, s. 60).

Nitel verilerde, hem yukarıdaki nicel verileri hem de 2018 yılında İngiltere'de yapılmış araştırmanın sonuçlarını desteklemektedir. Gençler, daha kendilerine bu konuya ilişkin özel bir soru yöneltilmeden, kullanıyor oldukları sosyal medya ortamlarına dair bilgi verdikleri sırada, Facebook'u artık yaşlıların kullandığını ekleme gereği duymuşlardır. "Facebook artık yaşlılara kalmış", "Onlar kendi çapında, biz kendi çapımızda", "Facebook'a zaten çok nadiren giriyorum", "Feys kaç iki yıldan beri daha çok yaşlı kesimlerin şeyi oldu", "Dede-teyze takımları hâlâ Facebook'ta" şeklindeki benzer içerikli cümlelere farklı gençlerle yapılan görüşmelerde rastlanmıştır. Gençlerin yoğun olarak kullandığı sosyal medya ortamlarına ilişkin ifadeleri, yine nicel bulguları desteklemektedir. Instagram ve WhatsApp gençler tarafından yoğun olarak kullanılmaktadır. Hesapları hâlâ aktif olsa da, Facebook'un gençler tarafından kullanılma yoğunluğunda ise bir düşüş olduğu gözlemlenmiştir. Facebook hesapları ya çok seyrek ziyaret edilmektedir ya da dondurulmuştur:

"Instagram, Facebook. Bir de WhatsApp! (...) Facebook' a zaten çok nadiren giriyorum"
(8.erkek, 17, bekâr, lise öğr., Gündoğdu mah.).

"Artık Facebook kullanan yok, Instagram'da da ee, "1K takipçim olsa ne kadar mutlu olurum" şeyleri var..." (16. Kadın, 15, bekâr, lise öğr., Gündoğdu mah.).

<farklı bir sohbetten döküm devam ediyor>

- Araştırmacı: Hangi sosyal medya ortamlarını kullanıyorsun?
- Görüşmeci (1. Kadın, 16, bekâr, lise öğr., Emek mah.): Eee, İnstegram (Instagram) kullanıyorum işte. SnepChat, Tumblr kullanıyorum, onu sildim artık, çok fazla

¹¹⁴<https://www.webtekno.com/facebook-un-artik-yasli-lara-hitap-ettiginin-kaniti-olan-arastirma-h40769.html> (Erişim tarihi: 2.12.19)

kullanmıyodum, girmiyodum. Instagram’da takılıyorum çoğunluk (...) Instagram’da gençler çoğunlukta var. Facebook artık yaşlılara kalmış <hafifçe gülüyor>. Onlar kendi çapında, biz kendi çapımızda... <hafifçe gülüyor>.

- Araştırmacı: İlk Facebook’un vardı o zaman?
- Görüşmeci (1.Kadın): Evet, ilk Facebook’um vardı. (...) Taa küçükken açmıştım. Kaça gidiyodum? <düşünüyor>. Altıya gidiyodum sanırım. (...) sonra, son senelerdi, yedinci, sekizinci sınıfta instegram diye bi şey çıkmış <hafifçe gülüyor>. Ben instegram’a yöneldim. Böyle zamanla hoşuma kaçtı. İlk anlamadım nasıl bi şey olduğunu. Sonra baya güzelmiş <hafifçe gülüyor>.
- (...)
- Araştırmacı: Kendin peki bir şey (içerik) üretir misin internette?
- Görüşmeci (1. Kadın): TikTok diye bi uygulama var müzikali (Musical.ly).¹¹⁵ (...) Orda video çekiyosun, mesela şarkı var, ayarına göre çekiyosun. Mesela yavaşlatabiliyosun, mesela, nasıl desem, şarkı çalıyoo, ona göre hareketler yapıyosun mesela.

Özellikle yukarıdaki görüşme, gençlerin çok çeşitli sosyal medya ortamlarını kullandıklarını göstermektedir. 17 yaşındaki bir erkek görüşmeciye ait aşağıdaki ifadeler de, yine bu çeşitliliği ortaya koymaktadır.

- Araştırmacı: Hangi sosyal medya hesapların var aktif olarak kullandığın?
- Görüşmeci (10. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.): YouTube var. (...) Instagram var. Whatsapp var, Youtube var. Facebook var, SnapChat var. Spotify var. Ee bir de ne vardı? Okunuşunu tam bilmiyorum o yüzden... Sound-...
- Araştırmacı: O müzikle ilgili mi?
- Görüşmeci (10. Erkek): Aynen, tamamen müzik o. Spotify gibi. Adını unuttum orada da hesabım vardı.
- Araştırmacı: En aktif hangisini kullanıyorsun?
- Görüşmeci (10. Erkek): En aktif hangisini kullanıyorum? Ya değişiyor, mesela bir gün Youtube’da çok takılıyorum. Bir gün Instagram’da, bir gün... ama genellikle Whatsapp açık oluyor her zaman. (...) Ya ben, Facebook sadece hesabım duruyor, ayda bir giriyorum bildirimlere bakıyorum. Mesela Instagram’a iki saatte bir bakarım, “Neler olmuş?”, “Mesajı gelmiş mi?” falan diye ama Feyse de hiç bakmıyorum yani çünkü şöyle bir şey oldu, Feys kaç iki yıldan beri daha çok yaşlı kesimlerin şeyi oldu. Mesela benim annem, babam internet kullanmazlar, akıllı telefonları vardır ama kullanmıyorlardı. Şu an benim tanıdığım bütün akrabalarım Facebook’tan resmen arkadaşlık isteği yolluyorlar. (...) Artık genç kesime ait

¹¹⁵Müzik eşliğinde eğlenceli videolar çekilebilen bir playback uygulaması olan Musical.ly, 2018 yılının ilk çeyreğinde dünyada en çok indirilen iOS uygulaması olan TikTok ile birleştirilmiştir. Böylece, Musical.ly ismi kullanılmamaya başlanmıştır (<https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/musically-isim-degistirdi-bakin-ne-oldu-40917017> (Erişim tarihi: 13.04.2020)).

değil. Mesela ben fotoğraf atardım Facebook'ta, kaç yüzü geçik beğeni çok rahat gelirdi yani yorum falan atarlardı. Şimdi, iki-üç beğeni geliyor çünkü kimse kullanmıyor artık bu programı. Artık geriledi bayağı.

Görüldüğü üzere, gençler sosyal ağların dinamiklerini çok iyi takip etmektedirler. Nitekim, yükledikleri fotoğraflara gelen beğeni sayısının, yukarıdaki ifadelerin sahibi genç nezdinde, bir ağda kalmanın ya da bir ağı terk etmenin önemli bir kriteri olarak algılandığı düşünülmektedir. Ebeveynlerin de kullanıyor olması, elbette yine önemli bir kriterdir.

- Araştırmacı: Hangi ağları kullanırsın sosyal medyada?
- Görüşmeci (30. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.): Sosyal medyada Facebook... Facebook, gerçi artık Türkiye'de o kadar çok popülerlikten çıktı da Twitter'la Instagram-... (...) Facebook, ailem hâlâ Facebook kullanıyor ama-... Biz artık o kadar çok değil...
- Görüşmeci (34. Erkek, 17, bekâr, lise terk, sanayide oto elektrikçi, Emek mah.): Dede-teyze takımları hâlâ Facebook'ta. Yaşlılar hep Facebook'ta, gençler artık oradan uzaklaştı.
- Araştırmacı: Nerelere gitti?
- Görüşmeci (34. Erkek): Instagram, Twitch.
- Görüşmeci (30. Erkek): Twitter, Instagram, WhatsApp.
- Görüşmeci (34. Erkek): Ünlüler nerdeyse, gençler orada.

Instagram ve WhatsApp haricinde, SnapChat, YouTube, TikTok, Tumblr gibi sosyal medya ortamlarının kullanımlarından da bahsedilmiştir. Kişisel zevkler ve tercihler, özellikle YouTube, Tumblr gibi sosyal medya ortamlarına, Spotify gibi müzik platformlarına veya Twitch gibi elektronik spor ve video oyunu platformlarına olan yönelimi belirlemektedir. Gençlerin sosyal medya kullanımları ile ilgili ulaşılan veriler, “çoklumedya” (*polymedia*) (Binark, 2017, s. 282) kavramını akla getirmektedir. Bilindiği üzere, sosyal medya ortamları çok çeşitli olup teşvik edici oldukları kullanım biçimleri de bu çeşitliliğe paralel olarak farklılaşmaktadır. Söz konusu ağlarda tutunabilmek ve kimlik inşa edebilmek de bu sürecin bir parçasıdır. Nitekim, katıldıkları ağın özelliklerine uygun kullanım pratiklerine sahip olmayan kullanıcıların, ne o ağda arzu ettikleri gibi bir kimlik inşa edebilmeleri ne de diğer kullanıcılar nezdinde “güvenilir” oldukları yönünde bir algı oluşturabilmeleri mümkün değildir. Binark'da (2017, s. 282), sosyal medya ortamlarındaki toplumsallaşma biçimlerinin ağdan ağa farklılaştığını, her bir ortamın sahip olduğu yapısal ağ mimarisinin özelliklerinin ve hangi iletişim ihtiyaçlarına cevap verdiklerinin, bireylerce kavranışının çok hızlı gerçekleştiğini belirtir. İşte gençlerin, her

farklı ağ ve platformun özelliklerinin farkında oldukları, amaç ve zevklerine yönelik sosyal medya ortamı tercihinde bulunabildikleri anlaşılmıştır. Gençlerin ağ özelliklerini daha hızlı çözebilmelerini sağlayan temel etkenin ise kullanım deneyimi olduğu düşünülmektedir. Örneğin, ağlardaki güvenlik ve gizlilik ayarlarından, profil oluşturma ve profili yönetme süreçlerine, hatta ağ üzerinde karşılaşılabilecek olası güvenlik tehlikeleriyle ilgili edinilen bilgi ve becerilere kadar, bir çok çevrimiçi davranış, çoğunlukla ve en iyi şekilde deneyimlenerek öğrenilmektedir. Ağın kullanıcı profilindeki değişimleri hızlı okuma ve yönelinebilecek alternatif –örneğin aile büyüklerinin içinde olmayacağı türden- ağların bilgisi de, bu deneyimle öğrenme sürecine dahildir. Bununla birlikte, saha araştırması süresince yapılan gözlemler, kullanıcı kitlesindeki farklılaşmayı sadece yaş değişkeni ile açıklamanın yetersiz olduğunu düşündürmüştür. Sahanın kendine özgü dinamikleri ile alakalı olduğu düşünülen bu bulgunun, örneklemin hangi özelliklerinden beslendiği ile ilgili bir tartışma, yine aşağıda yapılmaktadır:

Aile büyüklerinin özellikle de anne-babaların sosyal medya ortamlarına katılmalarının gençler tarafından olumlu karşılanmadığı anlaşılmıştır. “Sen otur haber izle, napcan telefonu ya”, “WhatsApp neyine yetmiyor?” gibi ifadelerle karşılaşılmıştır:

- Görüşmeci (14. Erkek, 19, bekâr, üniversiteyi yeni kazandı, Gündoğdu mah.): (...) Babam bana feysbuk aç dediğinde ben tepki göstermiştim.
- Araştırmacı: Neden?
- Görüşmeci (14. Erkek): Ya ne bilim, eve geliyo mesela kardeşim, babam hemen telefonu almaya çalışıyo. Sen otur haber izle, napcan telefonu ya... (...) telefon aldı adam, akıllı telefon aldı ya... İşte feysbuk için aldı onu da <hafifçe gülüyor>.
- Araştırmacı: Annenin var mı feysbuğu?
- Görüşmeci (14. Erkek): Annemin yok feysbuğu <hafifçe gülüyor>.
- Araştırmacı: Soruyor mu sana baban, bu nasıl yapılır, şu nasıl yapılır diye?
- Görüşmeci (14. Erkek): Yaa, soruyo yaaa... <biraz bıkkın bir edayla yanıtlıyor>. Kardeşime soruyo, bana soruyo. (...) Göster diyo, gösteriyorum tekrar unutuyo <gülüyor>.

<farklı bir sohbetten döküm devam ediyor>

- Görüşmeci (30. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.): Ya ilk başta sadece ben kullanıyordum. Benden de gördüler biraz <anne-babasından bahsediyor>. Ben de onlara öğrettim. (...) Sosyal medya, özellikle Facebook, Instagram.

- Araştırmacı: Soruyorlar mı onlar da sana?
- Görüşmeci (30. Erkek): Tabii! Soruyorlar; yani “Şu nasıl oluyor?”, “Bu nasıl oluyor?”. Bazen işte gösteriyorum, gene soruyorlar.
- Görüşmeci (34. Erkek, 17, bekâr, lise terk, sanayide oto elektrikçi, Emek mah.): Yeni gençliğin derdi! <30. Erkekle yapılan görüşme sırasında araya giriyor>
- Görüşmeci (30. Erkek): Evet.
(...)
- Araştırmacı: Dert olarak mı görüyorsun bunu?
- Görüşmeci (34. Erkek): Yani... Mesela ben dün oyun oynuyordum, “Bu nasıl olacak?” <annesinin sorusunu sitemli bir ifadeyle tekrarlıyor>. Benim en sinir olduğum şey! Ben oyun oynarken rahatsız edilmeyi hiçbir zaman sevmem. (...) ‘Mobile Legends’ diye bir oyun. (...) Kullandığım karakter de Eskişehir’de otuzuncuyum. Onu birinciliğe getirmem lazım. (...) Yani kim-... hangi gence sorarsanız sorun yeni neslin derdi o! Şimdi yaşlılar genelde Facebook’a daha yönelik oluyor. Mesela bir arkadaşı onu paylaşıyor, “Ben de paylaşıyım” diyor, paylaşmıyor, geliyor. Onlar da gençlerin canını sıkıyor. Tabii, benim canımı sıkıyor da!

Gençlerin, anne-babalarının sosyal medya kullanmalarından duydukları hoşnutsuzluk, çoğunlukla kendilerine ağların özellikleri ile ilgili yöneltile sorulardan kaynaklanmaktadır. Bu hoşnut olmama hâli, “Göster diyo, gösteriyorum tekrar unuttu”, “hangi gence sorarsanız sorun yeni neslin derdi o!” ve “Yeni gençliğin derdi!” şeklindeki cümlelerle dışarı vurulmuştur. Annenin sosyal medya kullanıyor olmasından kaynaklanan hoşnutsuzluk hissinde, ataerkilliğe ilişkin örüntüler de görülmektedir:

- Görümeçi (35. Kadın, 51, eşinden ayrı, ilkokul mez., evlere temizliğe gidiyor, Emek mah.): Evet, o (oğlu) açtı. Bu Facebook falan neyse o açtı. (...)
- Araştırmacı: Siz mi talep ettiniz?
- Görümeçi (35. Kadın): Tabii canım! Herkes açıyordu.
(...)
- Görüşmecinin oğlu, yaş 17: “Açmam!” dedikçe zorladın anne!
- Görümeçi (35. Kadın): Ya herkesin oluyor da benim niye olmasın?
(...)
- Görüşmecinin oğlu, yaş 17: WhatsApp neyine yetmiyor?
- Görümeçi (35. Kadın): WhatsApp şey gibi olmuyor, orada paylaşılmıyor.
- Görüşmecinin oğlu, yaş 17: Paylaşıyor, orada paylaşıyor.
- Görüşmecinin yeğeni, yaş 19: Feysde herkes görebiliyor, WhatsApp’ta sadece kişilerin görebiliyor.
- Görümeçi (35. Kadın): Orada (Facebook’ta) dost, düşman da görüyor.

- Görüşmecinin oğlu, yaş 17: Çok iyi örnek oluyorsun! <kuzenine söyleniyor>

Yukarıdaki sohbette, 17 yaşındaki gencin annesinin Facebook kullanmasından memnun olmadığına işaret eden ifadeleri, egemen cinsiyet rejiminde, baba ve erkek çocuklardan, eşe/anneye ve kız çocuklara/kız kardeşlere uzanan zincirleme denetimle (Binark ve Bayraktutan-Sütcü, 2007b, s. 249) ilişkili bir örnek olarak ele alınabilir. Annenin eşinden ayrı olmasıyla da ilişkili olduğu düşünülen bu örneğin, özellikle erkeklerin eşleri veya erkek kardeşlerin kız kardeşleri üzerindeki denetimlerine örnek teşkil edecek türden benzer ifadelere sahada ayrıca rastlanmıştır. Ayrıca, 51 yaşındaki annenin, Facebook hesabı açmak isteme nedenini “Herkes açıyordu” cümlesiyle açıklaması da önemlidir. van Dijk’ın (2016), “ağların dışsallığı kanunu” şeklinde ifade ettiği bu durum, hem ağın kendisinin hem de ağın dışındaki şeylerin insanlar üzerinde etkisi olduğu anlamına gelir. Buna göre, bir ağa katılan insan sayısı ile orantılı olarak, hem diğer insanların ağa katılma olasılığı hem de ağın kişiler ve şeyler üzerindeki etkisi o kadar artar. Daha açık bir ifadeyle, ağın büyümesi, insanlara ağa katılması için yaptığı baskının şiddetini de arttırmaktadır. Ağların dışsallığı kanununun, elbette yalnızca orta yaş ve üzerindeki kullanıcılarda değil, gençliğin ve hatta sosyal ve ekonomik statünün ördüğü duvarları aşarak toplumun genelinde gözlemlenen bir olgu olduğu söylenebilir. Yeni iletişim araç ve ortamlarının kullanımı ne kadar fazla insanın gündelik yaşam pratiği hâline gelirse, hem normal olarak addedilen davranış biçimleri hem kabul edilebilir standartlarda yaşamının ölçütleri de o oranda değişmekte; “orada” olma istek ve zorunluluğu da artmaktadır. Gençlerin Facebook’tan uzaklaşmasına neden olan dinamiklerin de bu süreçten bağımsız ele alınmaması gerekmektedir. Üstelik, 17 yaşındaki Emre’nin, “Mesela ben fotoğraf atardım Facebook’ta, kaç yüzü geçik beğeni çok rahat gelirdi. Şimdi, iki-üç beğeni geliyor çünkü kimse kullanmıyor artık bu programı” şeklindeki ifadeleri, söz konusu dinamiklerin gençler tarafından iyi okunduğunu da göstermektedir.

Sosyal medya ortamlarının kullanıcı kitlesindeki farklılaşmayı sadece yaş değişkeni ile açıklamanın eksik kalacağından daha önce bahsedilmişti. Hatırlanacağı üzere, örneklem genelinin %24,3’ü kendi başına internet kullanmayı bilmediğini ifade etmişti. Bir sonraki tabloda da görüleceği gibi, örneklem internet kullanımı tek yönlü olup, internet kullanım amaçları çeşitlilik göstermemektedir. Sosyal medya ortamlarına katılımın, internete atılan ilk adım, çevrimiçi dünyaya açılan ilk kapı hâline geldiği

günümüzde, Facebook ve benzeri ortamlar kullanım deneyimi az olan bireylerin hem ilk adresi hem de internet kullanmaya başlamanın tek sebebi olmaktadır. Böylece, özellikle Facebook ve WhatsApp gibi sosyal medya ortamlarında, internet kullanma sürecinin “emekleme dönemleri” geçirilmekte; ilk deneyimler büyük ölçüde bu ağlarda yaşanmaktadır. İlerleyen süreçte bireyleri farklı ağların arayışına iten nedenler farklılaşmakta, internet kullanım amaçlarının çeşitliliği kadar, kullanılan ve en önemlisi ‘ihtiyaç duyulan’ sosyal medya ortamları değişebilmektedir. Örneğin, LinkedIn ve Academia.edu daha özel amaçlara hizmet eden ve bu yüzden de kullanıcılarının eğitim düzeyinin yüksek olduğu düşünülen ağlardır. Gelecek başlıklardaki bulgular, gençler haricindeki katılımcıların çoğunluğunda, internet kullanımının tek yönlü olduğunu gösterecektir. Çevrimiçi davranışları Facebook, WhatsApp gibi sosyal medya ortamlarıyla sınırlı olan kullanıcı sayısı oldukça fazladır. Bu bulgular, Zillien ev Hargittai’nin (2009) sosyo-ekonomik statü düştükçe “sermaye-arttırıcı” internet kullanımından uzaklaştığı yönündeki bulgularıyla örtüşmektedir. Ayrıca, bu örneklemede, genç olmanın anlamını belirleyen unsurları yaşla açıklamanın yeterli olmadığını yeniden hatırlatmakta fayda vardır. Daha açık bir ifadeyle, bu araştırma sahasında, bekârlık ve öğrencilikle ilişkili yaşam biçimi, genç olmanın veya genç kalmanın temel belirleyicileri olarak öne çıkmaktaydı. Eğitim hayatını erken sonlandırma, ekonomik kısıtlılık, genç yaşta yapılan evlilik ve en az bir çocuk sahibi olma unsurları, bireyi asgari düzeyde bir dinamizm içeren yaşam pratiği ve heyecanından, kültürel ve sosyal faaliyetlere katılımdan, yaşadıkları toplumsallaşma çevresinin dışına çıkmaktan yoksun bırakmaktaydı. Yeni iletişim teknolojileriyle kurulan ilişkinin biçimi de bundan etkilenmekteydi. İşte, kullanma beceri ve deneyiminin azlığı da bunlara eklendiğinde, genç olmakla yaşlı olmak arasında pek fark kalmamakta, en azından farklı kullanım örüntülerini yalnızca yaş değişkenine bağlamak yetersiz kalmaktadır. Bu açıklamalara ilişkin nitel bulgulara, internete yüklenen anlam ve internet kullanım pratiklerinin verildiği başlıkta daha ayrıntılı yer verilecektir.

4.7.5. İnternet kullanım amacı: “Ben bunu internet olarak değil, telefon olarak görüyorum.”

Araştırmada internet kullanım amacı ile ilgili sorular, bireylerin sosyal medya hesaplarına girmek dışındaki daha özelleşmiş çevrimiçi davranışlarını ortaya

çıkarabilmek amacıyla yöneltilmiştir. Tablo 4.32, örneklemin interneti hangi amaçlarla ve hangi sıklıkta kullandığını göstermektedir:

Tablo 4.32. İnternet kullanım amacı

		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman	Toplam
Haberleri takip etmek	n	76	44	65	64	43	292
	%	26	15,1	22,3	21,9	14,7	100
Film-dizi izlemek	n	117	42	57	46	31	293
	%	39,9	14,3	19,5	15,7	10,6	100
Müzik dinlemek	n	68	34	60	63	67	292
	%	23,3	11,6	20,5	21,6	22,9	100
Alışveriş yapmak	n	174	45	44	18	8	289
	%	60,2	15,6	15,2	6,2	2,8	100
E-okul/e-randevu/e-devlete girmek	n	91	21	68	56	53	289
	%	31,5	7,3	23,5	19,4	18,3	100
İnternet bankacılığını kullanmak	n	194	17	19	24	34	288
	%	67,4	5,9	6,6	8,3	11,8	100
Satın aldığım ürün ve hizmetlere ilişkin şikâyet, yorum yazmak	n	211	21	25	17	16	290
	%	72,8	7,2	8,6	5,9	5,5	100

İnternet kullanım amacı soruları sadece, “kendi başınıza internet kullanmayı biliyor musunuz?” sorusuna evet yanıtını verenlere yöneltilmiştir. Evet yanıtı verenler, 415 katılımcının %75,7’sine karşılık gelmekteydi. Dolayısıyla katılımcıların %24,3’ü kendi başına internet kullanmayı bilmediğini ifade etmişti. Bu noktada belirtilmesi gereken önemli bir husus, evet yanıtı verenlerin %3’ünün kendi başına internet kullanmayı bilmediği halde WhatsApp/Facebook kullanmayı bildiğini belirtenlerden oluşmasıydı. Bu önemli bir bulgu olup en nihayetinde internetle kurulan bir ilişkiye karşılık geldiği için “evet” yanıtlarına dahil edilmişti. Ayrıca, internet kullanabildiğini belirtenler içerisinde de, kullanımı yalnızca bu söz konusu ağlarla sınırlı olanların bulunduğunu eklemek gerekir. Bu gruplar daha önce nitel bulgularla örneklendirilmişti. Bütün bunlar verilerin derlenmesi sürecini zorlaştırsa da, önemli bulgulara ulaşılmasını sağlamıştır ki bunlar söz konusu ortamların çoğalmas ve çeşitlenmesi süreçlerinin, internetle kurulan ilişki biçimlerine yansması ve onu da karmaşıklıklaştırmasıyla doğrudan ilgilidir. Fakat en önemlisi, dijital eşitsizliklerin, en baştan beri ifade edilmeye çalışıldığı şekilde, ne kadar karmaşık ve çok boyutlu bir sorun olduğunu bir kez daha gözler önüne sermektedir. İnternet kullanım amacıyla ilgili nicel veriler, örneklemin internet kullanma amaçlarının çeşitli olmadığını da göstermektedir. “Sık sık” ve “her zaman” yanıtlarının

görölme oranları en yüksekten en aza doğru verilmek istendiğinde, *müzik dinleme* (%44,5), *e-okul, e-randevu-e-devlet uygulamalarını kullanma* (%37,7), *haberleri takip etme* (%36,6), *film-dizi izleme* (%26,3), *internet bankacılığını kullanma* (%20,1), *satın alınan ürün ve hizmetlere ilişkin şikâyet, yorum yazma* (%11,4) ve *alışveriş yapma* (%9) şeklinde bir sıralama ortaya çıkmaktadır. Bu durumda, internet en fazla *müzik dinleme* (%44,5), *e-okul, e-randevu-e-devlet uygulamalarını kullanma* (%37,7) ve *haberleri takip etme* (%36,6) amaçlarıyla kullanılmaktadır. “Hiçbir zaman” yanıtı en yüksek oranlarda, *alışveriş yapma* (%60,2), *internet bankacılığını kullanma* (%67,4) ve *satın alınan ürün ve hizmetlere ilişkin internette şikâyet, yorum yazma* (%72,8) amaçlı internet kullanımlarında görölmektedir. Aslına bakıldığında, bu üç çevrimiçi davranış da, önemli düzeyde bir bilgisayar/akıllı telefon ve internet kullanma becerisi gerektirmektedir. Aynı zamanda, bazı çevrimiçi davranışların varlığı ve/veya yokluğu bireyin fizik gerçekliğindeki yaşantısıyla ilgili daha fazla ipucu vermektedir. Özellikle, internet bankacılığının kullanımı, dijital becerileri ve okuryazarlıkları gerektirdiği kadar, dışardaki dünyayla, kamusal yaşamla kurulan doğrudan veya dolaylı bir ilişkiyi de gerektirir. Witte ve Mannon’un (2010, s. 114), Weberyen bir bakış açısını kullandıkları, *Kültürel Perspektiften İnternet Eşitsizliği (Internet Inequality from a Cultural Perspective)* başlıklı çalışmalarından hatırlanacağı üzere, yüksek gelirli ve iyi eğitimli Amerikalı internet kullanıcıları, daha yoksul ve düşük eğitim düzeyindekilere göre hem interneti daha yoğun kullanmakta hem de çok yönlü çevrimiçi etkinlikler gerçekleştirmektedirler. Bundan dolayı, belirli çevrimiçi etkinlikler, yoksulların ve eğitimsizlerin dışlandığı seçkin bir yaşam tarzının parçası olarak (2010, s. 114) görölebilir. Ayrıca, bu tür pratikleri gerçekleştirmek amacıyla internete başvurma gereksinimini, “bir öğrenilmişliğin sonucu, belli bir habitüsün ürünü (Ergur vd., 2009, s. 100-101)” ve bu tür çevrimiçi davranışların “toplumsal tahayyülde bir yer edinmiş olmasıyla (Ergur vd., 2009, s. 100-101)” ilişkili olarak yorumlamak mümkündür.

Araştırmada evli kadın ve erkeklerin internetten alışverişle ilgili tutumlarına gelince, öncelikle gençler için, internetten alışveriş yapmak, çoğunlukla sıradan bir davranış olarak görölmektedir. Buna karşın, birkaç örnek dışında, daha ileri yaştaki ve/veya evli kadın ve erkekler için “tehlikeli bir pratik” olarak değerlendirilmektedir. Söz konusu davranışın tehlikeli olarak etiketlenmesinin, her zaman için doğrudan görüşmecilerin deneyimlediği olumsuz bir anıyla ilişkili olmadığı, hatta çoğunlukla

“bilmediğinden korkma” şeklinde bir karşılığının olduğu anlaşılmıştır. Ne geleceğinin bilinmemesi, gelecek ürün beğenilmediği takdirde geri verme noktasında sorun yaşayabilme ihtimali ve dolandırılma tehlikesi, internet alışverişinden uzak durma nedenleri arasındadır. Bu düşüncelerin kökeninin, çevrelerinde bildikleri insanların deneyimlerine dayanan örnekleri de vardır; fakat çoğunlukla bir yerlerden duyarak edinilen bilgi kırıntılarından ve halihâzırda çok yönlü olmayan çevrimiçi davranışlardan beslendiği anlaşılmıştır:

“Hayır, kesinlikle!” (4. erkek, 39 ,evli, ilkokul mez., inşaatta sıvacı, Sevinç köyü).

“Alışveriş yapmam; kumaşına ellemediğim zaman. Dokunmayı seviyorum. Görmeden almayı sevmiyorum. Kredi kartı da kullanmam param varsa alırım, yoksa almam” (38. Kadın, 39, evli, lise mezunu, ev kadını, Sevinç köyü).

Aşağıda ise internetten alışverişin tehlikeli görülmesini dolandırılmaktan korkma ile ilişkilendiren örnekler vardır. Ailesini asgari ücretle geçindirmekte olan 18. erkek görüşmecinin ifadelerinde, dolandırılmanın etkilerinin her gelir grubu için aynı olmayacağına yönelik bir vurgu da vardır. Bu vurgu, “Bu sana dokunmaz. Ama asgari ücretli bir yerde çalışıyorsa, bir de gelirin asgari ücretse dokunur mu dokunmaz mı?” cümlelerinde karşılık bulmaktadır.

“Hayır, yapmam <çok net bir şekilde ifade ediyor>. (...) Hem korktuğum için hem de benim için güvenli bi site değil yani. İnternette yapıcaama gider çarşıdaki mağazalardan alışveriş yaparım daha iyi. (...) Ben güvenmiyorum. (...) Hiç yapmadım. 32 yaşındayım, şimdiye kadar hiç internetten alışverişte bulunmadım. (...) Yani, kartınızla oynuyolar, ücretler başka yerlerde bulunuyo, ona da güvenmiyorum ben” (6. Kadın, 32, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

“Yok yok, yok! Sevmiyorum. Güvenmiyorum. (...) Çok tehlikeli, çok tehlikeli ablam. Bizim için değil ama. (...) Diyelim ki, yanlış anlama! gelirin 10 milyar, 20 milyar; ha seni adam 1 milyar dolandırdı diyelim. Bu sana dokunmaz. Ama asgari ücretli bir yerde çalışıyorsa, bir de gelirin asgari ücretse dokunur mu dokunmaz mı?” (18. Erkek, 40, evli, ilkokul mez., fabrikada işçi, Gündoğdu Mah.).

Aşağıdaki sohbet ise, gençlerin internetten alışverişini sıradan bir çevrimiçi davranış olarak görmeleri anlamında ebeveynlerinden ayrıldığını gösteren örneklerden biridir. Bu sohbette, internet alışverişinin sonucunda beklenen kalitede ürünün gelmediği

olumsuz bir deneyimden bahsedilse de esas olarak tarifsiz ve nedeni tam açıklanamayan bir korkunun varlığı hissedilmektedir:

- Araştırmacı: Alışveriş yapıyor musunuz internetten?
- Çocuk-2: Ben yapıyorum <görüşme sırasında annelerin kendi isteğiyle salonda bulunan çocuklardan 14 yaşında olan bir tanesi cevap veriyor ve arkasından çocuklar kendi aralarında “n11” internetten alışveriş sitesinin de adının geçtiği bir sohbete başlıyorlar. Konuya hâkim oldukları çok net>.
- Görüşmeci-2 (28. Kadın, 34, evli, ilkokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.): Güvenmiyorum. Öyle bi şey oldu mu hocam çarşıdan şey yapıyorum hani, alıyorum.
- Araştırmacı: Güvenmemenizin nedeni nedir?
- Çocuk-2: Mesela orda büyük gösteriyosa buraya gelince küçük gösterilir, yani küçülür <giyecek kıyafetlerden bahsediyor>.
- Araştırmacı: Aldığınız şeyin beklediğiniz gibi çıkmaması?
- Görüşmeci-1 (27. Kadın, 38, evli, ilkokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah: Çıkmıyo hocam. Biz de yaptık aynısını da (alışveriş). Hatta elma mı vardı? <çocuğa soruyor ve burada dekoratif bibloları bahsediyor> (...) Elmalar o kadar güzel gözüküyodu ki, yani getirdiğinde şu kadarcık bi şey <bu cümleyi sitemli şekilde söylüyor>. Çok yani böyle sanki kullanılmış gibi bi şey yani. Ordayken çok güzel böyle altın gibi gözüküyö, ama eve getirince yani böyle kullanılmış gibi bi hâli vardı.
- Çocuk-2: Bi de orda fiyatı bi tanesi dört lira ya da beş liraydı; kapıya geldi yirmi lira ödedik.
- Görüşmeci-2 (28. Kadın): Hocam bi de giysi, cep telefonunda güzel, ama buraya getirdin mi, ee bu olur, olmaz (belli değil)... (Geri) gönderemiyosun yani. Ondan biraz...
- Araştırmacı: Öyle bi şey oldu mu?
- Görüşmeci-2 (28. Kadın): Olmadı hocam. Öyle şeye karşıyım, öyle şey olmasın. Çünkü ben korkuyorum, öyle şeyden ben korkuyom hocam. Ben böyle şeyler istemiyorum yani. Beğendin mi diyo eşim git diyo çarşıdan al diyo.

Burada önemli bir noktanın tekrar açıklanması gerekiyor. Livingstone (2004b), medya okuryazarlığını sadece becerilere indirgeyen yaklaşımların, iletişime aracılık eden teknolojiyi ve metinselliği (*textuality*) göz ardı ettiğini söyler. Medya okuryazarlığı konusunda, bireyin becerilerine öncelik veren yaklaşımlar, farkında olmadan evrenselci bir çerçeveyi desteklemekte ve böylece, medyanın tarihsel ve kültürel olanaklarını ihmal etmektedir. Oysa, yazara göre, kitap okumak, televizyon izlemek, bilgisayar oyunu oynamak veya internette arama yapmak yalnızca becerilerle ilgili bir durum değildir. bu davranışlar, karmaşık ve sembolik olarak kodlanmış (*symbolically-encoded*) metinlerle yorumlayıcı bir ilişkiyi içerir (2004b, s. 8). Bu yorumla ilişkili olarak, Binark ve Bek de

(2010, s. 56-57), medya okuryazarlığının kişisel bir özellik ve basitçe kazanılacak becerilerden ibaret olmadığını, becerileri besleyen ve onların arkasında yatan bilgi ve bakış açılarıyla birlikte ne ve neden sorularının önemli olduğunu belirtirler. Nicel bulgularda (Tablo 4.32) görüldüğü üzere, internetten alışveriş yapma amacıyla internet kullanım oranının düşük olmasını, yani evli kadın ve erkek görüşmecilerin büyük çoğunluğun “online” alışverişten korkmasını veya uygun bulmamasını sadece bu çevrimiçi davranış özelinden değerlendirmek doğru değildir. Benzer bulgulara internet kullanım amaçlarının çok çeşitli olduğu bireyler özelinde ulaşılsaydı, bu bulguların yorumu da elbette çok daha farklı olurdu. Ancak, ileriki başlıklarda daha net görüleceği gibi, araştırmada gençler dışında internet kullanımı tek yönlüdür. Daha da önemlisi ise, internet kullanımının sosyal medya kullanımıyla, bazı durumlarda da sadece belli sosyal medya hesaplarına sahip olmakla aynı anlama gelmekte olduğudur. Dolayısıyla, daha özel dijital becerilerin yanı sıra, yeni iletişim araçlarını kullanma deneyimiyle ilişkili bir kendine güven duygusuna da ihtiyaç duyan görece daha özel çevrimiçi davranışların yokluğunu, bireylerin internetle ve diğer yeni iletişim araçlarıyla kurduğu ilişkinin niteliğinden ve sosyo-ekonomik statülerinden bağımsız değerlendirmek doğru değildir. Kaldı ki, böylesi bir değerlendirme söz konusu bireylere haksızlık yapmak anlamına gelecektir. Kullanma deneyimi ile ilişkili güven duygusu önemli bir konudur. Kullanma deneyimi, bireylere belli ölçüde dijital beceriler kazandırır; güven duygusunun önemli bir ayağı da dijital becerilerdir. Fakat daha önemli bir ayağı ise, çevrimiçi dünyayı ve oradaki pratikleri normalleştirmeye, bu pratikleri çevrimdışı dünyaya adapte edebilmeyle, çevrimiçi dünyanın olanaklarından asgari düzeyde de olsa yararlanabilmeyle ve çevrimiçi risklerden kendini koruyabileceğine inanmayla ilgili bir içselleştirme sürecidir. Örneğin, internetten alışveriş yapma davranışının, birkaç örnek dışında tehlikeli bir pratik olarak değerlendirildiği ifade edilmişti. İnternette alışveriş yapan ikisi evli, biri de orta yaşlarına yakın üç görüşmecinin internetle kurdukları ilişkiye yakından bakıldığında, içselleştirme süreciyle ne anlatılmak istendiği daha iyi anlaşılmaktadır. Örneğin, biri evinde internet bağlantısı olan bir ev kadınıdır. WhatsApp, Facebook ve Instagram gibi sosyal medya ortamlarını kullanmasının yanı sıra, internette araştırma yapmaktan hoşlandığını ifade etmiştir. Ev kadınlarının internet aramaları çok büyük bir oranda yemek tarifleri üzerine olsa da, arama motorlarını kullanarak ve ‘hiç’ yardım almadan bir şeyler araştırma davranışı, görüşme gerçekleştirilen az sayıdaki ev kadını tarafından gerçekleştirilebilmektedir. 35 yaşında ve ilkokul mezunu olan Güler Hanım, “internette

alışveriş yapmak daha iyi bence. Daha uygun, daha kolay. (...) Daha uygun oluyo yani. (...) Ya ablalarım felan şey yaptılar ilk önce. Şimdi onlar da maşallah (...) alıştılar. Birine buzdolabı aldık yeni. Öbürki çamaşır makinesini aldı internetten” cümleleri, kullanım deneyimiyle ilgili bu içselleştirme sürecini anlatması açısından önemlidir. Bir diğer görüşmeci ise, 12-13 yıldır internet kullandığını ve iyi bir internet kullanıcısı olduğunu ifade eden 41 yaşındaki bir erkektir. Yürüme engelli olan Halil Bey, internet hayatınızı kolaylaştıran bir şey mi sorusuna, “Ya tabi ki. Ben şimdi mesela, yani şimdi kullandığım arabayı (elektrikli engelli aracı) şeyde aldım, geçen gün gördünüz ya, hani bindiğim arabayı belki hatırlıyosanız, işte o arabayı ben internetten getirdim. (...) İşte o konularda internet güzel” yanıtını vermiştir. Kamusal hayatta daha görünür olan bireylerin, bu saha özelinde ise çoğunlukla gençlerin ve erkeklerin, işgücüne dahil olmalarının da etkisiyle, internet kullanım pratiklerinin görece daha çeşitli olduğuna ilişkin bir yorum yapılabilir. Bu konuya, çalışmanın ilerleyen bölümlerinde biraz daha ayrıntılı değinilecektir. Yine 44 yaşında, evli ve lise mezunu olan Mehmet Bey’in, interneti görece daha işlevsel kullandığı anlaşılmaktadır. Mehmet Bey daha sormadan internet bankacılığı ile ilgili şu ifadeleri kullanmıştır:

“Bir de işte internetten para aktarma, bilmem ne falan, o da güzel! Havale, bankacılık işlemleri de- o yönden iyi bak!” (17. Erkek, 44, evli, lise mez., emekli, Gündoğdu mah.).

Dolayısıyla, bireylerin ne kadar uzun zamandır internet kullanıcısı oldukları, yeni iletişim araçlarıyla kurdukları ilişkinin biçim ve niteliğini; çevrimiçi dünyaya alışmayı, o dünyaya özgü söz ve davranış edimlerini normalleştirmeyi ve çevrimdışı hayata uyarlama süreçlerini etkilemektedir. Bu anlamda, belli çevrimiçi davranışları, “bir öğrenilmişliğin sonucu, belli bir habitüsün ürünü (Ergur vd., 2009, s. 100-101)” olarak değerlendiren bakış açıları daha fazla önem kazanmaktadır.

İnternet başta olmak üzere, örneklemin yeni iletişim araçlarına yükledikleri anlamı ve bu araçları kullanma pratiklerini ortaya koymayı amaçlayan daha özel bulgular ise aşağıda tartışılacaktır.

4.7.6. İnternetin önemi: “Galiba [internet] artık su gibi!”

Bireylerin gündelik yaşamında internetin nasıl bir anlam ifade ettiğine ilişkin öne çıkan temalar “bilgi edinme”, “eğlenme”, “boş zaman geçirme”, “oyun oynama”, “iletişim kurma”, “haberleri takip etme” ve “çocukların internet kullanma ihtiyacına yanıt

verme” şeklinde sıralanabilir. Görüşmelerin genelinden çıkarılan temalar bu yönde olsa da, özellikle yaşa ve cinsiyete göre internete yüklenen anlamın ve internetin gündelik yaşam içindeki öneminin farklılaştığına ilişkin bulgulara da ulaşılmıştır.

4.7.7. İnternetsizlik!: Kitap okumak için “kâğıda başvurmak” zorunda kalmak

Gençlerin yeni iletişim araçlarını kullanma pratikleri ve beceri düzeyleri, şüphesiz bu araçlara ilişkin algılarından bağımsız değildir. Algı, kullanma sıklığı, pratiği ve beceri düzeyleri birbiriyle doğrudan ilişkili unsurlardır. Başlıktan da anlaşıldığı üzere, yeni iletişim araçlarının gençlerin yaşamındaki önemi, hem bu teknolojilerin hayatı kolaylaştırdığı noktaların vazgeçilmezliğine yapılan vurgular hem de bu teknolojilerle her geçen gün yeniden biçimlenen hız, sosyalleşme, eğlence kavramlarının nasıl dönüştüğünü gösteren ifadelerle netlik kazanmaktadır. Bu anlamda, lise öğrencisi olan 17 yaşındaki bir erkek görüşmecinin, “mesela kitap okumak istediğinde kâğıda başvurmak zorunda kalıyorsun” şeklindeki yorumu oldukça önemlidir. Zira, çoğu basılı kitap artık dijital ortama aktarılmıştır ve görece küçük sayılan ekranlara sahip akıllı telefonlarda dahi kitap arşivi oluşturmayı sağlayan uygulamalar mevcuttur. Kolay ve hızlı erişim, maliyet ve benzeri açılardan çok büyük kolaylıklar sağlayan bu gelişmeler, kitap okuma zevkini aşağılara çektiği; sayfa çevirmeyi, üzerine not almayı ve en önemlisi de tüm bu sayılan eylemlerle kitabı kendine ait kılma durumunu ortadan kaldırdığı düşüncesiyle hâlâ devam eden tartışma ve eleştirilere yol açmıştır. Bugün de, basılı veya dijital kitap okuma pratiğine yönelik olarak, kolaylık, zevk, anlaşılabilirlik gibi unsurlara yapılan göndermelerle, toplumun genelinde de gözlemlenen bir ikiye bölünme durumunun söz konusu olduğu söylenebilir. Bu ikiye bölünme, okuyucuların pratikte hangi tür okumayı tercih ettiğinden de bağımsız olarak gelişmektedir. Nitekim, kitaplara hızlı ve kolay erişimin yanı sıra, kitabın içindeki bir sözcüğü hızlıca aratarak bulma anlamındaki kolaylıklar da, yeni iletişim teknolojileriyle biçimlenmiş küresel bir dünyanın içinde yaşama durumuyla bağlantılı olarak, basılı kitapları okumayı daha çok seven bireylerin de dijital ortamdaki materyalleri kullanmasını kaçınılmaz kılmaktadır. Dolayısıyla, buradaki tercih tutumlarda değil, daha çok düşünce düzeyinde ve daha çok boş zamanları değerlendirmeye yönelik keyfi denilebilecek okumalarda kendini göstermektedir. Yeni iletişim teknolojileriyle biçimlenmiş eko-sistem, bu tutum ve eğilimleri belirleyen temel unsurlardan biri olup bulgular da bunu göstermektedir. 17 yaşındaki bir gencin ifadelerine, kitap okumak için kâğıda başvurmak zorunda bırakan bir yoksunluk hâli olarak yansıyan internetsizlik, “basılı mı?”, “dijital mi?” tartışmalarının çok çok

uzağındadır ve bu düşünce yeni iletişim teknolojileriyle görece yüksek ilişkilene düzeyiyle bağlantılıdır:

- Görüşmeci (29. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.): (...) Ee yani eskiden araba benzetmesi yapmak isterim şurada. Mesela bugün bir Ankara'ya gittiğim zaman, yani 100 km ile gitsem 1 buçuk saatte Ankara'ya varıyorum ama eski koşullara baktığımız zaman 2-3 günde varılıyordu. Yani araçlar gerçekten önemli, nasıl kullandığımıza bağlı.
- Araştırmacı: Evinizde internet bağlantısı var mı?
- Görüşmeci (29. Erkek): Var! Tabii ki var! Uzun senelerdir var hatta! Kullanıyoruz ya! Galiba [internet] artık su gibi! Su faturasını nasıl yatırırıyorsak internet faturasını da yatırıyoruz.
- Araştırmacı: İnternet olmasa hayatında ne eksik kalır?
- Görüşmeci (29. Erkek): Daha geçenlerde bunu yaşadım, internet bayağı bir süre kesildi. Aslında o zaman fark ettim, gerçekten hayatımızda büyük bir yer arz ediyor. Şu şekilde mesela kitap okumaya başladığımız zaman insanlar depolamasını... telefonlarının içinde bir dahili depolama var ve bunu doldurmak istemiyorlar. O yüzden internetteki siteleri kullanmaya başlıyorlar. O sitedeki geçici olarak indirdiğimiz şeyleri okuyoruz ama internet olmadığı zaman bunlara erişemediğimiz için yani hani o kâğıt yani kâğıda başvurmak zorunda kalıyorsun mesela kitap okumak istediğinde. İnternet kesildiği zaman fark ediyorsun mesela televizyona yöneliyorsun. Alışkanlıklar durumu. (...)

Buna yakın bir örnek, yine lise öğrencisi olan 16 yaşındaki bir kadın görüşmecinin ifadelerinde de mevcuttur. Burada da, bilgiyi ansiklopedilerde aramanın zorluğu ile ona internetten ulaşmanın kolaylığı karşılaştırılmıştır:

“Evet ben, genelde hayatı kolaylaştırdığını düşünüyorum. Çünkü bakıldığı zaman, internet hani, ödev olarak yani kendi açımdan, eğitim açımdan bakmak olursak, ee hocam bana bi ödev veriyö, bi soru soruyo, onu daha yakın çevreden hani, ansiklopediye gidip açmak yerine, saatlerce hangi harfte bulunduğunu, hangi sırada bulunduğunu, ne anlatmak istediğini anlatmak yerine internette farklı farklı siteye bakıyorum. Sonuçta bi siteden, hani, aa ödev buymuş deyip kopyala yapıştır yapıp yazıcıdan çıkartmıyorum. (...)“ (16. Kadın, 15, bekâr, lise öğr., Gündoğdu mah.).

Medya içerikleri, hem toplumsal cinsiyetin kurulumunda (Ergül vd., 2012, s. 185) hem de tüketici davranışlarını etkilemeleri noktasında işlevsel role sahiptir. Televizyon başta olmak üzere, geleneksel medyanın bu konularda etkisi sürse de, sosyal medya

ortamlarının özellikle genç kullanıcıları daha çok etkilediği düşünülmektedir. Bizzat genç kullanıcılar tarafından, belirli ürünlerin tüketimine yönelik olarak üretilen ve toplumsal cinsiyet örüntüleri barındıran çok sayıda içerik özellikle YouTube ve Instagram’da dolaşıma sokulmaktadır. Armağan ve Doğaner (2018, s. 223), “*Fenomen Pazarlaması: YouTube Güzellik Vloggerları Üzerine Bir Araştırma*” başlıklı çalışmalarında, sosyal medya ortamlarında içerik üretmenin kolaylaşması ve yaygınlaşmasıyla, “vlogger” adı verilen görsel içerik üreticilerinin sayısının arttığını, özellikle güzellik/makyaj ve kozmetik ürünleri ile ilgili görsel YouTube içeriklerinin paylaşımının sıklaştığını ifade ederler. Nitekim, “yeni başlayanlar için makyaj” tarzında internette yer alan videoların son yıllarda özellikle genç içerik üreticileri tarafından nasıl yaygınlaştığını görmek için, arama motoruna sadece “makyaj” sözcüğünün yazılması yeterlidir. Bu arama kullanıcıyı binlerce ilgili YouTube içeriği ile karşı karşıya bırakmakta olup bu türden içeriklerin, özellikle genç ve kadın internet kullanıcıları için önemli olduğu açıktır. Nitekim, lise öğrencisi olan 16 yaşındaki genç bir kadınla gerçekleştirilen aşağıdaki sohbette, gencin, izlediği makyaj videolarının, o videolardakiler gibi “çok makyaj yapabileceği” ve “giyimini düzeltebileceği” noktasında kendisini hırslandırdığına yönelik söyledikleri dikkat çekmiştir. Babası iş kazası geçirdiği için malulen emekli olan ve çalışan annesi ile birlikte toplam aylık gelirlerinin 2600 TL civarında olduğunu söyleyen genç kadın için sosyal medyanın arzu edilen yaşamı tahhayül anlamında bir itici güç görevi gördüğü açıktır.

- Görüşmeci (1. Kadın, 16, bekâr, lise öğr., Emek mah.): Bilgi öğrenmemi sağlıyo, boş vakitlerimde zaman geçirmemi sağlıyo, eğlenmemi sağlıyo yani.
- Araştırmacı: Olmadığında ne gibi bir boşluk hissediyorsun? Atıyorum internet paketin bitti, huzursuz oluyor musun?
- Görüşmeci (1. Kadın): Evet. Canım sıkılıyo, bunalıyorum böyle <ellerini yelpaze yapar gibi sallıyor ve hafifçe gülüyor>. Bağımlısı olmuşum heralde. (...) internetimi çok kullanıyodum, evde de abim vayfi (wi-fi) şifresini değiştirmişti, kavga etmiştik <hafifçe gülüyor>. İnternetsiz kalıyodum bende. Canım sıkılıyodu, ağlıyodum durduk yere <hafifçe gülüyor> (...) Ya, hayatımın bi parçası olmuş gibi internet <gülümsüyor>. İnternetsiz kendimi boşlukta hissederim, boş hissederim, ne yapıcımı bilmem mesela boş zamanımda. Değişik olur o yüzden internetsiz. (...) İnternet <düşünüyor>, tehlikeli ama iyi, güzel. Zaman geçirilcek bi yer. Nasıl desem? (...) Mesela, bi kız görüyorum, makyaj vidyoları felan, bu makyajı çok yapmış, ben de yaparım felan, hırslanıyosun... Sonra, şey giyimini düzeltiyosun mesela, ondan bundan görerek. Mesela, hırslanıyorsun

yaa... Bunu da yapcam, bunu da yapcam, bunu da yapcam, hırslanmanı sağlıyo sosyal medya biraz da”.

Kendi yaş grubunda olan birçok gençle benzer şekilde, internetin hayatının bir parçası olduğunu ifade eden genç, tartışmalarının akabinde abisinin evdeki wi-fi bağlantısının şifresini değiştirmesi sonucu çok sıkıldığı ve durduk yere ağladığı dönemler olduğunu dile getirmiştir. İstenen her şeyin internetten yapılabilmesi, günlük hayatın parçası olarak görülme, bağımlılık ve benzeri ifadelerle görüşme gerçekleştirilen gençlerin tamamında rastlanmıştır. Yine lise öğrencisi 17 yaşındaki bir erkeğin “bağımlılık” sözcüğünü kullanması üzerine, arkadaşlarından biri araya girmiş ve “sigara gibi bir şey düşünün” diyerek internet bağımlılığını sigara bağımlılığına benzetmiştir. Bu arada gençlerin ikisi de gerçekten sigara kullanmaktadır:

- Görüşmeci (30. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.): “Hayatıma kolaylık sağlıyor bir kere. (...) İstedğim her bilgiye erişebiliyorum. E şimdi teknoloji de gelişti, istediğim her şeyi internet üzerinden yapabiliyorum. O yüzden bayağı yardımcı oluyor. (...) Bence günlük hayatımızın bir parçası. Çünkü çoğu insan zaten ne yaptığını sürekli olarak internette paylaşıyor. Bir parçası olmuş durumda. Yani paylaşmadan da duramıyor. Günlük hayatın bir parçası. Bağımlılık daha doğrusu”.
- Görüşmeci (34. Erkek, 17, bekâr, lise terk, sanayide oto elektrikçi, Emek mah.): Sigara gibi bir şey düşünün.

İnternet, ticari bir araç olarak sıradan insanların kullanımına sunulduğu günden bu yana, özellikle sosyalleşme süreci üzerindeki olumsuz bireysel ve toplumsal etkilerine yönelik çok sayıda tartışma ve araştırmanın konusu olmuştur. Bir grup psikolog tarafından yürütülen “*Internet Paradox*” (1998) adlı araştırma, bu konudaki en eski ve kapsamlı çalışmalardan biridir. Bu araştırmanın sonuçlarına göre internet, aile içi ilişkilere zarar veren, stresi arttıran ve depresyonu tetikleyen olumsuz etki gücüne sahip bir araçtır (Kraut vd., 1998, s. 1025-1029; Castells, 2005, s. 477). Bununla birlikte, sosyalleşme sürecinin bugünkü değerlendirmelerinin geçmiş ilişkiler ve deneyimler üzerinden yapılması, internetin olumlu veya olumsuz etkileri hakkında gerçekçi değerlendirmelerin yapılmasını engellemektedir. Yeni iletişim araçlarının yaygınlaşması ve küçülmesiyle birlikte çevrimiçi ve çevrimdışı yaşamın bütünleşmesi kolaylaşmıştır. Sözelimi, Facebook, Instagram vb. anonim olmayan sosyal ağlarda kurulan ilişkilerin büyük kısmı bireyin çevrimdışı yaşamındaki ilişkileriyle bağlantılıdır. Zhao ve

arkadaşlarının (2008, s. 1818), “demir atılmış ilişkiler” şeklinde kavramsallaştırdığı bu durum, sosyalleşme kavramına yüklenen anlamın değişmesini de gerekli kılmıştır. Akıllı telefonlarla internet üzerinden kurulan iletişim sayesinde çevrimiçi ve çevrimdışı yaşantılar arası geçişler çok kaygan bir zeminde ve hızlı gerçekleşmektedir. Bu sebeplerle, toplumsal ilişkilerin ve gündelik yaşamın bu yeni biçimi üzerine yapılan değerlendirmelerin, sadece geleneksel yüz yüze ilişkileri yücelten bir sosyalleşme kavrayışıyla yapılması mümkün görünmemektedir. Nitekim, 15 yaşındaki bir kadın görüşmecinin aşağıdaki ifadesinde, “yeni kişilerle tanışmak”, internetin sunduğu fırsatlardan biri olarak sıralanmaktadır. Bu, internetsizliği kitap okumak için kağıda başvurmak zorunda bırakan bir yoksunluk olarak görme durumundan farksızdır ve sosyalleşme kavramına yüklenen anlamın, en azından gençler nezdinde, geleneksel yüz yüze iletişimin sınırlarını aşan bir karşılığı olduğunu göstermektedir.

“İnternet denince hani, ders çalışma olabilir, araştırma olabilir. Öbür türlü, sosyalleşme olabilir. Onun dışında oyun, eğlence ve benzeri şeyler. (...) hani bilmediğim soruları sorarım, hani öğretecek başka kimse yoksa. Onun dışında eğlence... Imm, sosyalleşme olabilir, zaman geçirme, onun dışındaa akrabalarla daha iyi iletişim kurma (...) uzaktaki bi kişiyle daha kolay iletişim için daha iyi oldu. (...) insan akrabalarıyla iletişim kurabilir, yeni tanıştığı bi arkadaşıyla konuşabilir ya da yeni kişilerle tanışabilir” (20. kadın, 15, bekâr, lise öğr., Emek mah.).

Eğitim hayatı bir şekilde sonlanmış ve çalışma hayatına katılmış olan gençlerde ise, internete yüklenen anlam daha farklı sözcüklerle ifade edilmektedir. Liseyi terk eden ve sanayide oto elektrikçi olarak çalışan 17 yaşındaki ilk erkek görüşmecinin ifadelerinde, bilgi ve bilgiye hızlı erişimde internetin sağladığı kolaylıklara yapılan vurgu değil, oto sanayide ihtiyaç duyduğu parçalara kolay erişim öne çıkmaktadır:

“Ben genelde oyun oynamak için kullanırım. Benim amacım o yani. (...) Gündelik hayatın bir parçası oldu yani. Haberleşmede olsun, sanayide olsun, parça üzerine olsun, yani her bakımdan her şeye erişme imkânımız var internet sayesinde. Mesela parça geliyor, parçanın seri numarasını oraya yazıyorsun, parça çıkıyor. Sipariş edip geliyor tekrardan dükkâna” (34. Erkek, 17, bekâr, lise terk, sanayide oto elektrikçi, Emek mah.).

Buna karşın, internetin anlamını “bilgi kaynağı” olarak tarif eden 16 yaşındaki lise öğrencisi Ahmet’in ifadelerinde sosyal medyayı, “eğitim” ve “araştırma” sözcükleri ile ilişkilendirdiği görülmektedir:

“Olmasa (internet), internetten izleyeceğim eğitimleri izleyemem yani yapacağım araştırmaları yapamam veya sosyal medyaya bakamam” (2. Erkek, 16, bekâr, lise öğr., Gündoğdu mah.).

Aslında, çevrimiçi pratiklerin gündelik yaşamla, bireyin *habitusu*yla ve *kültürel sermayesi*yle ilişkili olduğu gerçeği gençlerin kullanımında da görülmektedir. Gençlik, bilhassa eğitim hayatının devam etmesiyle ilişkili olarak, toplumsallaşma alanını birbirinden farklılaştıran olumlu veya olumsuz unsurları görece eriten bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim, gençlerin internete yükledikleri anlam ve internetle ilişkilendirme biçimleri, eğlenme, iletişim kurma ve oyun oynama temaları altında toplanarak benzeşmektedir. Hatırlanacak olursa, David Morley’in *Aile Televizyonu* adlı çalışması, 18 işsiz, işçi sınıfından ve orta sınıf ailelerle gerçekleştirdiği görüşmelere dayanmaktaydı. Morley, hane içi bir toplumsal etkinlik olarak televizyon izlemenin, *toplumsal sınıfları aşan* cinsiyet temelli bir doğası olduğunu ortaya koymuştu (Stevenson, 2008, s. 139). İşte, ‘gençlerin internete yükledikleri anlam ve internetle ilişkilendirme biçimlerinin benzeşmesi’ ifadesiyle anlatılmak istenen, Morley’in tespitine benzer bir durumdur. Bu anlamda, gençlerin toplumsallaşma çevrelerinden bağımsız olarak, teknolojiyle ilişkilendirme biçimleriyle bağlantılı ortak bir *dijital sermaye*ye (Ragnedda, 2018) sahip oldukları söylenebilir. Çevrimdışı yaşamın, çevrimiçi pratiklere bir yansıması olarak, eğitim hayatı devam eden gençlerde bu sayılan temalara, bilgiye hızlı ulaşma ve araştırma amaçlı kullanımlara yüklenen önem eklenmektedir. Buna karşın, eğitim hayatı sonlanarak işgücüne dahil olanlarda, internetin önemi ve onun gündelik yaşamla olan ilişkisi “sanayide olsun, parça üzerine olsun, yani her bakımdan her şeye erişme imkânımız var internet sayesinde. Mesela parça geliyor, parçanın seri numarasını oraya yazıyorsun, parça çıkıyor” şeklindeki ifadelerle kurulmaktadır. Ayrıca, daha öncede ifade edildiği gibi, Ergur ve arkadaşlarının (2009, s. 91) kentsel çevre bölgelerinde yaptıkları araştırmanın bulgularına benzer şekilde, bu araştırma sahası içerisinde genç kalmanın ve genç olarak anılmanın iki temel koşul ile ilişkili olduğu anlaşılmıştır. Bunlardan ilki bekâr olmak iken ikincisi eğitim hayatının devam ediyor olmasıdır. Yaş unsurunun yanı sıra medeni durumun ve öğrencilikle ilişkili yaşam biçiminin, gençliğin temel belirleyicisi olarak görülmesinin nedeni; eğitim hayatını erken terk etme, ekonomik kısıtlılık, genç yaşta evlilik, en az bir çocuk sahibi olma unsurlarının, bireyi asgari düzeyde bir dinamizm içeren yaşam pratiği ve heyecanından, kültürel ve sosyal faaliyetlere katılımdan, yaşadıkları toplumsallaşma çevresinden dışarı adım atmaktan,

aynı zamanda da teknolojiyle görece ileri düzeyde ilişkililenmeden yoksun bıraktığının anlaşılmasıdır.

4.7.8. Ev kadınları internette neleri arıyor?: “İnternet komşu gibi bir şey. Hemen cevap veriyor, hiç bilmiyorum demiyor”

İnternete yüklenen anlamın ve çevrimiçi pratiklerin fizik gerçeklikteki yaşamla olan doğrudan ilişkisi, genç olarak anılabilecek gruplardan uzaklaştıkça daha net görülmektedir. Hatırlanacağı üzere, Massimo Ragnedda (2018, s. 2367), Weber’in (1998) “yaşam olanakları” şeklindeki ifadesine gönderme yaparak, dijital sermayenin, çevrimiçi ve çevrimdışı yaşam fırsatları arasında bir köprü kurduğunu belirtmekteydi. Yazara göre, dijital sermaye yalnızca diğer sermaye türlerinin (sosyal, politik, ekonomik, kişisel, kültürel) dijital gerçeklikte verimli bir şekilde kullanılmasına izin vermekle kalmamakta, aynı zamanda onları büyütüp geliştirerek çevrimdışı alana taşımaktaydı. Kadınların ifadelerine göre, internete yükledikleri anlam çevrimdışı yaşamlarıyla ve sosyal sermayeleriyle oldukça ilişkilidir. İnternetin ‘komşu’ şeklinde tanımlanması, hem bu noktanın açıklığa kavuşması hem de sosyal sermayenin internete yüklenen anlam üzerindeki belirleyiciliğini göstermesi açısından önemlidir:

“(…) İhtiyaç olduğu zaman hemen internete saldırıyoruz. Bana göre internet komşu gibi bir şey. Hemen cevap veriyor. Hiç bilmiyorum demiyor. Çok bilgili, kendini geliştirmiş bir komşu. Sıkıldığım zaman ona sarılıyorum. Hemen, her şeyi ondan öğreniyorum. (...) Bazen özlediğim de oluyor televizyonu. Televizyonsuz tabi ki yaşanmaz. O da ikinci komşum. İnternette sonrakı televizyon. Evde boş kalınca ya internet ya televizyon” (kadın, 31, evli, ev kadını, Gündoğdu mah., anket 368).

Görüşmecinin, interneti “çok bilgili, kendini geliştirmiş bir komşu” olarak görmesi ve hemen her şeyi ondan öğrendiğine ilişkin söyledikleri, kültürel örüntüleri de açığa çıkaran işaretlere sahiptir. Saha çalışmasının gerçekleştirildiği mahallelerde geleneksel yüz yüze ilişkilerin öneminin korunduğu ve komşuluk ilişkilerine oldukça önem verildiği gözlemlenmiştir. Sözelimi, yaz mevsimi burada yaşayan kadınlar için kapılarının önlerinde çay saatleri yapabildikleri bir zaman dilimine karşılık gelir. Yani “komşu”, özellikle yoksul ve toplumsallaşma alanı çoğunlukla yaşadığı mahalle çevresiyle sınırlı ev kadınları için aynı apartmanı, sokağı, *habitusu* paylaştıkları bireylerden daha fazlasıdır. Bu sebeple, internetin kendi yaşamı için ne derece önemli

olduğunun izahı, her şeyi bilen, hiç bir şeye de bilmiyorum demeyen ve sıkıldığı zaman da sarılabileceği bir komşuya benzetilerek yapılmaktadır. Bu bulgu, yukarıda da ifade edildiği gibi, bireyin çevrimdışı yaşamını çevreleyen unsurların, internete yüklenen anlam üzerinde belirleyici olduğunu göstermektedir. Nitekim, öğrenciler internetin önemine ilişkin olarak bilgiye ulaşmada sağladığı kolaylığa değinirlerken, sanayide çalışan bir genç ise iş için ihtiyaç duyduğu parçaları bulmada sağladığı kolaylıklara dikkat çekmektedir.

33 yaşındaki bir ev kadını da, internetin kendi hayatı için önemini, market indirimleri ile ilgili bilgi edinmesini sağlayan “çok aslında bilgili, faydalı bi şey” sözleriyle anlatmıştır. Ev kadını olan iki görüşmecenin ifadesinde de, öğrenci gençlerden farklı olarak, internet bilgiye ulaşmayı sağlayan bir araç değil, “bilgili, faydalı bi şey” şeklinde bilginin bizzat kendisiymiş gibi veya “bilgili bir komşu” şeklinde canlı bir varlıkmiş gibi anılmaktadır:

- Görüşmeci (3. Kadın, 33, evli, ilkokul mez., ev kadını, Sevinç köyü): (...) nasıl desem, hani her şeyden de bilgimiz oluyo. Çarşıya gittiğimizde falan, nerde ne indirim var biliyoruz. (...) burdan görüyoruz çünkü geliyo bildirimler. Oraya da gittiğimizde, gidiyoruz, bakıyoruz, öyle avantajlarımız da var.
- Araştırmacı: Mağazaların bildirimleri mi geliyor?
- Görüşmeci (3. Kadın): Tabi, mağazaların bildirimleri. Çok aslında bilgili, faydalı bi şey ama iyiye kullanırsak iyiye...

46 yaşındaki bir kadın görüşmeci ise, internetten kendi başına arama yapmayı bilmediğini fakat başta hastalıklar olmak üzere merak ettiği konular için kızlarından yardım istediğini söylemiştir. İnternetin, özellikle sağlıkla ilgili konulara, doktorun koyduğu teşhisle ilgili daha ayrıntılı bilgilere ulaşılması noktasındaki önemine dikkat çektiği görülmüştür. Özellikle kadın kullanıcıların interneti sağlık ve hastalıkla ilgili aramalar yapmak amacıyla kullandığı farklı örneklerle de rastlanmıştır. Daha özel bir konu olmakla birlikte, bu tür çevrimiçi pratiklerin ileri boyutlarının, “kişinin kendi sağlık durumu için online sağlık bilgilerini araması sonucu artmış bir anksiyete türü (Selvi vd., 2016, s. 145)” olarak “siberkondria” ismiyle literatüre geçtiğini eklemek gerekir.

4.7.8.1. İnternet: Ev kadınlarının yeni komşusu, ev işlerinin yeni yardımcısı

İnternete yüklenen önemin, gündelik yaşamı dönüştüren hangi unsurlardan beslendiğinin ortaya konulmaya çalışıldığı bu bölümde, çevrimiçi davranışlara ilişkin ön

bulgulara da rastlanmıştır. Ev kadınlarının internete yükledikleri anlamda ve internet kullanım pratiklerinde, gündelik yaşamlarından, toplumsallaşma çevrelerinden ve özlemine çektikleri diğer şeylerden önemli izler vardır. Aşağıda yer verilen ifadelerden, internette olduğuna inanılan bilginin, ev kadınları nezdinde, çoğunlukla yemek tarifleri ve el işi örneklerini içerdiği, dolayısıyla da kadınların çevrimiçi davranışlarının çevrimdışı yaşamlarındaki gündelik pratikleriyle paralel olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle, 56 yaşındaki bir kadın görüşmecinin, el işi örneği bakmak veya yemek tarifi öğrenmek amacıyla, “önceden kapıya, komşuya giderdim, sorardım” şeklindeki ifadesi, bu bulgu için güzel bir örnek oluşturmakta ve çevrimdışı yaşamın, internete yüklenen anlam üzerinde belirleyici olduğu tezini güçlendirmektedir. Buna benzer bir bulguya, Ergül ve arkadaşlarının (2012, s. 132) araştırmasında da rastlanmış olup söz konusu çalışmada dantel örneklerini herkesin birbirine bakarak öğrendiği bir mahallede, pazarda satmak için yapacakları yeni bir örneğe ulaşmak konusunda internetin özellikle yoksul kadınlar için çok işe yaradığı ifade edilir.

- Araştırmacı: İnternet sizin için ne anlam ifade ediyor? Hayatınıza ne kattı? Kolaylaştırdı mı?
- Görüşmeci (7. Kadın, 35, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.): Tabiki de canım, yani <çok net bir vurguyla>.... Mesela aklıma takılan her şeyi ordan araştırabiliyorum ben. Özellikle yemek tarifleri, sonra ne bilim, dini konularda çok araştırma yaparım. Çünkü bilmediğimiz bissürü şey var. Kızımın derslerine çok yardımcı oluyo. Oğlumu çok güzel oyalıyo. İşim olunca çok güzel oyalıyo <kahkaha atıyor>. (...) Oyun oynuyo, izliyo, televizyondan bağlanıp izleyebiliyo. Yani hayatımızı çok kolaylaştırıyo yani. He sosyal medya dersin çok o kadar bağımlı değilim ama araştırmayı severim yani. (...) şimdi daha rahatız <çok net bir şekilde>.
- Araştırmacı: Ne açıdan mesela? Biraz açsanız...
- Görüşmeci (7. Kadın): Ya şimdi, aklımıza takılan şeyleri ya kitaplardan araştırıyoduk ya başkalarına soruyoduk. Şimdi direk hiç kimseye hiç bi şey sormadan araştırabiliyorum ben mesela. İlk evlendiğimde mesela bi yemeğe ne koyulcaanı bilemediğim de annemi arıyodum şimdi <gülüyor> hani değişik bi tarif olduğunda, direk aç bak, kendin yap. İllaki kolaylaştı... Yani şimdi şey, gençler öyle, bana niye soruyosun aç internete bak diyo yani <kahkaha atıyor>. (...) yeğenim bazen soruyo. Kızım ne beni arayıp uğraşıyosun, aç, orda hepsi var diyo yani. (...) Bilmediğim konuları da internetten araştırıyorum. İşte şöyle kızım, böyle kızım <kızına öğreteceği dini bilgileri araştırdığını ifade ediyor devamında>.

“Bir örnek bakıcam merak ediyorum, yemek tarifine ordan bakıyorum. İşimi görüyor. Önceden kapıya, komşuya giderdim, sorardım” (kadın, 56, evli, ev kadını, Gündoğdu mah., anket 240).

Aşağıdaki alıntı, yoksul, eğitim düzeyi düşük ve çalışma yaşamında yer almayan ev kadınlarında medya okuryazarlığının yok denecek kadar düşük düzeyde olduğunu gösteriyor olması açısından önemlidir. Söz konusu iki kadın, görüşme süresince soruları cevaplayamama ihtimalini göz önüne alarak, çocuklarının yanlarında bulunmasını istemişlerdir. Araştırmacı, soruların doğru bir cevabının olmadığını, onların söyleyeceği her şeyin değerli olduğunu üzerine basarak belirtmiş olsa da, çocuklar bir süre sohbete dahil olmuştur. Hatta bazı soruları cevaplamak için annelerinden önce davrandıkları da görülmüştür. Bu durum, yeni medya araçlarıyla sınırlı ilişkilene, yoksulluk, düşük eğitim düzeyi ve iş gücüne katıl(a)mama durumlarının bir araya gelmesinden kaynaklanan bir kendine güvenememe hissiyle ilişkilidir: “Her şeyi öğrenmek”, “el işi, yemek tarifi bakmak” ve “yalnızlığı gidermek” ile ilgili ifadeler, önceki görüşmelerden elde edilen bulgularla benzerlik göstermektedir. Ayrıca, bazı çocuklu ailelerle yapılan görüşmelerde, çocuk kaçırma olayları ile ilgili haberlere ulaşma noktasında internetin önemine işaret eden ifadeler de rastlanmıştır. Bu hassasiyetin, görüşmelerin, bu tür üzücü olayların art arda yaşandığı bir zaman dilimine denk gelmesiyle ilişkili olduğu ve bu olayların, özellikle çocuklu ailelerin bir dönemki çevrimiçi arama pratikleri üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir.

- Araştırmacı: İnternet sizin için ne anlam ifade ediyor? Hayatınıza ne kattı/katıyor?
- Çocuk-1: Yemek tarifi.
- Görüşmeci-1 (27. Kadın, 38, evli, ilkokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.): Aynen yemek tarifleri.
- Çocuk-1: Haberleri öğreniyolar. Çocuk kaçırma olaylarını.
- Görüşmeci-1(27. Kadın): Hı! <evet anlamında kullanıyor> Aynen. O da evet, evet. (...) İnternet her işe yarıyo yani. (...) İnternet olunca her şeyi öğrenmeye başladık; çok şeyi yani internet olmadan önce hiçbi şey bilmiyoduk. Haberlerii, çocuk kaçırmaa...
- Görüşmeci-2 (28. Kadın, 34, evli, ilkokul mezunu, ev kadını, Gündoğdu mah.): Yemek tariflerii... Haberler daha çok yani...
- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Evet evet... <diğer görüşmeciyi onaylıyor>
- Çocuk-3: Bizi sokağa salmıyolar.
- Görüşmeci-2 (28. Kadın): Her şeyi öğreniyoz yani.

- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Belki internet olmasaydı bunların hiçbirini öğrenemezdik. Güzel yani.
- Görüşmeci-2 (28. Kadın): Bağlılık oldu, bi alışkanlık oldu. Bağımlılık yani... <çocuklar sürekli gülüşüyor>
- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Kim ne paylaşmış, kim ne yapmış görüyoruz, bakıyoruz.
- Görüşmeci-2 (28. Kadın): Evet. Her şeyi yani görüyoruz, bazen her şeyi merak ediyoz (...)
- Görüşmeci-1 (27. Kadın): (...) Alıyosun telefonu mesela bakıyosun, herşeye bakıyosun. Yalnızlığını gideriyosun yani.

Alanyazında belirtildiği üzere, ikinci düzey dijital eşitsizlik araştırmalarında ilgi “nasıl kullanıyor” sorusu üzerinde yani dijital beceri düzeylerinde ve kullanım farklılıklarındadır. Üçüncü düzey dijital eşitsizlikler ise, kullanımla sağlanan somut faydaların neler olduğu meselesiyle ilgilidir (Özsoy, 2020, s. 11). Üçüncü düzey dijital eşitsizliklerle bağlantılı olan Ragnedda’nın dijital sermaye kavramına göre, internet kullanımıyla elde edilen faydalar, bireylerin hem mevcut sermayeleri hem de mevcut sermayelerinin dijital sermayeleriyle etkileşimi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bireylerin çevrimdışı sermayeleri, çevrimdışı yaşamdaki etkinliklerini çevrimiçi etkinliklere dönüştürmektedir. Daha açık bir ifadeyle, bireylerin çevrimiçinde harcadıkları zaman, orada aradıkları enformasyon, elde ettikleri kaynaklar ve beceriler çevrimdışı etkinlikleriyle yani mevcut sermayeleri ile ilişkilidir. İşte bu çevrimiçi etkinlikler de, daha iyi bir iş veya daha geniş bir sosyal ağ gibi dışarıdan gözlemlenebilir sosyal kaynaklara, somut faydalara dönüştürülür (Ragnedda, 2018, s. 2367). Yukarıdaki alıntılara geri döndüğümüzde, görüşmecilerin sosyal, ekonomik ve kültürel sermayelerinin çevrimiçi pratikleri üzerinde belirleyici olduğu açık şekilde görülmektedir. Orada aradıkları enformasyonun el işleri veya yemek tarifleriyle ilgili olduğunu gösteren örnekler bu anlamda önemlidir. Burada önemli olan somut faydaların nasıl bir çizgide ele alınacağıdır. Ragnedda’nın verdiği örnek üzerinden gidilecek olursa, internet kullanımı, görüşme gerçekleştirilen ev kadınlarına daha iyi veya yüksek maaşlı bir iş imkânı sunmamaktadır. Böyle bir şeyi de zaten aramamaktadırlar. Egemen cinsiyet rejiminin kadına yüklediği ve kadınlar tarafından içselleştirilen görevler bir toplumsal eşitsizlik meselesi olarak ele alındığında, internet kullanımının ev kadınlarının hayatına getirdiği somut faydalardan bahsetmek mümkün değildir. Witte and Minnon’un (2010) Weberyen perspektifteki yaklaşımında da aynı durum söz konusudur. Hatırlanacağı üzere yazarlar, belirli çevrimiçi pratikleri üst sınıf pratikleri olarak ele almaktaydılar. Daha farklı bir

ifadeyle, belirli çevrimiçi pratikler yoksulların ve eğitim sermayesi düşük kullanıcıların gerçekleştirdikleri pratikler değildi. Yazarlara göre, internet bankacılığı kullanmak, bir ürün satın almadan önce onu internette araştırmak, internette yemek organizasyonu yapmak gibi çevrimiçi pratikler zaten ‘daha seçkin bir yaşam tarzı’ ile ilişkiliydi. Bu perspektiften bakıldığında, internet alışverişi yapanlar gibi istisnai bir-iki örnek dışında, görüşme gerçekleştirilen ev kadınlarının ‘seçkin’ çevrimiçi pratikleri olduğu söylenememektedir. Farklı bir başlık altında referans verilen, Arun ve arkadaşlarına ait, *Televizyon Alanında Yaşlı Ev Kadınlarının Tüketim Pratikleri* (2017) isimli çalışmada ulaşılan bulguların, bu bulgulara da ışık tutabileceği düşünülmektedir. Hatırlanacağı üzere yazarlar, hacimli sermaye sahiplerinin, kültür-sanat, tartışma, belgesel ve haber programları gibi daha seçkin kültürel ürünlere meylettiklerini ifade ediyorlardı. Asıl önemli olan ise, hacimli kültürel sermaye sahiplerinin, hiyerarşik olarak daha altta yer alan beğeni gruplarının tükettiği ürünleri de zaman zaman tüketiyor olmalarıydı. Hepçillik; yani seçkin, popüler ve sıradan beğenilere karşılık gelen programların bir arada tüketimi, daha hacimli kültürel sermaye sahiplerinin tekelindeydi. Buna karşın daha sıradan ve popüler beğeni grubunda yer alanlar bu tarz bir tüketim örüntüsüne sahip değillerdi. Daha yukarıda olanların zaman zaman aşağıya doğru hareket ederek tüketim örüntülerini çeşitlendirdiklerini söyleyen yazarlar, sınıfsal konumları itibarıyla daha aşağıda olanların tüketim örüntülerininse, daha tekçil bir karakterde olduğunu belirtiyordu (Arun vd., 2017, s. 395, 397). Bu tez araştırmasında farklı sınıfsal konumlarda bulunan bireylerin çevrimiçi pratiklerini veya internetle ilgili düşüncelerini karşılaştırma imkânı söz konusu değildir. Yine de, Arun ve arkadaşlarının dikkat çektiği noktaya değinmenin önemli olacağı düşünülmektedir. Çok spesifik örnekler dışında, ev kadınlarının genellikle yemek tarifleri veya el işi örnekleriyle ilgili siteleri takip ediyor olmaları tek başına onların çevrimiçi pratiklerini sıradan kılan unsurlar olmamalıdır. Aksine, onların çevrimiçi pratiklerini sıradanlaştıran kullanım çeşitliliğinin olmamasıdır. Yoksa, orta sınıfa mensup kadınların da benzer çevrimiçi pratiklere sahip olmaları olasıdır ve bu olasılık karşılaştırmalı çalışmalarla ortaya konulmayı hak edecek kadar değerlidir. Dolayısıyla, bu araştırmada kadınların çevrimiçi pratiklerini sıradanlaştıran unsur, onların gerçekte kim olduklarıdır. Çevrimiçi pratiklerin tekdüzeliği, düşük eğitim düzeyi ve yoksullukla beslenen toplumsal kökenleriyle anlamlı hâle gelmekte; meselenin yalnızca toplumsal cinsiyet örüntüleriyle ilgili olmadığını göstermektedir.

4.7.9. Uzakları yakın eden bir araç olarak internet: “Yemekten içmekten çok yani telefona önem veriyom; çünkü ailem burda değil.”

Tarihsel gelişimi boyunca İnternet, eğlence, araştırma, iş arama, müzik dinleme gibi farklı amaçlarla kullanılmasına karşın, en temelde, uzakları yakın kılan, bireyleri birbirine yakınlaştıran bir iletişim aracı olagelmıştır. Çeşitlenen kullanımları ise, aslında bireyin yeni iletişim araçlarıyla ilişkilene biçimi ve düzeyinden bağımsız değildir. Daha açık bir ifadeyle, eğlenme, iş arama, müzik dinleme, oyun oynama, ödev-araştırma yapma gibi farklı amaçlarla interneti kullanmak hem düzeyi kişiden kişiye değişen bir internet okuryazarlığı hem de internete erişimi mümkün kılan araçlara ve o araçları kullanma becerilerine sahip olmayı gerektirir. En önemlisi ise, eğlenmek için interneti tercih etme veya iş bulmak için internetin fırsatlarından yararlanma davranışının kendisi, bireyin yaşantısında yeni iletişim teknolojilerinin ne düzeyde bir yer edindiğiyle yakından ilişkilidir. Bu yüzden, kendi başına internet kullanmayı bilmeyen, biliyor olsa bile çevrimiçi davranışları çok sınırlı olan bireyler için internetin yegâne önemi uzakları yakın kılıyor olmasıdır. Özellikle Sevinç köyünde buna ilişkin bulgulara daha fazla rastlanmıştır. 2012’de çıkan 6360 Sayılı Büyükşehir Kanunu ile köy statüsünden mahalle statüsüne dönüşen Sevinç köyü kırsal özellikler göstermektedir ve sakinlerinin çoğunluğu çiftçilikle geçimini sağlamaktadır. Köy nüfusu genel olarak, Eskişehir’in yerlileri ile Erzurum ve Ağrı göçmenlerinden oluşmaktadır. Görüşme gerçekleştirilen Ağrı göçmenlerinde bir şekilde akrabalık ilişkileri mevcuttur ve hanelerde gözle de görülebilen derin bir yoksulluk hâkimdir.¹¹⁶ Özellikle bu köy sakinlerinde, memleketteki yakınlarıyla görüşmelerini sağlayan bir araç olması yönünden internete önem atfetme eğiliminin daha fazla olduğu görülmüştür. Aşağıda ifadeleri verilen, kendi Iğdır’lı ve eşi de Ağrı’lı olan kadın görüşmeci, düzenli bir gelirleri olmadığını eşinin de hemen hemen iki aydır “boş”

¹¹⁶Şenses (2014), yoksulluğun *görünen bir olgu* olduğu yaklaşımını benimseyen böylece mutlak yoksulluk çizgisi belirlemenin gereksiz olduğuna işaret eden çalışmaların mevcut olduğunu söyler. Bu yaklaşım fazladan bir araştırma ve ölçme yapılmaksızın, sadece yaşam koşullarının gözlemlenmesiyle, belirli toplumsal kesimlerin yoksulluk durumlarıyla ilgili çıkarımda bulunabileceğini kabul etmektedir. Şenses, yoksulluk durumunun çıplak gözle görünürlük veya sezgi gibi kıstaslara dayandırılmasının bazı eksiklikleri olduğunu kabul etmesine karşın, işsizlik, eğitimsizlik gibi sosyo-ekonomik sorunların; barınma olanaklarının ve sağlık-eğitim hizmetlerinin yetersizliği gibi olumsuz yaşam koşullarının yoğun olduğu yerlerde yapılan gözlemlerin yoksulların belirlenmesinde önemli ipuçları sağladığını ifade eder. (Şenses, 2014, s. 87-88)

olduğunu söylemiştir. Üç çocuklu bu aile, kızlarından birini doğumundan kısa bir süre sonra kaybetmiştir. Sohbetin farklı yerlerinde, memleketine, ailesine ve bekârkenki hayatına olan özlemini dile getirdiği gözden kaçmamıştır. “Benim ailem burda değil, sürekli konuşmam lâzım” ve “Yemekten içmekten çok telefona önem veriyom; çünkü ailem burda değil. Konuşuyoruz. Hepimiz yabancıyız” gibi ifadelerinden de anlaşılacağı üzere, memleketteki akrabalarıyla görüşmenin onun için ne kadar önemli olduğunu birden fazla kez vurgulaması, içinde bulundukları yoksulluğa karşın cep telefonuna, internete sahip olmanın onlar için ne kadar yaşamsal olduğunu gösterir: Cep telefonu bozulduğu için servise gönderen fakat servisin tamir için istediği neredeyse “bir telefon parası” ücreti karşılayamadığı için telefonsuz kalan bir kadın görüşmecinin ifadeleri oldukça kayda değerdir:

- Araştırmacı: İnternet var mı cep telefonunuzda?
- Görüşmeci (24. Kadın, kimliğe göre 40, evli, okur-yazar değil, Sevinç köyü): Tabi, tabi. Cep telefonunda buluyo mesela <eşinden bahsediyor>. Para yüklüyo buluyoo. Cumartesi pazarları bazen internet buluyor benim eşim. Nerde bulsa internet buluyo giriyo işte... (...) O da üç sendedir kendininkini almış <eşinin telefonunu üç yıl önce aldığını söylüyor>. O da servise gönderdi. Servis onunkini yaptı. Onunkini yaptı gönderdi, benimkini değil. Benimki valla öyle kalmış. Ben de dedim, “benim ailem burda değil, sürekli konuşmam lazım”. (...) O da, telefon bulamayınca annem beni akşam aradı “niye aramıyorsun?”. Dedim anne valla telefonum yok dedim. (...) Telefon bozuldi, yapamadım. Servise gönderdim, serviste para istedi, yani bi telefon parası istedi. O yüzden de yapmadım, dedim kalsın. Eşimin telefonuyla bazen açıyorum. (...) Telefonum şu anda yok, yani var, çalışmıyo.
(...)
- Araştırmacı: Kendiniz görüntülü arama yapmasını biliyor musunuz?
- Görüşmeci (24. Kadın): Yok yok, bilmiyorum. (...) eşim arayabilir. Ben yalan söylemiyorum, ben bilmem <hafifçe gülüyor>.
- Araştırmacı: Siz kaç yıldır akıllı cep telefonu kullanıyorsunuz?
- Görüşmeci (24. Kadın): Valla iki, iki üç yıl oldu yani. Çıktığından beri ilk evde kullanıyolar zaten. Akıllı telefon kullanıyolar. (...) Cep telefonu faturası bitti heralde ceyran ödüyoruz, su ödüyoruz vallaha. (...) “Önemli benim için. Benim ailem burda değil. Ee sürekli görüştüğüm için, annem hasta. Konuşuyom valla, ihtiyaçtır, her yerde (†) ihtiyaçtır telefon mesela. Öyle yani. (...) Yemekten içmekten çok yani telefona önem veriyom; çünkü ailem burda değil. Konuşuyoruz. Hepimiz yabancıyız <İğdır’da doğup büyüdüğü için böyle söylüyor. Ağrı’dan göç etmiş olanı eşi ve akrabalarını da dahil ediyor>.

Yine Sevinç köyünden bir erkek görüşmeci, sosyal medyadaki paylaşımlarla ilgili hoşuna gitmeyen noktalar olmasına karşın, uzaktaki akrabalarından haberdar olmasını sağladığı için sosyal medyayı “güzel” bulduğunu belirtmiştir. İnternet ona göre, insanın dünyaya sesini hızlıca duyurabileceği ve bu özelliği ile televizyonla kıyaslanması mümkün olmayan bir araçtır:

“(…) eleştirdiğim konular da var. Mesela diyom “görmemiş!”. “Daha yeni telefon kullanıyo, kalkıyo çocuğunun resmini atıyo”. Bana ne senin kızın doğum gününden?! Bana ne sen şu düğüne gitmişsin?! Ama en azından bir bilgi vermek için mesela (...) oradaki işte teyzelerin internet(in)e baktığı zaman “ha!” diyo. Ablamın kızı(nın) ya da eniştemin kızı(nın), bugün doğum günüyümüş. Bugün dünyaya gelmiş. Bugün büyümüştür, evlenmiştir... Yani öyle güzel yani... Ben de şimdi nerden size gidip televizyona haber bildirene kadar, internete at, dünya her tarafı seni duyar. Yani öyle güzel konular da var işte” (Erkek, 39, evli, ilkokul mez., inşaatta sıvacı, Sevinç köyü).

Yine buna benzer bir değerlendirme aşağıdaki gibidir:

“Mesela Facebook’a falan girdiğinde akrabalarının nerde olduğunu öğreniyorsun. Eskiden öyle değildi. Telefon açıp öğrenebiliyorduk” (38. Kadın, 39, evli, lise mez., ev kadını, Sevinç köyü).

Bu başlığın girişinde de belirtildiği gibi, internet kullanmayan/kullanmayı bilmeyen veya çok sınırlı bir kullanım düzeyine sahip olan bireyler için internetin önemi eş-dost, akraba ile haberleşmeyi sağlamasından, özellikle de görüntülü konuşmaya imkân vermesinden gelmektedir. Özellikle yaşlılar için böylesi bir imkanın çok daha fazla önem arz ettiği açıktır. Aşağıdaki ifadelerin sahibi olan 60 yaşındaki teyze, internet kullanmayı bilmiyordu ve evlerinde de internet bağlantısı yoktu. Fakat eşi, hem “elden düşme, 300 liraya” alınmış bir akıllı telefon sahibi hem de bir Facebook kullanıcısıydı. Kendi ise “eski modellerden” bir telefona sahipti. Ameliyat olan kız kardeşini rahatça görebileceğini düşündüğü için internet bağlatmak istediği anlaşılmaktadır ve internetin “iyi tarafı” gurbettekilerle görüşmeye imkân sunmasıdır. Bu teyzenin, “internetle ilgili ne düşünüyorsunuz?” sorusuna verdiği yanıt şöyledir:

“İnternete, kalsan şimdi bağlattırcam. Dışarda kız kardeşim beyin tasını açtılar. (...) Beş aydır yoğun bakımda. (...) Video çekerlermiş, böyle el ettiğini gördüm sadece. (...) Oğlumun interneti var cep telefonu; onda görüntülü görünme için. (...) Haberleşme, bi gurbetçileri görüştirmek iyi. İyi tarafı dışardakılarla görüşme” (11. Kadın, 60, diplomasız okur-yazar, ev kadını, Gündoğdu mah.).

İnternet, anlamını sadece uzaktaki aile bireylerini yakın kılmasından değil, aynı zamanda sosyal medya ortamları aracılığıyla eski arkadaşları vb. bularak tekrar iletişim kurma imkânı sağlamasından da almaktadır. Özellikle orta yaş ve üzerindeki internet ve sosyal medya kullanıcılarının bu konuyu vurguladıkları görülmektedir. Bu noktada da, “geçmişe özlem”, “görünenler üzerinden farklı hayatları kıyaslama”, “kendileriyle benzer durum ve düşüncede olanları görünce mutlu olma” unsurlarının öne çıktığı anlaşılmaktadır:

(...) Mesela okul arkadaşı, ben, hani, başıma gelen bi şeyi anlatım. Mesela kırk, kaç, on beş yirmi senedir okul arkadaşımı görmedim ben. Mesela şeyde, feysbuktan okul arkadaşım ile tanıştık, hani tanıştık, buluştuk, buluştuk, kaynaştık... Hani o yönden iyi sosyal medya” (15. erkek, 41, bekâr, ortaokul mez., emekli).

“(...) gurbette olduğum için uzaktakinleri, yakınlaştırıyo diye şey yapıyom. Görüntülü olarak, konuşabiliyoruz. (...) Ben ilkokul öğretmenlerimi bile buldum. Hepsine istek attım. Kabul ettiler sağ olsunlar! (...) Mutluyum. Eski arkadaşlarım, mesela ben o arkadaşlarımı çok çok arıyom. Daha hâlen de rüyama giriy o bazen. Sınıfta oturuyom arkadaşlarım orada, onlara defter atıyom. Beyaz masa, sıralar... Ya o şu an mesela resimlerini görüyom ama yıllar sonra, üzülüyorum ya! “Bunlar niye böyleydi?” diye. Kimisi bilmiyom, mutlu, kimisi mutsuz. O yüzden yani bir yandan da iyi oluyor yani eski arkadaşlarım. Hani bir bakıyom onlar da gerçekten bak! Birkaç tane arkadaşım ya yani hemen hemen 10-15 kişiye istek attım. Mesajlaştık. Eskilerden hani, “sadece ben mi böyle düşünüyorum?” diye, çok merak ediyom. Mesajlaştık, baktım, hepsi de gerçekten benim gibi düşünüyö.” (19. Kadın, 28, evli, ortaokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.).

“Yani olumlu olaraktan şeyler, hani eş-dostum çok oldu. Yani olumsuz yerleri de var, yani bağımlılık yapıyor insanda. (...) Gruplarımız var, arkadaşlarım mesela ilkokul arkadaşlarımı yeniden burada gördüm. Artık yeniden şey yaptık, samimiyetimizi şey yaptık yani” (35. Kadın, 51, eşinden ayrı yaşıyor, ilkokul mezunu, evlere temizliğe gidiyor, Emek mah.).

Saha araştırmasına katılan neredeyse herkes için internetin “iyi tarafları” ve “kötü tarafları” şeklinde ifade edilen bir yarılmanın varlığından, bir nevi internetin diyalektiğinden söz etmek mümkündür. İnternetin tehlikelerine ilişkin algılarla ilgili bölümde daha net görülecek olan bu yarılmada bahsi geçen “taraflar”dan birinin diğerinden daha önde olduğuna dair bir tercih yapıl(a)madığı sezilmiştir. Araştırma yapma, günlük iletişimi sağlama, uzaktaki aile yakınlarıyla haberleşme, gündelik yaşam pratiklerinin uzantısı olarak el işi örneği veya yemek tarifi bakma vb. davranışların yanı

sıra, “dışarıda olup bitenlerden haberdar olma” anlamında internet, bireylerin görece küçük toplumsallaşma çevrelerinden uzağa adım atmalarını sağlayan bir ortam sunmaktadır. İçerikleri “kaçırılabilen” bir araç olan televizyonun aksine internetin, içeriğe ulaşma anlamında kontrolü kullanıcıya veren yapısı sayesinde de bir özgürleşme alanı olarak algılandığı düşünülmektedir. “İnternet aslında hiç önemli değil ama bi yönden de bence çok önemli bi şey” diyen aşağıdaki görüşmecinin yaklaşımı, işte internetle ilgili yapılan değerlendirmelerin çoğunluğunda görülen bu iki taraflı bakış açısının bir örneğini yansıtmaktadır:

- Görüşmeci (6. Kadın, 32, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.): (...) Ya bizim, onların hayatımıza katabilecekleri en fazla dışardaki arkadaşlarla görüşmemizi sağlıyo, sadece o kadar. Bi de haber alamadığımız, iletişimlerle birlikte, feysten olsun, instagramdan olsun, takip ettiğimiz konuları haberleşiyoruz ancak. (...) İnternet aslında hiç önemli değil ama bi yönden de bence çok önemli bi şey.
- Araştırmacı: Ne açıdan önemli mesela?
- Görüşmeci (6. Kadın): Ne açıdan? Şöyle nasıl diyim, ben size nasıl ifade etsem? Ne olup bittiğini öğreniyosunuz, hani kaçırdığınız haber programlarında olup bitenleri, dışarda olup bitenleri görüyorsunuz.

Buraya kadar ki her bir bulgu, gerçekte internetin herkesin hayatında az veya çok bir yer kapladığını göstermektedir. İnternet kullanıcısı olsun veya olmasın, yeni iletişim teknolojileriyle dolayımlanmış küresel dünya, her sosyo-ekonomik statüden insanın yaşamına bir şekilde dokunmuştur. “Bilmiyom yavrum, internet bilmiyom ki” demesine karşın, hasta kız kardeşiyle oğlunun telefonundan görüntülü konuştuğu anlaşılan 60 yaşındaki teyzenin, “video çekerlermiş, böyle el ettiğini gördüm sadece. (...) Oğlumun interneti var cep telefonu; onda görüntülü görünme için” şeklindeki ifadeleri bu duruma çok açık bir örnek teşkil etmektedir. Yine, tüm yoksulluklarına karşın, “Cumartesi-Pazarları bazen internet buluyor benim eşim. Nerde buluyosa internet buluyo giriyo işte...” sözleri internete verilen öneme işaret etmektedir. Benzer şekilde, internet ve akıllı telefonlar için “günlük bir parça gibi yani özel bir şey değil. Günlük yani. Kalkıyorsun, bunları <akıllı telefonu kastediyor> açıyorsun, ‘Ne var ne yok?’ hemen hop açıyorsun! Günlük bir şey yani” sözleri ilk anda lise-üniversite çağlarındaki bir gencin ağzından çıkmış izlenimi uyandırır da, aslında sözlerin sahibi 51 yaşında, ilkokul mezunu bir kadın kullanıcısıdır. Aynı zamanda, bu bulgular, erişimin görece sorun olmaktan çıktığıyla ilgili alanyazını destekler niteliktedir. Çevrimiçi davranışların farklılıkları, kullanım becerileri

ve medya-okuryazarlığı düzeyleri dijital eşitsizlik meselesinin dışarıdan bakıldığında çok net görülmeyen taraflarıdır; fakat erişim ve sahiplikle ilgili sorunları görece çözen bölgeler için kritik öneme sahip olan konulardır. Bu konular ilerleyen bölümlerde daha ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

4.7.10. Erkekler internette neleri arıyor?: “Türkiye’de ve dünyada olan olayları daha önden duymak iyidir.”

“İnternet hayatınıza ne kattı? veya “internetin sizin için anlamı nedir?” sorularının erkeklerdeki karşılığının, kadınlardan farklı olduğu anlaşılmıştır. Erkeklerin internete yükledikleri anlamı, “Türkiye’de ve dünyadaki olayları daha önden duymak”, “güncel haberleri” takip etmek, “haber olsun, sipor (spor) olsun, genelde her şey bakımından” hayatı kolaylaştırdığı şeklindeki ifadelerle ilişkilendirdikleri anlaşılmıştır. Kadınlarda da benzer bir ilişkilendirmenin hiç olmadığı söylenemez değilse de, kadınların haberlerle ilişkili yanıtlarda kısaca “çocuk kaçırma haberleri” şeklinde ifade edilebilecek spesifik bir haber türünün öne çıktığı görülmüştür. Daha önce de belirtildiği gibi, bu yoğunlaşmanın saha çalışmasının gerçekleştirildiği dönemde üzücü bir şekilde sıklaşan çocuk kaçırma/öldürme olaylarıyla bağlantılı olduğu düşünülmektedir. Hatta görüşmelerin birinde, annesinin yanında bulunan bir kız çocuğunun “bizi sokağa salmıyolar” şeklindeki serzenişine ve annesinden önce soruyu yanıtlayan başka bir kız çocuğunun “haberleri öğreniyolar. Çocuk kaçırma olaylarını” şeklindeki ifadelerine de rastlanmıştır. Buna karşın kadınların yanıtlarında asıl öne çıkan unsurların, hane içerisinde, toplumsal cinsiyete dayalı bir işbölümü esas alınarak kadına tanımlanan görevlerle veya toplumsal yaşamda kadınla ilişkilendirilen pratiklerle bağlantılı olduğu görülmüştü. İnternet anlamını, yemek tariflerine, el işi örneklerine veya etkili temizlik ile ilgili ipuçlarına kolay ve hızlı ulaştıran bir araç olmasından alıyordu.

Buna karşın erkeklerin internet ile kurdukları ilişki farklı olup, internette ne aradıklarına dair verdikleri yanıtlardan bazıları aşağıdaki gibidir:

“Valla internet hayatı kolaylaştırıyor. (...) Yani haber olsun, sipor (spor) olsun, genelde her şey bakımından, her bakımdan...” (15. erkek, 41, bekâr, ortaokul mez., emekli).

41 yaşındaki bir erkek görüşmeciyeye ait yukarıdaki alıntıya bakıldığında, internetin hayatı --haber ve spor içeriklerine ulaşma noktasında-- kolaylaştırdığına ilişkin bir çıkarım yapılmaktadır. Sevinç köyünde yaşayan 39 yaşındaki erkek bir görüşmeciyeye ait

olan aşağıdaki alıntıda, internetin hayata olan katkısı, “Türkiye’de ve dünyada olan olayları daha önden duymak iyidir” ifadesiyle açıklanmaktadır. Askerlik yaptığı dönemlerde mektupla haberleştiklerini, buna karşın artık askerde bile cep telefonu kullanıldığını söyleyen Murat Bey’in, geçmişten bugüne gelişen iletişim araçlarını teknolojinin sunduğı olanaklardan biri olarak gördüğü anlaşılmaktadır:

“Vallahi benim hayatıma kattığı şey şöyle; e işte demin de söylediğim gibi sadece Türkiye’de ve dünyada olan olayları daha önden duymak iyidir. Yani ne bileyim? Yalan haber de olur ama en azından bi bilgimiz oluyor. Televizyon olmadığı zaman yani şöyle olmadığı zaman, elektrikler olmadığı zaman internete gir! (...) Öğrenebiliyosun. Eskiden yoktu! (...) Ee bilmem işte askerde olsun, benim zamanımda bile daha hâlâ biz mektup gönderirdik evlerimize, şu anda askerde bile cep telefonu kullanılıyor. (...) Google’dan arıyoruz. Yani mesela diyorum ki (...), ‘Eskişehir’de hangi olaylar olmuştur?’. Kendi ilimi ya da doğuda eşimin oturduğı yerde, babasının olduğı yerde ‘orada ne olmuştur?’. Ne bileyim? İşte birisi diyo ki mesela ‘Ağrı’da böyle olmuş’, ‘Deprem olmuş!’. Ne olmuş? Onu bir araştırırım yani. Google hesabında, ‘Acaba doğru muydu, yanlış mı?’ diye. Araştırırım, yani öyle bu şekil’ (4. Erkek, 39, evli, ilkokul mez., inşaatta sıvacı, Sevinç köyü).

Yukarıdaki alıntıda dikkat çeken bir diğerk nokta, internetin, “yalan haber olsa dahi en azından bir bilgi veren” ve bunu hızlıca gerçekleştiren bir araç olmasına yapılan vurgudur. Bu vurgu, Kadir Has Üniversitesi İletişim Fakóltesi’nde yürütölen, Türkiye’de sosyal medyada yanlış bilgi ve haber konulu araştırmayı hatırlatmaktadır. Söz konusu araştırmaya göre, katılımcıların haber olgusuna güven duymadıkları; bir haberin doğru olmamasını doğal karşıladıkları ve farkındalıklarının çaresizlik içeren bir kabul edişe dönuştüğü bulgulanmıştır (Koçer, 2 Nisan 2019). İşte, “yalan haber de olur ama en azından bi bilgimiz oluyor” ifadesinin, hem sosyal medyada hızlıca yayılan çarpıtılmış veya tamamen uydurulmuş haber içeriklerine yönelik bir farkındalık hem de çaresizlik barındıran bir kabul ediş içerdüğü düşünölmektedir.

41 yaşındaki bir başka erkek görüşmeci ise, boş zamanlarında taksicilik yaptığı için, harita bulmak ve adres sormak amacıyla internetten yardım almanın kendi açısından önemli olduğunu belirttikten sonra, diğerk erkek görüşmecilere benzer şekilde, güncel haberleri ve ekonomi haberlerini internetten takip ettiğini ifade etmiştir:

“Facebook’u işte sadece güncel <‘günlük kullanıyorum’ anlamında>... Bakıyorum, arkadaşları bir ‘beğendi’ yapıyorum. Eğer doğum günü varsa ‘hayırlı olsun!’ (yazıyorum)

veya önemli bir şeyler varsa sadece not edip fazla zaman harcamıyorum. Sadece ben interneti boş zamanlarımda taksi kullanıyorum. Haritaları falan bulmak, adres sormak hemen oradan kolay oluyor. Öyle kullanıyorum. Bir de güncel haberleri takip ediyorum, borsa verilerini falan. Finansal verileri takip ediyorum. Benim için kolaylık sağlıyor. Yani, medyayı sadece bana yararlı olacak şekilde kullanıyorum. (...) Ya, olumlu anlamı şudur; eğer senden çok uzaksa, şehirler veya mesela ülkeler, mesafesi uzaksa, sosyal medya çok güzel! İşte, ‘biz sizi özledik!’, ‘ailecek buradayız’, işte fotoğrafını gönderip işte, ‘güler yüzünüzü size gönderiyoruz’ gibisinden, ‘bayramınız kutlu olsun!’... Ama eğer iş, anne, baba, çok yakın akrabasıysa bilakis evine kadar gidip onların bayramlarını kutlamak veya o yaşlıların elini öpmek, daha güzel bence” (17. erkek, 41, evli, lise mezunu, emekli, Gündoğdu mah.).

35 yaşındaki bir baba ile gerçekleştirilen aşağıdaki diyalog, hem örneklemedeki evli erkeklerin evli kadınlardan görece daha çeşitlilik gösteren internet kullanım pratiklerini hem de fizik gerçeklikteki yaşamın çevrimiçi davranışlar üzerindeki belirleyiciliğini gösteren bir başka örnektir.

- Görüşmeci (5. Erkek, 35, evli, ilkokul mez., işsiz, Sevinç köyü): Vallahi bu devirde önemli! Bu devirde önemli çünkü her şey yani ne bileyim artık nefes almamız bile artık cep telefonuna bağlı oldu. (...) Ancak akıllı telefonun oldu mu her şeyini çözüyorsun. Yani her şeyi, yani yiyip içemiyoruz bir tek onun içinde, başka yani her şeyi içinde yapıyoruz.
- Araştırmacı: İnternete bağlanabildiği için mi önemli?
- Görüşmeci (5. Erkek): Tabii ki de! Bağlantı zaten olmadı mı komple Yeni Çağ’la Eski Çağ gibi oluyor. Yeter ki internet olsun! İnternet olmadı mı ta kii tekrar 80’lerden 2017’ye geliyoruz. (...) O olmasa mesela ben e-Devlet’ten mesela kendi gelmişimi, ne var ne yok hiçbir şeyini bile önceden bilemiyordum. Ta ki mesela Allah korusun bir icra geldi mi kapının önünde ‘Hoop! Ne icrası?! <heyecanlı bi şekilde>’... Ama şimdi bir icrayı birebir görülebiliyosun. Vergi borcunu birebir görebiliyosun. Her şeyini görebiliyosun. Mesela hastaneye git, sağlık kontrolünü, her şeyini görebiliyosun. Taa doktorun, ilkokulda aşı olduğum şeyi bile görebiliyorum ben şu an. (...) Çok hızlı ilerledi bir de yanlış ilerleyen yanlış ilerliyo bir de! İnternet bayağı bir bozdu! Ha, iyi yanı var mı? İyi yanı da var. İyi yanı mesela en azından ben buradan mesela memlekettekiyle konuşabiliyorum. Yüz yüze, canlı canlı konuşabiliyorum. Her şeyimi halledebiliyorum. Banka olsun, kendi çocuklarımla ihtiyaçları olsun. Yani kişisel bilgilerim üzerinden, çoluk çocuğum bilgileri üzerinden her şeyi yapabiliyorum.
- Araştırmacı: Orada, mesela bankacılık işlemleri de yapıyor musunuz?
- Görüşmeci (5. Erkek): Tabii!
- Araştırmacı: İnternet uygulamalarını kullanıyorsunuz?
- Görüşmeci (5. Erkek): Tabii tabii!

Görüşmeci, “nefes almamız bile artık cep telefonuna bağlı oldu. (...) yiyip içemiyoruz bir tek onun içinde” dedikten sonra, telefonları önemli kılan unsurun internet bağlantısı olduğunu eklemektedir. Babanın, internet bağlantısı olan bir telefon ile olmayan bir telefonu karşılaştırırken “Yeni Çağ” ve “Eski Çağ” benzetmesi yapması dikkat çekicidir. e-Devlet uygulamasını kullandığını belirtirken verdiği örnek, yoksulluk olgusuna ilişkin bir takım semboller barındırmaktadır. Bununla birlikte, bu ifadelerdeki önemli nokta, fizik gerçeklikteki yaşam ait unsurların, çevrimiçi davranışlara ve bu davranışları tanımlayan söz edimlerine yansıma gücüdür. Şu an işsiz olan baba, önceden icra memurları kapıya geldiği vakit şaşırdığını ama artık bunu e-Devlet uygulaması üzerinden görebildiğini belirtmiştir. Bu, tesadüf olarak nitelendirelemeyecek kadar özel ve önemli bir örnektir:

Araştırmanın nitel bulguları, internete yüklenen anlamın ve çevrimiçi davranışların cinsiyete göre farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Nicel bulgular da, haberleri takip etme amaçlı internet kullanımının erkeklerde daha fazla olduğunu göstermektedir. İnterneti haberleri takip etmek için “her zaman” ve “sık sık” kullandığını söyleyen kadınların oranı %21,1 iken; erkekler de bu oran %54,8’dir. Bu sonuçları, toplumsal cinsiyet örüntülerinden bağımsız yorumlamamak daha uygundur. Egemen cinsiyet rejiminde, özel ve kamusal alan kavramlarının, kadın ve erkek alanları olarak tanımlanması; özel alanın ev ile yani kadına ait; kamusal alanın ise ekonomik ve politik olanla, yani toplumsal yaşamda görünür olan erkeğe ait olarak kabul edilmesi (Demez, 2005, s. 32) şeklindeki fizik gerçeklikteki mevcut eşitsizlik örüntüleri, hiç şüphesiz hem bireyin yeni iletişim araçlarına yüklediği anlamı hem de çevrimiçi davranışları şekillendirmektedir. Bir erkek kullanıcının, sadece güncel haberleri takip etmek için değil, taksi şoförlüğü yaparken haritaya bakmak ve adres sormak için interneti kullandığını söylemesi, kamusal alandaki görünürlüğün ve bu görünürlüğün doğurduğu ihtiyaçların internet kullanım pratikleri üzerindeki yansımasıdır. Buna karşın, 28 yaşındaki iki çocuk annesi Nurhan’ın, “şurada bir komşum var, temizlik yapıyor. O da bana diyor “Nurhan, ömür biter, temizlik bitmez!”. Ömrün bitti mi, bil ki o zaman temizliğim de bitmiştir. Ama uğraşıyoz, yapmicaz mı? (...) Yani “Oturucam, boş boş bakcam”la olmuyor. Her şeyi artık onu da mı internetten yapalım de mi?” şeklindeki sözleri, bilhassa sosyal ve ekonomik statüsü düşük kadınların gündelik yaşamını çevreleyen bağlamı çok güzel anlatmaktadır. Daha açık bir ifadeyle, bu bulgular,

çevrimiçi davranışların bireyin fiziki toplumsal gerçekliğinden bağımsız kalmasının mümkün olmadığını bir kez daha göstermektedir.

4.7.11. Her şey çocuklar için: “Çocuklarım olmasa almazdım.”

Çocuklu ailelerin hanedeki yeni iletişim araçlarına gerekçe olarak çocuklarını göstermeleri, sahada gözlemlenen bulgulardan bir diğeridir. “Ödev için”, “çocuklar için”, “çocuklarım olmasa almazdım” şeklindeki ifadelerle çok sık karşılaşılmıştır. Bununla birlikte, her aile bireyinin, akıllı telefon ve internet başta olmak üzere, yeni iletişim araçlarıyla bir şekilde ilişkisi olduğu ifade edilebilir. Benzer bulgulara, yine Ergül ve arkadaşlarının çalışmasında da rastlanmıştır. Yazarlar, bilgisayar ve internet sahipliğinin gerekçesi olarak çocuklar gösterilse de, bütün aile bireylerinin interneti daha çok ‘kişisel’ amaçlarla kullandığını belirtmektedir (Ergül vd., 2012, s. 129).

İnternetin hayatına olan katkısından bahseden 32 yaşındaki bir anne, öncelikle “çocuklarımız için” ifadesini kullanıyor, arkasından ise sosyal medya ortamlarındaki iletişim pratiklerinden kısaca bahsediyor. Aynı anneyle gerçekleştirilen görüşmenin farklı bir yerinde, şu an için internet bağlantısını akıllı telefonlarla sağladıklarını; fakat oğlu internete kafeye gittiği ve bu durumdan tedirgin oldukları için, “en azından gözümüzde olsun” diyerek, eve internet almaya karar verdiklerini belirtiyor:

“İnternet hayatımıza kattığı şeyler, genellikle bizim için önemli olan ödev için... (...) Çocuklarımız için. (...) bizim onların hayatımıza katabilecekleri en fazla dışardaki arkadaşlarla görüşmemizi sağlıyo, sadece o kadar. Bi de haber alamadığımız, iletişimlerle birlikte, feysten olsun, instagramdan olsun, takip ettiğimiz konuları haberleşiyoruz ancak.” (6. Kadın, 32, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

Yukarıdaki görüşmede, belki dikkate değer görülebilecek bir nokta da, internetin, annenin hayatına kattığı şeyler varsa bunların neler olduğunun anlaşılması amacıyla sorulmuş bir sorunun, internetin çocuklar için önemi vurgulanarak yanıtlanmış olmasıdır. Ayrıca, “benim için önemli olan” şeklindeki bir ifade yerine, “bizim için önemli olan”, “hayatımıza kattığı şeyler” gibi ifadelerin kullanılması benlik kurgusunun, hanenin bütünü üzerinden yapıldığını göstermektedir. “Evinizde internet bağlantısı var mı?” sorusu üzerine, “şu anda yok ama bağlatmak üzereyiz” yanıtını veren kadın görüşmecinin ifadelerine göre, evdeki tek akıllı telefon kullanıcısı da kendisidir. Eşi, kendi ifadesiyle

“tuşlu” telefon kullanmakta olup iki çocuğu ise telefon kullanmamaktadır. Çocukların yeni iletişim araçlarıyla ilişkisi konusunda annenin otoriter bir tavır sergilediği gözden kaçmamıştır ki bu eğilim birçok anne-babada görülmüştür. Birçok aile, internetin hayatlarındaki önemini veya yeni iletişim araçlarına olan sahiplik gerekçelerini çocuklarıyla ilişkilendirse de, aynı zamanda onlara internetten gelebilecek zararlar konusunda oldukça tedirgindirler:

- Görüşmeci (18. Erkek, 40, evli, ilkokul mez., fabrikada işçi, Gündoğdu mah.): Ben, işte bile telefonsuz dayanamam. (...) Ben bunların <kızını gösteriyor> sesini duyacağım. (...) Siz, annenizi, babanı ya da anneniz, babanız sizi bir gün aramasa ne olur? Hasta olur değil mi? Ya da siz, yavrunuz varsa. Doğru mu? O sesi duyacaksınız. Bitti. Ya telefon çok güzel bir şey bunlar için, çok güzel bir şey. Anlayana... (...) Şimdi aklıma bir şey-... dinî konuda çok faydası var bunun. Dinî konuda mesela bilmediğim bir şey, mesela ne diyeyim? Diyelim ki istişare! Biz şimdi ne yapıyoruz? İstişare yapıyoruz, değil mi? Sen istişare yapıyorsun. Mesela ben oğlana desem ki “ya oğlum istişare yapalım”, istişare ne? Girecek istişareyi yazacak. Oradan öğrenecek onu, sözcük olarak. (...) bilgi edinmek! İyi konuda, güzel ahlâk konusunda, edep konusunda, aile konusunda... Zaten ama şu da var güzel bir kanallar seyrederse, o da internet gibi veriyor zaten. Anlayana...”
- Araştırmacı: Tek cümleyle internetin sizin için anlamını söylemenizi istesem, ne dersiniz?
- Görüşmeci (18. Erkek): Tek kelimeyle, yanlış anlamayın beni de... Eğer ki çocuklarım olmasa almazdım. Çocuklar için. Heh! Ama bir yere kadar! Şimdi ben alırım, hani çocuklara anlatırım. Oğlum internetten uzak-... fazla girme, önce dediğim gibi edep, ahlâk, adap, ders, ödev... Muhabbet, sohbet az bir miktar... Ama bakıyorum ki hep yükleniyorlar, yükleniyorlar ondan sonra kapatıyorum.

Yukarıdaki sohbet iki çocuklu bir baba ile gerçekleştirilmiştir. Daha önceki anneyle benzer şekilde, internetin kendi için ifade ettiği anlamı, “eğer ki çocuklarım olmasa almazdım. Çocuklar için” cümleleriyle açıklamıştır. Bununla birlikte, yeni iletişim araçlarının kişisel amaçlı kullanımları ile çocukların aşırı kullanımından korkulduğunu gösteren ifadeler burada da söz konusudur. Görüşmecilerin internetten gelebilecek tehlikelere ilişkin algıları bir sonraki başlıkta verilecektir. Ebeveynlerin çocukları için duydukları endişenin nelerden beslendiği, endişenin sadece çocuklarla ilgili olup olmadığı soruları önemli görüldüğü için, bu tartışmanın ayrı bir başlık altında yapılması uygun görülmüştür.

4.7.12. Ahlaki endişenin kaynağı olarak internet

Bireylerin yeni iletişim teknolojilerinin etkilerine yönelik duydukları endişenin kaynağı, bu teknolojilerle olan ilişki biçimlerine göre değişmektedir. Bu noktada belirleyici olan önemli bir diğer unsur elbette sosyo-demografik özelliklerdir. Alanyazında vurgulandığı ve saha araştırmasında da bulgulandığı üzere, sosyo-demografik özellikler yeni iletişim teknolojileriyle olan ilişkinin biçim ve düzeyini önemli ölçüde etkilemektedir. Bundan dolayı, yeni medya karşısında duyulan endişenin kaynağına ilişkin bulgular iki alt başlık hâlinde sunulmuştur.

4.7.12.1. Ebeveynler için endişenin kaynağı: “Çocuğun başına bi şey gelirse ben ne dicem?”

Hatırlanacak olursa, yeni iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkilerine yönelik, iki farklı yaklaşım söz konusuydu. Bunlardan biri, modern sosyal teorideki ilerlemeci gelenek ile örtüşen, dolayısıyla da internet/enformasyon çağında toplumların daha özgür ve demokratik olacağını savunan, *teknolojik belirlenimci* yaklaşımdı (Bozkurt, 2000). Diğer uçta ise, teknolojinin de toplumsal olarak inşa edildiğini, bu yüzden yeni iletişim teknolojilerinin tek başına değişim ajanı olamayacaklarını savunan görüşler vardı (Bozkurt, 2000; Dolgun, 2011). İki uçtaki bu bakış açıları görüşmecilerin yeni iletişim teknolojilerine olan yaklaşımlarında da net bir şekilde görülmektedir. İnternetle ve diğer yeni iletişim araçlarıyla olan ilişkileri çok sınırlı düzeyde olan bireylerin dahi, bu teknolojilere ilişkin algıları “internetin güzel yönleri de var, kötü yönleri de!” şeklindeki ifadelerle karşılık bulmaktadır. Bir taraftan çocukları için eve internet alan ebeveynlerin bir taraftan oradan gelebilecek olası zararlara karşı endişe duymaları, yine bu iki farklı uçta yer alan bakış açısının izlerini taşımaktadır. Ebeveynlerin, çocuklarının internet kullanımından duydukları endişenin birbiriyle ilişkili olduğu düşünülen farklı kaynakları vardır. Örneğin, anne veya babalarla gerçekleştirilen görüşmelerde, eve internet ve ona ulaştıracak araçların alım gerekçesi olarak büyük ölçüde çocuklar gösterilmekteydi. Hatta bir babanın, eskisi kırıldıktan sonra aldıkları LED ekran televizyon için, çocuklarını işaret ederek, “sırf bunlar için, boynu bükük kalmasın” şeklinde sarf ettiği sözler önemlidir. Ebeveynlerin de elbette, az veya çok, yeni iletişim teknolojileriyle ilişkisi vardı, fakat ‘çocukların çok istemeleri’, ‘dersleri’, ‘ödevleri’ öne sürülen gerekçelerde ilk sıralarda yer almaktaydı. Buna karşın, ebeveynlerin nitel görüşmelerde kullandıkları ifadelerden,

‘çocuklar için’ haneye sokulan yeni iletişim araçlarının, onlar adına duyulan endişenin de temel kaynağını oluşturduğu anlaşılmaktadır.

Örneğin, okuryazarlığı olmayan ve internet kullanmadığını belirten bir anne, internetin bir taraftan çocuklarının ödevleri için faydalı olduğunu söylüyor, diğer taraftan da çok vakit harcamalarından yakınıyor. Evde internet bağlantısına sahip değiller, bu sebeple anne, interneti “amcasından alıyor” diyor oğlu için. Sevinç köyünde, özellikle akrabalığı olan hanelerde ortak internet kullanımı dikkat çekici düzeyde.

“Odayı kapatıyor üstüne. Çocuğun başına bir şey gelirse ben ne dicem?” şeklindeki cümlelerinden de anlaşılacağı gibi, yeni iletişim araçlarının daha çok kişisel olarak kullanımı sık gözlemleniyor. Bu, ebeveynlerin kontrollerini sınırlayan bir unsur olup buna bir de ebeveynlerin dijital becerilerinin sınırlılığı da eklendiğinde endişenin düzeyi daha çok artıyor. Nitekim anne, araştırmacının yönelttiği, “internet kullanmayı biliyor musunuz?” sorusuna, “Ben bilmiyorum vallahi! (...) Çocuklara soruyorum, bana anlatıyorlar. Ne biliyorum ne de şimdi okumam-yazmam yok, bilmiyorum” yanıtını vermiştir. Buna karşın, yeni iletişim araçlarıyla ilişkisi daha fazla olan ebeveynlerin çocukları üzerindeki kontrollerinin süreklilik gösterdiği de gözden kaçmamıştır:

- Görüşmeci (33. Kadın, 39, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü): Çocuklarım için ödev tarafından düşünüyorum ama çocuğum bir pazar günü evde kalırsa sabahtan akşama kadar çıkamıyor. Çünkü bazen amcasından alıyor, içeri giriyor, çıkmıyor.
- Araştırmacı: Cep telefonundan mı?
- Görüşmeci (33. Kadın): He! Şimdi bilgisayarı da var, giriyor, buldu mu çıkmıyor evden.
- Araştırmacı: Amcasının internetine mi bağlıyor?
- Görüşmeci (33. Kadın): Bazen bilgisayarın şifreyi kırıyor, giriyor. Ben de kavga da ediyom yani gizlice amcası kendi de verse, anlayabilirse hemen kapatıyor, değiştiriyor şifreyi. Çocuk giriyor yani. Bu zamandaki çocuk sanki benden mi korkacak? (...) babasına ısrar ediyor, ‘Baba sen bilgisayar almışın, bizim dersler var, internet de çek!’ diye. Ben istemiyom.
- Araştırmacı: Maddiyattan dolayı mı yoksa istemediğiniz için mi?
- Görüşmeci (33. Kadın): Vallahi çocuklar için istemiyom. (...) Çünkü kötü alıacaklar. Geçen haberde çıkmış, geçen değil de 1-2 ay önce de vardı, çocuğu gitmiş, oyuna girmiş. Çocuk gitmiş kendini öldürmüş. (...) O yüzden ben de korkuyorum, diyorum, ‘Bunlar (çocuklar) odadan çıkmıyor’, ben ne bilem? Var mı yok mu? Odayı kapatıyor üstüne. Çocuğun başına bir şey gelirse ben ne dicem? Babası da o yüzden diyor, ‘Biraz daha kendi çalışsınlar, biraz daha büyüsünler’. Her şeyi anlayabilirsin de kendim yapamam. Benim büyük oğlan diyor, ‘Ben kazanır kazanmaz, ben telefona interneti çekecem!’ diyor. İstiyor, çok istiyorlar.

Aşağıdaki babanın ifadelerindeyse öncelikle bir yakınma ön plandadır. Evlerinde internet bağlantısı olmamasına rağmen okulun wi-fi şifresini kırarak, “sabahtan beri” arkadaşlarıyla oyun oynayan oğlundan şikâyet etmektedir. Bu şikâyetlerin arasına, “Facebook’ta arkadaş yani iyi bir şey değil” ifadelerini de sıkıştırdığı görülen baba, araştırmacının sorusu üzerine, çocuklarının en çok kötü amaçlı insanlar tarafından kandırılmalarından, kaçırılmalarından korktuğunu belirtmiştir.

- Görüşmeci (4. Erkek, 39, evli, ilkokul mez., inşaatta sıvacı) : (...) Mesela bugün Eskişehir’de yani ne bileyim? Kaza olmuştur ya da sel basmıştır. Onun peşinden gitmezler de ‘Acaba nerede bir oyun var?’, ‘Arkadaşlar, gençler neye takılıyor?’, ‘Neye alışveriş yapıyorlar?’ onların peşine gider. Aha Facebook’ta arkadaş yani iyi bir şey değil! Evet. ‘Neden?’ dersiniz, yani kimseye güvenilmez bu devirde. Yani Facebook’ta, söylemesi ayıp, erkek olsun kız olsun. Tanışıyorlar, oraya gidiyorlar, buraya gidiyorlar. Ucu çıkmaz işlere giriyor. Yani internetin güzel yönleri de var, kötü yönleri de! (...) Dışarıda sabahtan beri, daha gelmemiş eve. Ben geldim burada işte aşağı indim, kahveye arkadaşın yanına uğradım. Bir geldim, baktım yemek yapıyor, yiyor. ‘-Oğlum ne yapıyorsun’ – ‘Baba yemek yiyom!’ . Daha çıkış o çıkış! Daha gelmemiş. Saat 6’ya geliyor, daha eve gelmemiş beyefendi. Ya, hep internetin yüzünden! Yani şu anda okulun oraya gitsem, kesin PUBG oynuyorlardır. (...) E ben müdür beye de telefon açtım, dedim ‘Hocam, böyle böyle!’ . Diyor ‘Ya biz baş edemiyoz ki!’, ‘Nasıl yapıyor?’ . Bir uygulama varmış internette. İndiriyorlarmış. (...). Gece 12’ye kadar gelmiyorlar.

(...)

- Araştırmacı: Çocuklarınız için ya da genel anlamda internette en çok neyi tehlikeli bulursunuz?

- Görüşmeci (4. Erkek): Ee-... Ben özellikle çocuklarım için yani ne bilim, böyle bir şebeke tarafından kandırılması. Yani ne bilim böyle bir uyuşturucu batağına girmek, çocuklarımı kandırıp, götürüp ileride ne bilim, böbreğini satmak... Başkasına pazarlamak yani bilemezsin. Adam iyi huyludur ı- oraya işte adam çıkıyor diyor ki- kız çocuğunun resmini atıyor ya da kızının resmini atıyor, başka bir bayanın resmini atıyor, halbuki onun altında neler olduğunu bilmiyorsunuz. Mafyacı mıdır, uyuşturucu mudur, hapçı mıdır? Çocuğunu götürüp satacak mı? Yani ben çocuğuma da şunu söylüyom; ‘Kesinlikle internette olduğunuz arkadaşlarınızla-...’ yani ‘Ben İstanbul’dayım, sen Eskişehir’desin. Gel şurada, Bursa’da buluşalım!’ diye, ben ‘Kesinlikle benden habersiz bir yere gitmeyeceksiniz! Her şeyin altına da yorum yapmayacaksınız!’ .

Gündemde olan konuların ebeveynlerin endişelerini tetiklediği görülmektedir. Daha önce de bahsedildiği gibi, saha çalışmasının yürütüldüğü sıralarda arka arkaya

yaşanan çocuk kaçırma olayları ile ‘Mavi Balina’ isimli bilgisayar oyunuyla ilişkili çocuk ve genç intiharları, ebeveynlerin internet ve tehlike ilişkisini kurarken sık referans verdiği örneklerdir. Cinsellik barındıran içeriklerde, duydukları endişenin bir diğer kaynağıdır:

“(…) affedersiniz, çok pis içerikler var. Çoluk-çocuk... Öğrenmesini de istemiyorum. Alışmasınlar daha iyi. Görmesinler. Çekirdekten görmesinler. Büyüdüklerinde akıl eder” (5. Erkek, 35, evli, ilkokul mez., işsiz, Sevinç mah.).

“Ya şimdi mesela bazen yani oğlum, durduğu yerde değişik hareketler, değişik konuşmalar... E ondan sonra bazen bu oyunlar falan var, işte çocukları ölüme sürüklüyor. (...) ‘Mavi Balina’, evet. Bir de ‘kız çocuğu’¹¹⁷ mu var? Öyle bir şey... Onlar bazen beni tedirgin ediyor. (...) Bir de bunlar oyun oynarken sürekli reklam çıkıyor. Cinsel içerikli reklamlar falan. Oğlan da öyle, geçiriyor. Kız bazen tıklıyor ona. (...) Bilmiyor, açıyor. Ondan sonra geliyor bana ‘Anne, ben ayıp bir şeyler izledim’” (19. Kadın, 28, evli, ortaokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.).

“Gün aşırı felan bakıyorum. Zaten o daa hani, artık, uzun zamandır kullandığı için, biliyom ne yaptığını. Genelde WhatsApp’ta arkadaşlarıyla yazışıyor. işte, instagramda kedi vidyoları, hayvan vidyoları felan... Girip çıkıp, odasının kapısını da örtse, ben girip çıkıp kulağım onda zaten. Bi de çok meraklı bi çocuk. (...) 11 yaşına girdi, çok meraklı... Yani korkuyom her şeyi araştırır, başka şeylere girer, merak eder, bakar... Bi de şimdi ortaokula başladı. Ordan duyar, arkadaşı şöyle der, kafasını karıştırır, gelir tekrar bakar...” (7. Kadın, 35, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

Yeni iletişim araçlarının, daha çok kişisel olarak kullanılan araçlar olması durumunun çocuklara, ergenlere ve gençlere hane içi denetim mekanizmalarından kaçma noktasında bir özgürlük sağladığı doğrudur. Ebeveynler tarafından bakıldığında ise, bu,

¹¹⁷‘Kız çocuğu’ ifadesiyle, 2018 yılında WhatsApp üzerinden yayıldığı iddia edilen ‘Momo’ isimli bir oyun kastedilmektedir. Uzun saçlar, altında morluklar olan patlak gözler ve gülümsüyor olmasına rağmen onu görende korkutucu hisler uyandıran bir yüzle sembolleşen bu oyunla ilgili farklı haberler yapılmıştır. *BBC News-Türkçe*’nin haberine göre, Meksika’da internet suçlarıyla ilgilenen polis birimi, Momo’nun bir sosyal medya grubu olarak başladığını belirtmiştir. Aynı haberde, Momo’ya mesaj atan kullanıcıların cevap olarak şiddet ve tehdit içerikli mesajlar aldıkları; fakat Momo’nun tam olarak ne olduğu ve nasıl ortaya çıktığına dair kesin bir bilginin olmadığı ifade edilmektedir. ‘Momo’ karakteri ile özdeşleşen bu korkunç yüzün, 2016 yılında Japonya’da bir müzede sergilenen “kuş kadın heykeli”ne ait olduğu belirtilmektedir. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-45004722> (Erişim tarihi: 31.05.2020). ‘Teyit.org’ isimli haber doğrulama platformu ise, “Medya uydurma oyun Momo’yu nasıl gerçeğe dönüştürdü?” başlıklı yazısında oyunun gerçekliğiyle ilgili bir kanıtın olmadığını ifade etmektedir (Yıldız, 13 Mart 2019). Birçok ülkede ‘Momo’yla ilgili endişe uyandıran ve uyarı içerikli bu kadar fazla haber yapılmasının bir nedeninin de, yakın dönemlerde ‘Mavi Balina’ oyununa bağlı olduğu düşünülen intiharların artması olduğu belirtilebilir.

kontrolü ve denetimi zorlaştıran, endişeleri arttıran bir durum olarak görülmektedir. Kontrol ve denetimden kaçmak söz konusu olduğunda, çocuk ve gençlerin yaratıcı oldukları anlaşılmaktadır. Yeni, küçük, taşınabilir ve akıllı telefonlar gibi tek bir kişinin mülkünde olan iletişim araçları çocukların işlerini kolaylaştırırsa da, masaüstü bilgisayarlar döneminde de kontrol ve denetimden kaçmanın farklı yollarını buldukları görülmüştür. Örneğin, Ergül ve arkadaşlarının (2012, s. 134) kent yoksulları ile ilgili yaptıkları etnografik araştırmada, diğer aile üyeleriyle aynı odayı paylaşmak zorunda kalan çocukların, bilgisayar ekranını çoğunlukla kapıya ters olarak konumlandırırdıkları, böylece anne-babanın denetimini geciktirerek ödev yaparken bir taraftan arkadaşları veya sevgilileriyle rahatça yazışabildikleri ifade edilmiştir.

Dolayısıyla, yeni iletişim araçlarıyla ilgili ebeveynlerin duydukları endişenin kaynağı, çoğunlukla çocuklarına gelebilecek olası zararlardır. Anne-babalara göre, bu zararlar kimi zaman sanal ortamda tanıştıkları bir insandan, kimi zaman tehlikeli olduğu medyadaki söylemler üzerinden kanıtlanmış bir oyundan, kimi zaman cinsel içerikli yayınlardan, kimi zamanda derslerle aralarına giren mesafeden gelebilir. Bu noktadaki önemli husus, ebeveynlerin dijital becerilerinin zayıflığıdır. Örneğin aşağıdaki görüşme internet deneyimi oldukça zayıf olan iki anne ile gerçekleştirilmiştir. Bu sohbette, ‘Mavi Balina’ gibi tehlikeli bilgisayar oyunlarından konu açılmasıyla birlikte, anneler ve odada bulunan çocuklar arasında gelişen diyalogun önemli olduğu düşünülmektedir. Sohbetle görülecektir ki, çocuk ve ergenlerin yeni teknolojiler konusunda kendilerine duydukları güven, çevrimiçi risklere karşı onları daha savunmasız hâle getirmektedir. Ek olarak, annelerin duydukları endişe ve korkunun büyük bir bölümünün, kendi çevrimiçi deneyimlerinin ve dijital becerilerinin zayıflığı olduğu düşünülmektedir.

- Araştırmacı: Siz oynarsınız değil mi oyun? <salondaki çocuklara yöneltiliyor>
- Çocuk-3: Ooo... <bu ifadeyi ‘hem de çok’ der gibi kullanıyor>
- Araştırmacı: Bu tehlikeli oyunlara karşı... <lafımı kesiyor>
- Çocuk-2: Tehlikeli oyunlar ben oynamıyorum da, ‘Şans 19’ diye oynadığımız bi oyun var onu oynuyoruz kardeşimle.
- Görüşmeci-1 (27. Kadın, 38, evli, ilkokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.): Tehlikeli oyunlar yok artık heralde dimi? <onaylanmak isteyerek yöneltiyor soruyu>
- Çocuk-1: Ben ‘Momo’yu bi kere yükledim yanlışlıkla. (...) Ben onu yükledim bi kere. Sonra böyle yürüyo felan, mesaj felan atıyo...

- Görüşmeci-2 (28. Kadın, 34, evli, ilkokul mezunu, ev kadını, Gündoğdu mah.): İnsan mı o ne?
(...)
- Çocuk-2: Ben onun vidyosunu (video) izledim. Hatta beraber izlemiştik. Bi tane biri yüklüyo o oyunu, böyle ses felan çıkarıyo, direkt telefona mesaj at diye konuşuyo, ee bakıyo telefonuna mesaj gelmiş. Sonra ee evet atmışsın felan diyo. Sonra bi çıkıyo felan. Tehdit ediyoy...
- Çocuk-1: Sonra tehdit ediyoy.
- Ben: Kendi konuşuyor mu?
- Çocuk-2: Evet.
- Çocuk-1: Ses kaydı felan açıyo. Böyle tehdit ediyoy.
- Çocuk-2: Böyle sesler geliyo.
- Çocuk-1: Ben yükledim sonra hemen sildim oyunu bitti. (aynı anda konuşuyorlar)
- Araştırmacı: Size nasıl geldi?
- Çocuk-3: WhatsApp'tan.

Çocukların sahip olduğu akıllı telefon gibi kişiselleşmiş araçlar, çocukların çevrimiçi dünyasını zaten daha az erişilebilir ve kontrol edilebilir kılmaktadır. Buna bir de, annelerin araçlarla olan sınırlı etkileşimi eklenince, hem endişe düzeylerinin arttığı hem de otoritelerinin sarsıldığını düşündükleri anlaşılmaktadır:

- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Ya onu neden silmiyorsunuz siz?! <'Momo' adlı oyundan bahsediyor. Araştırmacı ile çocuk arasında geçen diyalogu endişeli bir şekilde bölüyor>
(...)
- Çocuk-2: Heykirlar (hacker) tarafından gönderiliyomuş onlar.
- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Onu hocaya göstersen annecim. Var mı? <endişeli, heyecanlı bir ses tonuyla> Sen bi göstere!
- (...)
- Çocuk-1: Sildim oyunu.
- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Bi daha yüklemeyin lütfen yaa!! <endişeli>
- Çocuk-3: İçeriklerime gir bak. <telefondaki, bilgisayardaki geçmişinden bahsediyor. Annesi çok korktuğu için annesine oyunu sildiğini ve oynamadığını ispat etmek istiyor>
- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Ya bak sadece bi tane oyun oynayın!
- Çocuk-3: Ya biri yapmış o oyunu. Oynatıyorlarmış da, nasıl olduğunu bilmiyorum.
- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Öyle şeyler yapmayın ya!... <yalvarır gibi söylüyor>
- Çocuk-3: 'Gravy' var, o 'Gravy' güzel.
- Görüşmeci-1: Tedirgin oluyoz yani...
- Çocuk-2: Mavi balinadan 140 kişi falan ölmüş.

(...)

- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Yani öyle şeyler yüklemeyin ya!! <sinirli ve endişeli>
- Çocuk-2: Yüklemedim vidyolarını izliyorum.
- Görüşmeci-1(27. Kadın): İzlemeyin boşver!
- Çocuk-3: Anında konumunu buluyomuş.
- Araştırmacı: Hangisi?
- Çocuk-3: 'Momo'.
- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Belki çocukları o kaçıırıyodur.
- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Büşra'cım onu, bak hocanın yanında söylüyorum, zahmet olmazsa onu bi artık engelle lütfen! Bi daha da yükleme!
- Çocuk-2: Anne oyun engellenemez!... <gülüyor>

Gülerek verilen “anne oyun engellenemez!” yanıtında, oyunların engellenememesi anlamında bir doğruluk payı olsa da, çocuğunda farkında olduğu gibi, aslında konu bu değildir. Annesinin gerçekte ne demek istediğinin bilincinde olan çocuk, bu yanıtıyla birlikte, dijital araçlarla olan yoğun ilişkisi ve eğitim sermayesi ile kazandığı donanımı, anne otoritesinden kaçmanın bir yolu olarak kullanmaktadır. Anneler ile çocuklar arasında geçen diyalogun sonunda annelerden birinin, tehlikeli oyunlarla ilgili sohbetin içeriğinden kaynaklanan sinirle “Önce çayınızı için ondan sonra telefonlara hadi!!” diyerek çocukları ‘telefonlarıyla’ odaya yönlendirmesi de önemli bir ayrıntıdır:

- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Artık silcen mi napcaksan yap! Bi daha yüklemeyin! Ya devir kötü diyorum size anlamıyorsunuz ya! Benim gibi sadece bi tane oyun yükleyin! Ben bi şeker oyunu yüklüyorum tamam. Ben şeker yükledim, şeker oynuyom, başka (yok)...
- <Hep bir ağızdan konuşmalar başlıyor. Çocuklar kendilerini savunmaya, o oyunla bir ilgilerinin olmadığını anlatmaya çalışıyorlar>
- Çocuk-1: Gece ormanda yürüyodum. Üç tane balon çıktı karşıma. Birini tıkladım. Tehdit etti. <çevrimiçiymişken o oyunun reklamı ile veya başka bir kötü oyun ile nasıl karşılaştığını anlatıyor>
- Çocuk-2: O ('Momo') bi de şöyle; o belirli bi saatlerde mesaj atıyomuş.
- Çocuk-1: Geceleri falan yatınca... Siz yatınca...
- Çocuk-2: Sesler falan çıkarmıyomuş.
- Görüşmeci-1 (27. Kadın): O yüklediğin mi?!
- Görüşmeci-2 (28. Kadın): A tövbe yarabbim!
- Araştırmacı: Merak ettiriyor işte çocuklara...
- Çocuk-1: Merak ettim ben de yükledim onu.
- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Bi daha da şey yapmayın bak!

- Araştırmacı: Başına bela açmaya çalışıyorlar.
- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Aynen hocam evet. Silin onu. Sildin mi?! Sen de var mı o?! <kızına soruyor>
- Çocuk-2: Ya ben niye yüklim?! Ben deli miyim?
- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Ya öyle şeyler yüklemeyin diyorum size! Niye böyle yapıyorsunuz siz?! Bak devir zaten kötü. Ya biz bile mesela korkuyoruz yani... Ne onu, onu, onu yüklüyorsunuz?! Muazzez sen de de var mı?!
- Çocuk-3: O (Muazzez) oynamıyo.
- Görüşmeci-1 (27. Kadın): Bence de tehlikeli yani! (...) Önce çayınızı için ondan sonra telefonlara hadi!! Hadi bak öğretmeniniz burda!!

Birbirleri ile kıyaslandıklarında, bazı anne-babaların yeni iletişim araçlarıyla kurdukları ilişkiyle de bağlantılı olarak görece daha kontrollü oldukları gözlemlenmiştir. Arama geçmişlerini kontrol etme, ödül sistemini kullanarak saat kısıtlaması getirme gibi pratiklere bazı annelerde rastlanmıştır:

“Ödevi varsa, ödevle ilgili giriş yapmasını sağlarım. Düzgün bi şekilde kullanırsa, benim verdiğim sürede kullanırsa, ödevden sonra bir saat de oyun için kullanmasını...” (6. Kadın, 32, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

“Telefonun geçmişine olsun, bilgisayarın geçmişine olsun devamlı kontrol ediyom nereye girmiş çıkmış... (...) Oğlan daha küçük olduğundan... Onun tek izlediği şey ‘örümcek adam’. Başka bi şey yok onun ya da çizgi film falan, araba yarışı maraba yarışı oynar. O da tabi, onun da süreleri var; yarım saat. Önce izin istiyoy; ‘izleyebilir miyim?’, ‘izle diyom’. Hani dakika tutuyoz, o kadar. Çok da izlerse çok bağımlı olur diye korkuyom” (7. Kadın, 35, evli, ilkokul mez., ev kadını, Emek mah.).

Burada gözlenen düzeydeki görev ve sorumluluklar büyük ölçüde anneye aittir. Daha önce değinildiği gibi, Binark ve Bayraktutan-Sütcü (2007a, s. 165; 2007b, s. 249), egemen cinsiyet rejiminde denetimin, babadan anneye, anneden de çocuklara doğru zincirleme bir şekilde uzandığını, babanın otoritesini düzenleyici konumdaki kişi olarak annenin iktidarsız bir yönetici olduğunu ifade eder. Çocukların kontrol ve denetimi noktasında da böyle bir zincirin olduğu gözlemlenmiştir.

4.7.12.2. Eşler için endişenin kaynağı: “Ben evliliğim için korkuyom!”

Sahada dikkat çeken bir diğer önemli bulgu, özellikle yeni iletişim araçlarını ‘kullanma deneyimi az olan’ ev kadınlarının, bu araçların olumsuz etkilerini konuşurken, aile bağlarına zarar verme potansiyelleri üzerine de vurgu yapmış olmalarıdır. ‘Kullanma

deneyimi az olan' nitelemesi önemlidir. Hatırlanacak olursa, internetle ilgili düşüncelerin, onunla kurulan zayıf ilişkiyle doğru orantılı olarak, bir bulanıklık, belirsizlik içerdiği, bu düşüncelerin "iyi bir şey olmama" gibi belirsiz ifadelerle dile getirildiği; bu belirsizlik içeren ifadelerin de, 'bilinmeyenden korkma' hâliyle ilişkili olduğu düşünülmekteydi. Yeni iletişim araçlarını kullanma deneyimi az olan ev kadınlarının, internetin evlilik birliğine zarar verici olası olumsuz etkilerine ilişkin düşüncelerinin de, yine böyle bir 'bilinmeyenden korkma' hâliyle de ilişkili olduğu belirtilebilir. İfadelerde öne çıkan iki farklı nokta vardır. Bazı kadınlar yalnızca internette geçirilen süreden kaynaklanan tartışmalarla ilgili değerlendirmeler yaparken bazılarının da interneti doğrudan evliliklerine yönelik bir tehdit olarak algıladıkları anlaşılmaktadır. Anketlerin uygulanması sırasında da, internette karşılaşılabilecek riskler üzerine konuşurken "Karılardan kork sen", "Bazen aramız açılıyor o yüzden", "(...) O kadına yazıyor. Kadın erkeğe yazıyor. Yuvanın bozulmasına neden oluyor. Ben ondan kızıyorum. Çok yuvalar ondan bozuluyor. Oğluma biri mesaj atmış 'seni çok seviyorum' diye yanlışlıkla. Gelin gördü, evimizde huzursuzluk çıktı" şeklinde ifadelere rastlanmıştır. İnternetin evliliği tehdit edici olası etkisine ilişkin doğrudan ifadelere ise babalarda rastlanmamıştır. Babalarda dikkat çeken, eş ve kız çocuklarının sosyal medya paylaşımlarını kısıtladıklarına veya bu tür paylaşımları yanlış bulduklarına ilişkin ifadeler olmuştur:

"(...) bazen çok bunlar <cep telefonları, tablet vs.> için de bazen kavga ettiğimiz oluyo. Bunlar çünkü elimize aldığımızda herkes birbirini unutuyo. Eşim zaten hep bunları böyle elinde. Televizyon da baksa, böyle habire bunu kaydırıyo, alışkanlık olmuş eline artık. E evde de tabi sorun, ayrımcılık yapıyoruz. İşte sen bakma, ben bakmıyorum. O diyo bana sen de bakıyon, ben de bakıyorum. Fatma'ya <kızından bahsediyor> kısıtlıyor güya ama kendimize kısıtlamıyoruz" (3. Kadın, 33, evli, ilkokul mez., ev kadını, Sevinç köyü).

"Okey oynuyo, ben biraz söylendiydim. 'Bırak şu okeyi, okeyi oynama' falan dedim. Oda, 'Napım canım sıkılıyo' dedi. Ondan sonra onu heralde silmiş, tekrar yine yüklemiş, artık sesimi çıkarmadım oynuyo yani" (27. Kadın, 38, evli, ilkokul mez., ev kadını, Gündoğdu mah.).

"Şey yapıyor (internet), kötü yollara düşüyorlar, mesela şey yapıyorlar, ona izin vermiyom yani. Benim eşim, şükür, onda yok da bazılarının öyle oluyor, çıkıyorlar yani" (33. Kadın, 39, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

“İnternet, vallahi ben, ilk başta ben sana söyleyim. Ben evliliğim için korkuyom! <vurgulayarak> Yani evliliğim için niye korkuyom, hani affedersin her şey var. E erkekleri yoldan çıkarıyorlar ↓ <gizli bir şey söylüyormuşçasına sesini kısıyor>. O yüzden, yani birçoğu o yüzden istemiyorum. (...) Mesela bi tane kız şey yapmıştı geçen sene. Telefonunda yazmıştı: Ben şeyden gelmişim, arkadaş istiyorum. Evli kişi bile olsa ben razıyım falan. Eşim açtı dedi. İşte ona rahatsız oldum mesela. Yani hani telefona erkek milleti sürekli giriyo. Sürekli girdiği için yani ben ondan şüpheliyim artık yani. (...) İşte, her şeye rağmen evliliğim önemli. Allah kimsenin yuvasını dağıtmasın. Bilmiyorum valla. İşte öyle yani. Telefon aslında benim için hiç bi anlam değil. Ailem olmasa (uzakta) hiç kullanmam valla” (24. Kadın, kimliğe göre 40, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

Eğitim düzeyinin düşüklüğü, okur-yazarlığın olmaması gibi olumsuzlukların ‘bilmemekten korkma’ hâlini daha da derinleştirdiği düşünülmektedir. Örneğin, kendisiyle gerçekleştirilen görüşmeden bir bölümü aşağıda verilen 39 yaşındaki Zehra Hanım’ın ifadeleri, okuma-yazması olmadığı için telefona gelen mesajları okuyamadığını, eşinden gelen telefonlar haricindeki numaraları da açmaktan korktuğunu göstermektedir. Gelen mesajları açmayı da bilmediğini ifade eden Zehra Hanım’ın, “eşim gelip bana dese ‘ne?’” ifadesinden anlaşılacağı üzere, hem araçlara olan yabancılık hem de eğitim eksikliğinden ötürü kazanılamamış bir donanım eksikliği, bireyi, belki tedirgin dahi olmaması gereken gelişmelerden korkutmaktadır:

- Görüşmeci (33. Kadın, 39, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç mah.): Bizde de Allah’tan telefon eşimin adıdır, hattı. Bazen öyle konuşan var, açıyom, yanlış numara. Mesaj geliyor, eşim gelip bana dese ‘ne?’, ‘arayan kim?’. Numarasını bilemiyorum ama mesaj geliyor öyle üst üste yani bilmiyom. Açmayı da bilmiyom.
- Araştırmacı: Korkuyor musun açmaya?
- Görüşmeci (33. Kadın): Bazı bildiğim mesela arasa eşimin adına olmasa mesela eşim de beni arıyor, ismi çıkıyor. Çıkmasa korkuyorum açmaya. Bazen böyle olayı çıkıyorlar, vallahi dolandırır! Eşimden korkmuyom. O da biliyor beni, 15 senedir yanıdayım, böyle bir şey yapsam bırakıp giderdim. O da diyor, ‘şimdi bizim yaşımız bu işlerde değil’, bazen böyle mesaj kalıyor, benim de okuma-yazmam yok, okumayı bilmiyorum. Bazen kendi okuyor, bakıyor. Sildiriyor, saçma sapan bir mesaj geliyor. (...) Ben diyom “Bu üst üste mesaj nedir?”, o da diyor “ben mi çağırıyom, arayın diye?”, kafana (kafalarına) göre atıyorlar. Yuva bozucular var, şeyler var.

Her yeni iletişim teknolojisi, kendi çağında ahlaki bir endişe ve panikle karşılanmıştır. İnterneti evliliğe yönelik bir tehdit olarak algılama eğilimi de, bir tür

ahlaki panik örneğidir. Ahlaki panik, tarihsel süreç içerisinde hem toplumsal düzeyde hem de akademik tartışmalar içerisinde kendine yer bulmuştur. Tarihsel süreç içerisinde, yeni iletişim teknolojilerinin olumsuz etkilerine yönelik olarak, özellikle anaakım iletişim paradigması içerisinde yapılmış pek çok araştırma ve tartışma mevcuttur (Binark ve Bayraktutan-Sütcü, 2007b, s. 248). Éric Maigret (2012, s. 70), medyanın etkilerine yönelik olumsuz eleştirilerin yalnız çağdaş toplumlar da görülmediğini, verdiği somut örneklerle şöyle ifade etmektedir: “Daha Antik Çağ’da, Platon *Devlet*’te öyküleri gençleri yanıltabileceği için ozanları siteden kovmaya kararlı bir Socrates’ten bahseder. Bu kınama zaman içinde farklı biçimler kazanır, medya toplumsal açıdan çok görünür duruma geldiğindeyse her medya için doruk noktasına varır. 19. Yüzyılda alçak burjuvalarca eziyet edilen kahramanın öcünü sahneye koyan dizi romanlar, işçilere kötü fikirler vererek sosyalizmin yatağını yapmakla suçlanmıştı. İki savaş arasında radyonun, dizilerini dinleyen kadınları aptallaştırdığı ileri sürülüyordu. (...) Gençlere yönelik medyanın, rock müziğinin ve çizgi romanın gelişimi, 1950’li yıllarda genç suçluların artışıyla bağlantılandırıldı (...). Televizyon, daha sonra sinema, 1960’lı yıllardan başlayarak zararlı olduğu öne sürülen, toplumsal ve bireysel şiddeti taşıdığı varsayılan medya hiyerarşisinin doruğunda yer alır. Günümüzde video oyunları ve internet de, sağlık, okuma-yazma bilmeme ve gençlerin şiddeti üzerine kaygıların merkezinde yer alır” (Maigret, 2012, s. 70-71). Televizyonun olumsuz toplumsal etkileriyle ilgili yapılan çalışmalara, 1980’de Gene Brody ve arkadaşlarının ve 1985’te Joshua Meyrowitz’in çalışmaları (Ergül vd., 2012: 74); Neil Postman’ın *Çocukluğun Yokoluşu* (Disappearance of Childhood) ve *Televizyon: Öldüren Eğlence* (Amusing Ourselves to Death) eserleri örnek verilebilir. Yine, Frankfurt Okulu’nun *araçsal akla*, tüketime ve *kültür endüstrisine* yönelik eleştirileri kitle iletişim araçlarını da içine almaktadır.

Erkeklerin ifadeleri, interneti doğrudan evliliklerine yönelik bir tehdit olarak gördükleri yönünde bir izlenim bırakmamaktadır. Buna karşın, aşağıdaki babanın “Bunları men etmişimdir. Hanımı ve kızı...” şeklindeki ifadelerinden de anlaşılacağı üzere, eş ve özellikle kız çocuklarının sosyal medya paylaşımlarına yönelik hassasiyet içeren davranışların söz konusu olduğunu göstermektedir.

- Görüşmeci (18. Erkek, 40, evli, ilkokul mez., fabrikada işçi, Gündoğdu mah.): Vallahi men-men-... Bunları men etmişimdir. Hanımı ve kızı... Hayır, görünmesinler ablam.
- Araştırmacı: Kullanıyorlar ama?

- Görüşmeci (18. Erkek): Tabii ama kendilerini çekip de göstermiyor. (...) İyi değil! Doğru mu bacım? Doğru mu?
(...)
- Araştırmacı: Neden doğru olmadığını düşünüyorsunuz?
- Görüşmeci (18. Erkek): Herkes ben değil! Herkes sen değil! Bitti. Kısacık.
- Araştırmacı: Peki ne tür paylaşımlar sizi kızdırır? Yani sosyal medyada ne paylaşılmalıdır?
- Görüşmeci (18. Erkek): Ablam bakıyorum. Çok affedersin, bakıyorum ee- sözüm meclisten dışarı, açık saçık... Yani kızına, orada kızı var hani zaten başta annesi, babası buna nasıl izin veriyor? Görmüyor mu?

<farklı bir sohbetten döküm devam ediyor>

“Mesela bir ‘Kelepir 26’ diye bir üye-... grup var. (...) Çoğunlukla orada bayanlar mesela iş aramaya giriyorlar, adamlar orada, affedersiniz, kızlara sarkıntılık ediyor. Ben öyle şeylere hiç girmiyorum. Mesela iyi bir şeyi bile dokunsa muhatap bile olmak istemiyorum. Çünkü sen iyi anlarsın karşı taraf başka türlü anlar. (...) Ondan sonracığıma millet, affedersin, karısını, kızını atıyor (fotoğrafını) internetten. Görüyorum” (5. Erkek, 35, evli, ilköğretim mez., işsiz, Sevinç mah.).

‘İnternet kullanıyor musunuz?’ sorusuna “Ufak tefek bazı kullanıyorum da. Çok da iyi bilmiyim” yanıtını veren dozer operatörü 49 yaşındaki Veysel Bey ise interneti “ahlâk bozucu bi şey” olarak tarif etmektedir. İnternetin, eşler arasındaki ilişkiye zarar verici olası olumsuz etkilerine de değinen Veysel Bey, biraz da çekinerek, çalıştığı yerdeki genç işçilerin pornografik içeriklere olan ilgisinden ve bunu iyi bir alışkanlık olarak görmediğinden bahsetmiştir. Veysel Bey, kendisiyle gerçekleştirilen görüşmenin bir yerinde de, “kötü alışkanlığa giderim diye korkuyom. Yani, şu şey, internette kolay kolay adam şeye alışıyor. (...) Kötü programlar falan oluyo ya” cümleleriyle, pornografik içerikleri izlemeye alışmaktan korktuğunu ifade etmiştir:

“Benim hanım kullanmıyo ama başkaları kullanıyo. Yanlış yönlere yöneliyo, yani internetten bakıyo kaçıyor hanım, eşinden ayrılıyor, ee şey oynuyo. Sen başkasın ben başkayım (ama) okey oynuyom seninle, arkadaşlık kuruyom. Yani ahlâk bozucu bi şey. (...) Yau iyi olarak internetin şöyle bişey diyim. İnternetten çok anlamıyım de, internetin iyi yönleri, yani, sanki yok bence ya! Televizyon olduktan sonra, şu telefon olduktan sonra, haberleşme, başka internetin ne şeyi var <‘ne gerek var?’ anlamında kullanıyor>. He bizim şurada işçiler var. Şimdi birazdan gelirler. İnternetten şeylere bakıyorlar. (...) Bayanlara,

bilmem neylere... İyi bişey mi? Genç genç çocuklar. (...) Ben işin özünü konuşuyum yani”
(21. Erkek, 49, evli, ilkokul mez., dozer operatörü, Gündoğdu mah.).

4.7.13. Yeni iletişim ortamlarında yoksulluğun görünümüleri: “Yani milletin yapamadığını, hayallerini kurduğu şeyi internete koyuyorlar.”

Genelde internete, özelde ise sosyal medyaya getirilen eleştirilerin bir odağı da yemek paylaşımları ile ilgili olup bu, çok fazla görüşmede dile getirilen bir eleştiri konusudur. Özellikle yoksulluğun daha derinden hissedildiği hanelerde bu minvaldeki eleştirinin düzeyi şiddetlenmektedir. Bu hanelerde söz konusu eleştiri yemek paylaşımlarıyla sınırlı kalmamakta, tatil fotoğrafları gibi tüm özendirici nitelikte olduğunu düşündükleri paylaşımları içine almaktadır. “Günah”, “milletin (...) hayallerini kurduğu şey”, “benim çocuğum da onu elde etmek için ne yapar? (...) Gider hırsızlık yapar” şeklindeki ifadelerin önemli olduğu düşünülmektedir. Çocuk fotoğraflarının paylaşımı da yine eleştirilerin bir diğer kaynağıdır. Bir baba, çocuk kaçırma olaylarını doğrudan bu paylaşımlarla ilişkilendirmiştir:

“Şimdi mesela benim yemediğimi, Ramazan’da, millet böyle yemek şeyi yapıyorlar, yemek... (...) Atıyor, atıyor, atıyor, atıyor, atıyor, oh selfie yapıyor, böyle böyle yapıyor. Kardeşim, yiyen var, yemeyen var. Günah yani bence. (...) Hani şimdi nereye gittiğine... tatile gidiyor adam. Adam işte atıyor ‘Ben bu-...’ konum atıyor, ‘Ben buradayım’, hırsızlığa mırsızlığa yol açıyor. Evi boş bırakıyor. ‘Ulan’ diyor, ‘Bu adam tatile gitmiş, oh ne güzel! Bize iş çıktı’. Çoluk çocuğunu atıyor. Aha bunun bir çocuğu var. Çocuk olayları çok artıyor. Yani zaten bu internet bir geldi her şey bozuldu. (...) Adam elinde paralarla resim çekiliyor. Aldığı evden, arabayla, yaşadığı hayattan... ‘Ulan!’ diyor ‘Keşke ben de öyle yaşasam!’, ‘Şimdi ben de denizde olsam!’, ‘Şurada olsam!’, ‘Burada olsam!’. Yani milletin yapamadığını, hayallerini kurduğu şeyi internete koyuyorlar. Ondan yani iyi bir şey değil”
(5. Erkek, 35, evli, ilkokul mez., işsiz, Sevinç mah.).

“En kötü cep telefonu şu anda bi- bir milyar, bir buçuk milyardan aşağı değildir. E ben napayım? Yarın benim bu çocuğum büyüyecek, ona da lazım olacaktır. Ben de onun için şey kendimde olmadığı halde çocuklarıma diyorum ki ‘Oğlum, böyle şeylere özenmeyin!’. ‘Bunlar yani ileride bize fayda getirecek şeyler değil!’. ‘Bize zarar getirir’(...) Yani diyorum ki şimdi benim kullandığım cep telefonu 50 milyonluksa bu telefonlar yükseldikçe 5 milyar, 10 milyara telefon veriyorlar. Bence o, israftan başka bir şey değildir. Ya bu, demin dediğim işte bir aileniz, maddi durumu olduğu, çocuklarına aldı mı, benimki olmadı mı, benim çocuğum da onu elde etmek için ne yapar? Çalışmaz. Ne yapar? Gider hırsızlık yapar. Kapkaççı olur, şu olur, bu olur, bu da bizim çoluk çocuğumuzun sonu demektir. Bizim yani çoluk çocuğumuz değil mi? (...) Adam Çin’de yapıyor, Japonya’da, bilmem Amerika’da

yapıyor. Orada adam 3 liraya mâl ediyorsa biz o 3 liralık şeyi 15 liraya alıyoruz. Yani onun için artık bölünmüş yani, demin dediğim gibi benim yeğenim, eskiden diyordu, ‘ev, yatak odası, beyaz eşya’, şimdi diyor ki, ‘cep telefonu, internet, bilgisayar’ olmadı mı olmaz bu iş (evlilik!)” (4. Erkek, 39, evli, ilkokul mez., inşaatta sıvacı, Sevinç mah.).

Erdoğan, *Yok-Sanma: Yoksulluk, Mâduniyet ve “Fark Yaraları”* (2016) başlıklı yazısında, toplumsal ilişkilerin giderek bakış (*gaze*) ilişkisi hâline geldiğini, gözmerkezli bir nitelik kazandığını söyler. Bu durum, toplumsal eşitsizliklerin de gözmerkezleşmesini ve toplumsal eşitsizliklerin sembolik şiddetinin görsel olarak yaşantılanmasını beraberinde getirmiştir (Erdoğan, 2016, s. 52). Yazara göre, zengin-yoksul ilişkisinin görselleşmesinin en açık işaretlerinden biri, yoksulların çoğunluğu için zenginlerin yalnız “televüzel” bir gerçekliğe sahip olmasıdır. Erdoğan, televizyonun bu süreçte oynadığı role ilişkin şu cümleleri sarf eder:

“ (...) zengin-yoksul ilişkisinin görselleşmesinin en bariz işaretlerinden biri, çoğu yoksul için zenginlerin ancak televüzel bir gerçekliğe sahip olmasıdır. Kendi yaşadığı mekânın dışına pek çıkamayan veya gündelik pratikleri için izlediği güzergâhta zenginlerle karşılaşması pek mümkün olmayan yoksullar –özellikle çalışmayan kadınlar- için zenginler, varlıklarına neredeyse yalnızca televizyonun delalet ettiği bir kesimdir ve kendi var oluş koşullarını değerlendirmenin ve sınıflandırmanın gösterenleridir” (2016, s. 53).

Erdoğan, yoksullarda, söylem üretimine dâhil olma isteği ile bu üretime dâhil olmayı sağlayacak araçlardan yoksun olma hissinin iç içe geçtiğini, eğitsel ve entelektüel sermayeden yoksun olmanın kendini değersizleştirme eğilimiyle sonuçlandığını söyler (2016, s. 58- 59). Bu anlamda, toplumsal eşitsizliklerin mağdur tarafları için bilhassa yeni iletişim araçları, söylem üretimine dâhil olmanın ya da en azından kimlik inşası süreçlerine maddi destek sağlamanın yegâne yollarından biri olabilir. Nitekim teknolojinin, salt kamusal görünürlüğe dâhil olmak anlamında da olsa, maddi yoksunlukları bir nebze olsa aşmanın (Ergur vd., 2009, s. 83); fiziksel, toplumsal ve sembolik ihtiyaçları karşılamanın (Bal, 2015, s. 3) yollarından biri olduğu farklı araştırmalarca da desteklenmektedir. Bunlarla birlikte, gözmerkezliliğin, toplumsal eşitsizliklerin yarattığı sembolik şiddetin düzeyini arttırıyor olması, medyanın bu eşitsizlikleri pekiştirici işlevine yönelik etkisini önemseme gerekliliğini ortaya koyar. Ergül ve arkadaşları (2013, s. 322), mobil telefonların hem yoksulluğun yarattığı olumsuz

koşullarla mücadele etmek için kullanıldığını hem de önemli bir tüketim kalemine dönüşerek yoksulluğu pekiştirdiğini ifade etmektedir. Buna karşın, burada anlatılmak istenen, medya araçlarının tüketim kalemine dönüşmesi neticesinde oluşan bir pekişmeden ziyade, bireyin kendinden daha iyi durumda olanı görmesi ve böylece kendi ve öteki arasındaki “sembolik mesafe (Erdoğan, 2016, s. 53)” ile yüzleşmesi sonucu ortaya çıkan bir duygu durumudur. Ayrıca, toplumsal hiyerarşinin, bakışın öznesi ve nesnesi olarak cisimleşmesi sürecinin (Erdoğan, 2016, s. 52), *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* gibi sosyal medya ortamlarında daha farklı bir biçim aldığı söylenebilir. Daha önce de değindiğimiz gibi, bu çevrimiçi ortamlarda anonimlik ortadan kalkmıştır; yani kullanıcılar fizik gerçeklikteki kimliklerini idealize etmeye çalıştıkları bir kimlik inşası sürecinin parçası hâline gelmişlerdir. Bu ortamlarda, beğenilme ve onaylanma isteği ile yapılan her paylaşım, aynı zamanda bireyin kimlik stratejisinin de bir parçası olarak işlemektedir. Kimlikler idealize edilerek sunulduğu için, mutluluk, aşk, nefret ve insani daha pek çok duygu, kişisel profillerde, olduğundan daha fazlasına işaret edecek bir biçimde ve onaylanma isteğiyle paylaşılır. Ve en önemlisi, tam da bu ortamların kurucu söyleminin istediği gibi, birey, yaşamının en mahrem yanlarını her geçen gün daha rahat bir şekilde ve doğrusunun bu olduğuna inanarak ortaya koyar. Zira sosyal medya ortamlarında, sözgelimi profil fotoğrafı olmayan bir hesap kullanarak, bu ortamların yapısal özelliklerine uygun davranmayan kullanıcıların, diğer kullanıcılar tarafından dışlanma riskleri vardır.¹¹⁸ Dolayısıyla, sosyal medya ortamları, bireylerin kendinden daha iyi durumda olanlarla daha net ve acımasız bir şekilde yüzleştikleri alternatif karşılaşma alanlarıdır. Bu yüzden, “varlıklarına neredeyse yalnızca televizyonun delalet ettiği” bir toplumsal kesim artık yoktur.

4.7.14. Kırsalın Yeni İletişim Teknolojileriyle İlişilenme Biçimi: “Bu cep telefonlarını yaratan cennetlik bir adam. Başına bir şey gelse kırdı berede hemen haber verilir.”

Alanyazında değinildiği gibi, dijital eşitsizlikler farklı boyutları olan karmaşık bir sorundur. Erişime ve sahipliğe ilişkin eşitsizlikler, gelişmiş ülkeler için neredeyse

¹¹⁸15-24 yaşları arasındaki Facebook kullanıcı gençlerle yapılan bir saha araştırmasında, *Facebook*’taki kişisel bilgi alanlarının paylaşımının, diğer kullanıcılar üzerinde yaratılan izlenim açısından önemli olduğu; zira, profil fotoğrafının olmadığı sayfaların gençler tarafından ‘niteliksiz’ şeklinde tanımlandığı bulgulanmıştır (Sütlüoğlu, 2015, s. 132). Benzer şekilde, *Twitter*’da profil fotoğrafı bulunmayan hesaplar ‘yumurta hesap’ şeklinde isimlendirilir; ve *Twitter*’ın, bu hesapları sevmediğini açıkça gösteren çeşitli girişimleri olmuştur.

tamamen kapanmış (Özsoy, 2020, s. 13) olsa bile, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkeler düzeyinde hâlâ devam etmektedir. Erişim ve sahiplik durumlarının yarattığı eşitsizliklerin kapandığı ve kısmen de olsa devam ettiği bölgelerde ise, sosyo-ekonomik statüden kaynaklanan kullanım ve beceri farklılıklarına bağlı ikinci düzey ve kullanımla elde edilen somut faydalara bağlı üçüncü düzey dijital eşitsizlikler doğmaktadır. Erişim ve sahiplikle ilişkili dijital eşitsizliklerin görece azalmasında, akıllı telefonların rolünün büyük olduğu düşünülmektedir. Artık akıllı telefonlar, farklı gelir gruplarına hitap edebilecek, “her cebe uygun” olarak nitelendirilebilecek bir çeşitliliğe sahiptir. Üstelik, söz konusu şey bir iletişim aracı olduğunda, eski veya yeni olduğu fark etmeksizin, sosyo-ekonomik statünün sahiplik konusunda belirleyici bir kriter olmadığını gösteren araştırmalar mevcuttur. Akıllı telefon sahipliği ile birlikte, özellikle kırsal ve kent arasında var olan internet kullanımı yaygınlığı arasındaki farkın giderek azaldığını gösteren örnek bir çalışma olarak McDonald’ın Çin’in Ashan kasabasında gerçekleştirdiği araştırması gösterilebilir (Binark, 2017, s. 285).¹¹⁹ Bu çalışmada da, bu olguyu destekleyen kayda değer düzeyde bulguya ulaşılmıştır. Bu bulgular; kırsal kent merkezi ile olan ilişkisi ve çatışması (2017, s. 281); çevrimiçi yaşam ile çevrimdışı yaşam arasındaki bağlantı (2017, s. 289) ve özellikle, çocuksuz hanelerde internete erişim aracının bizatihi akıllı telefonlar olması (2017, s. 285) şeklinde sıralanabilir.

TÜİK’in 2013 Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması Sonuçlarına göre, bilgisayar ve internet kullanımı, kentsel yerlerde %59 ve %58, kırsal yerlerde ise %29,5 ve %28,6’dır. İnternet erişim imkânı olan hane oranı ise kentsel yerlerde %57,4 iken, kırsal yerlerde %29,1’dir (TÜİK, 2013a). TÜİK, 2014 yılından itibaren kırsaldaki bilgisayar ve internet kullanım oranları ile internete erişim imkânı olan hanelerin oranını veremediği için daha güncel verilere ulaşamamıştır. Bu durumun, TÜİK’in diğer araştırmalarında belirttiği üzere, örneklem tasarımında esas alınan yeni idari bölünüşle ilgili olduğu tahmin edilmektedir. Kırsal bölgelerde yeni iletişim araçlarının kullanım oranlarının görece düşüklüğü, orada yaşayan bireylerin yeni iletişim araçları ile ilişki

¹¹⁹Mc Donald’ın Ashan kasabasında gerçekleştirdiği 15 aylık etnografik araştırma, dijital antropoloji çalışmaları yapan antropolog Daniel Miller’in yürüttüğü, Çin, Brezilya, Şili, İtalya, İngiltere, Hindistan ve Trinidad ile birlikte Türkiye’de de gerçekleştirilen “Why We Post” başlıklı geniş saha monografisinin bir parçasını oluşturmaktadır. Çin’de gerçekleştirilen çalışma, kırsal Çin’in yanı sıra endüstriyel Çin’i de kapsamaktadır ve Kırsal Çin’de gerçekleştirilen araştırmanın bulguları, Mc Donald’ın *Social Media in Rural China* (2016) başlıklı kitabında yer almaktadır. Söz konusu kitap üzerine, Binark tarafından yapılan “Kırsal Çin’de Sosyal Medya Kullanımı: Ağlaşmış Bireysellikler ve Ahlaki Çerçevelerin Yeniden İnşası Arasındaki Gergin Hat” başlıklı ayrıntılı değerlendirme için bkz. Binark, M. (2017). *Moment Journal* <https://doi.org/10.17572/mj2017.1.279290>

içinde olmadıklarını anlamına gelmemektedir. Aksine, kırsala ve merkezden uzak yerleşim bölgelerine özgü kullanım biçimlerinin belirlenmesi, bu araçların söz konusu bölgelerde hangi ihtiyaçlara cevap olarak kullanıldığının anlaşılması, dijital eşitsizlik sorununa ilişkin çözüm önerilerini de şekillendirecektir. Nitekim Binark (2017: 280), kültürel tüketim görüngülerinin ve yeni medyanın kırsal alanda gündelik yaşama nasıl dâhil edildiği sorusunun akademide ihmal edildiğini belirtir. Kırsaldaki yeni iletişim araçlarının kullanımıyla ilgili sayılı araştırmalardan biri Durna ve Durna (2015) tarafından, Antalya'nın Elmalı ilçesine bağlı Tekke köyünde gerçekleştirdikleri “Taşranın Facebook ile İmtihanı: Bir Akdeniz Köyünde Etnografik Keşif Çalışması” başlıklı çalışmalarıdır. Bir diğeri ise Yılmaz'ın (2015), Kars iline bağlı iki köyde, nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanarak gerçekleştirdiği “Kırsal Alanda Kadının Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Analizi: Kars İli Örneği” başlıklı yüksek lisans tezidir. Kırsalın sadece medya ile ilişkili konular bağlamında akademik ilginin dışında kaldığını söylemek yanlış olur. Özensel de (2015, s. 55-56), 2008 yılından itibaren şehirlerde yaşayan dünya nüfusunun kır nüfusuyla ters orantılı olarak artış göstermeye başladığını belirtir. Türkiye’de özellikle 1980’li¹²⁰ yıllardan itibaren şehir nüfusundaki dikkate değer artışla birlikte kırsal nüfusun azalması sonucu ‘kır’ sosyal bilimlerin ilgi alanı olmaktan yavaş yavaş çıkmaya başlamıştır.. Kentin kendisinden kent insanlarına, kentin imkânlarından kent sorunlarına kadar çoğaltılabilecek kent merkezli konuların dışında yaşanan toplumsal gerçekliğin popüler dünyanın dikkatinden uzaklaştığını ifade eden Özensel’e (2015, s. 55-56). göre, ilgi

¹²⁰Ülkemizde, 1950’li yıllardan itibaren tarımda makineleşmenin ve 1980’li yıllardan itibaren ise terörün de etkisiyle kırdan kente olan iç göç hareketleri kent içerisinde hem mekânsal anlamda hem de yaşam tarzlarıyla farklılaşan bir kesim ortaya çıkarmıştır. Gelenekleriyle olan bağları giderek zayıflayan, kıra özgü yaşam biçimlerini biraz zorunlu biraz da süreç içerisinde kendiliğinden terk eden fakat onlardan tam anlamıyla kopamayan iç göçmenler, zorlu yaşam koşullarının ifadesini arabesk müzik türünde bulmuşlar ve bu kültürel pratikle sadece akademik araştırmaların değil, bir dönem Türk sinemasının da baş aktörü olmuşlardır. Bir anlamda, kıra özgü örüntüler, kent yaşamı içerisinde girdiği yeni biçimle incelemeye alınmıştır. Bu süreçlerin, kentlerde birçok toplumsal sorunu beraberinde getirmesi, akademik ilginin kente kaymasının haklı gerekçelerini oluşturmaktadır. Buna karşın bu ilgi kırsalın uzun süre ihmaline yol açmış olacak ki, akademi bu konuda kendine dönük eleştiriler yapmaya da ihtiyaç duymuştur. Nitekim Erdoğan (2016: 29), Türkiye’de yoksullara yönelik akademik ilginin “*nedense neredeyse münhasıran kent yoksullarını* kapsıyor olmasından yakınlıkla bu durumu eleştirmektedir.

odağındaki bu kayma, kır günlük yaşamın sorunlarından dışlarken aynı zamanda kenti de sosyal bilimlerin biricik araştırma nesnesi durumuna getirmiştir

Bu araştırmanın amacı, yeni iletişim araçlarına sahip olma durumunun, yeni iletişim araçlarına ilişkin görüşlerin ve yeni iletişim araçlarını kullanma pratikleri ve becerilerinin yaş, cinsiyet ve sosyo-ekonomik statüden nasıl etkilendiğini, Eskişehir'in görece düşük gelir ve statü düzeyini temsil eden üç mahallesinde incelemektir. Dolayısıyla, doğrudan kırsal ve kentsel bölgeler arasında bir farklılık olup olmadığı, varsa da bu farklılıkların neler olduğunun ortaya konması amaçlanmamıştır. Buna rağmen, kırsala özgü olarak bulgularan belli örüntüleri ayrı bir başlık olarak vermenin daha uygun olacağı düşünülmüştür. Ancak çalışma ilerledikçe bunun ne kadar uğraş gerektiren bir çaba olduğu anlaşılmıştır. Zira Sevinç köyünde kırsala özgü olduğu düşünülen çok ayırt edici bulgu olsa da, sahanın geri kalanından, yani Emek ve Gündoğdu mahallelerinde ulaşılan bulgulardan ayırt edilemeyenler de çok fazladır. Bunun en başta gelen nedeni aşağıda da belirtileceği gibi, her üç mahallenin de, düşük gelir ve statü düzeyini temsil ediyor olmasıdır. Bu sebeple, ilk başta sadece sahanın geri kalanından tamamen farklı ve yalnızca Sevinç köyüne özgü olduğu düşünülen bulguların tartışılması amacıyla açılan bu başlık, sonrasında birçok ortak örüntü ve sahanın tümüne genellenebilir örüntülerin varlığı nedeniyle diğer mahallelerden elde edilen bazı bulguların da aralara serpiştirildiği ve tartışıldığı bir başlık durumunu almıştır. Hatırlanacak olursa, anket uygulanan Emek ve Gündoğdu mahallelerinde de, eğitim düzeyi düşüktü; kadınların çoğunluğu işgücüne dahil değildi. Ev kadını oldukları hâlde evin gelirine katkı sağlamak için çalışanlar, çoğunlukla evlere temizliğe gitme, çocuk bakıcılığı yapma ve yaptıkları el işlerini satma vb. işleri gerçekleştirirler. meşguldüler. Asıl gelir getiren kişi ise hanelerin tamamına yakınında erkek/babadır. Asıl gelir getiren kişi olarak erkek/baba, çoğunlukla fabrika veya inşaat işçisidir¹²¹. Bu unsurlar dikkate alındığında, Sevinç köyü de dahil olmak üzere, sahanın geneli demografik anlamda birbiriyle benzer özellikler gösterdiği söylenebilir. Sevinç köyünde görüşme gerçekleştirilen 8 kadının tamamı evli ve çalışmayan ev kadınıdır. Eğitim düzeylerine bakıldığında ise, 4'ünün okur-yazar olmadığı; 1'inin diplomasız okuryazar olduğu; 2'sinin ilkokul mezunu olduğu ve yalnızca

¹²¹Bekâr katılımcılardan babaları çalışanların oranı %69'dur. Bu oranın yarısından fazlasını (%50,4) işçi olarak çalışan babalar oluşturmaktadır. Evli olan kadın katılımcılardan eşleri çalışanların oranı %66,7'dir. Bu oranın yarısından fazlasını (%57,9) işçi olarak çalışan eşler oluşturmaktadır.

1'inin ise lise mezunu olduğu gör÷lmektedir. Yine, gör÷şme gerçekleştirilen erkeklerin tamamı evli ve ilkokul mezunudur. 2'si inşaat işçisi, 1'i işsiz, 1'i ise emekli çobandır.

Nicel-nitel verilerden ve saha araştırması süresince elde edilen gözlemler neticesinde ulaşılan bulgular, üç mahalleyi de kapsayan bu araştırmanın örnekleminde, yeni medya okuryazarlığı düzeyinin oldukça düşük olduğunu göstermektedir. Bu araştırmada, doğrudan okuryazarlığı ölçmek amaçlanmamıştır elbette. Fakat, bireylere bilgisayar ve internet kullanma becerileri ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Hatırlanacak olursa, en temel düzeydeki bilgisayar becerisinde (kopyala-yapıştır araçlarını kullanabilme) bile %12,1'lik, yine en temel düzeydeki internet becerilerinde bile %7,7 (arama motorunu kullanabilme) ve %38,9'luk (e-posta gönderebilme) oranlarda “hayır” yanıtı gör÷lmüştür. Ayrıca, becerilerin meselenin teknik bir yönü olduğu söylenebilir. Bu teknik yönün anlaşılması için yöneltilen sorulara sıra gelmeden bile, bilgisayar ve özellikle internet kullanmayı bilme sorularına verilen tereddütlü cevaplar, internetle kurulan ilişkiyi akıllı telefon sahipliğinin belirlemesi, çevrimiçi davranışların tek yönlü olması, yani internet kullanım amaçlarının çeşitlilik içermemesi ve bazen de internet kullanımının yalnızca Facebook ve/veya WhatsApp kullanımı ile sınırlı olması yeni iletişim araçlarıyla ilişkilene biçim ve düzeyinin anlaşılmasında daha önemli bulgular olarak gör÷lmektedir. Bu anlamda üç mahallede de ulaşılan bulgular, özellikle çevrimiçi davranışların tek yönlülüğü, internet kullanım amaçlarının çeşitlilik içermemesi anlamında benzerlik göstermektedir. Bu benzerliğin nedeninin, öncelikle her üç mahallenin de görece düşük gelir ve statü düzeyini temsil etmesiyle ilişkili olduğu düşünülmektedir. İkinci olarak ise, küreselleşmenin hız kazanmasıyla, bireylerin ortak deneyimlerinin giderek çoğalması ve yeni iletişim araçlarının hem küreselleşme üzerindeki hem de buna bağlı ortak deneyimleri üretme noktasındaki etkili gücüdür. Bu ikinci nedenle ilgili daha ayrıntılı bir değerlendirme aşağıda yapılmaktadır. Sevinç köyüne özgü olarak bu başlık altına alınmış bulguların en başında, yeni iletişim araçlarına yüklenen anlamın “mesafe”, “uzaklık”, “şehir”, “köy” gibi sözcüklerle ifade edilmesi gelmektedir. Kırsal özellikler gösteren Sevinç köyündeki kadar olmasa da, Gündoğdu mahallesinde de şehir merkezine uzaklıkla ilgili göndermelere, hatta oranın da kırsal bir yerleşim yeri olduğu yönünde ifadeler rastlanmıştır. Kızıyla yapılan anket sırasında, bir annenin araya girerek kurduğu aşağıdaki cümleler bu anlamda önemlidir. Anket sorularına kulak misafiri olması üzerine, “Biz normal kırsal bir vatandaşız. Teknolojik

sistem değil bu mahalle” şeklinde ifadeler kullanması, kırsallığın karşıtı olarak tasavvur ettiği yaşam tarzını teknolojiyle ilişkilendirmesi açısından anlamlıdır.

“Evde elektronik eşya yok ki. Biz normal kırsal bir vatandaşız. Teknolojik sistem değil bu mahalle. Sen öyle yerlere gir. Biz kömür yakıyoruz daha çok” (Bir görüşmecinin annesi, Gündoğdu mah.).

Tamamen doğal, beklenmedik ve kendiliğinden gelen annenin bu yorumu, Durna ve Durna’nın (2015), Şükrü Argın’ın taşranın “bakışa göre poz veren” bir sözcük olduğu ifadesine referans vererek, “Aslında her taşra olmayan, bir başka taşra olmayana göre taşradır. Örneğin inceleme yaptığımız Tekke Köyü, Elmalı’nın taşrası, Elmalı, Antalya’nın taşrası, Antalya, Ankara’nın taşrası, Ankara, İstanbul’un taşrası, İstanbul ise New York’un taşrasıdır. Tam da bu nedenle bakışa göre “poz” verir taşra” şeklindeki değerlendirmelerini hatırlatmaktadır (2015, s. 103).

Gündoğdu mahallesi ile ilgili olarak yukarıda ifade edilenleri destekleyecek, mahalle sakinlerine ilişkin farklı ifadeler aşağıdaki gibidir:

“(…) Gazete de bulamıyoruz. Sapa geliyor burası biraz” (kadın, 44, ilkokul mez., ev kadını, anket 345).

“Ya mahalle (Gündoğdu), hapsedilmiş. (...) Ya, bi değişim yok yıllardır. Ben kendim burda doğdum, burda büyüdüm. (...) Bi bankamatik, bi de aşağı ‘A101’ açtılar. Hani, gelişim bu. (...) İnsanların birbiriyle diyalogu yok. Mesela otuz beş kilometrelik bi askeriye var yanımızda. Çevreyolu ve tarlalarla kaplıyız. Ya mahalle insanlarla bağı yok. Sürekli hayat döngüsü aynı, ümitler aynı. Zaten parasızlık vurmuş derdi. İnsanlar onun etkisiyle hatalar yapıyo. Ya bunu ister istemez de yapıyo. İnsanlar dışardan bakıyo, şu yaşanılan hayatı ne kadar kınıyo, yani böyle eleştiriler yapıyo; ama gelip bu hayatın içinde yaşayınca, ya ben, ne bilim, aynı bulmuyorum. Mesela ben burdan çıktım. Hani, çoğu, ben Eskişehirspor’da top oynadım, milli takıma gittim kendi yaş gruplarımla. Mahallede doğup büyüdüm. Çıktım, ya ne bilim, farklı... (...) Ulaşım da sıkıntı ya, hiç ya ne bilim. Suç oranı yüksek mahallede. İnsanları, çok aşırı suç oluyo; herkeste bıçak, uyuşturucu deniyo. Mesela ben hiç, devriye atan bi polis ekibi görmedim. Kuyubaşı’nda uyuşturucu satılır, polis ekibi devriye atar. Emek’te silahlı çatışma olur, atar. Bizim mahallede de hepsi oluyo ama hiç... (...) Şikâyet oldu mu geliyo. (...) Mesela, tramvay olsaydı güzel olurdu. (...) Ya bu mahallenin yapısıyla onların (ulaşım ve iletişim araçları) bi alakası yok ya. (14. Erkek, 19, bekâr, üni. öğr., Gündoğdu mah.).

Gündoğdu mahallesi, tek katlı evlerin olduğu, şehir merkezinden mahalleye ulaşımın ise çok kolay gerçekleştirilemediği bir mahalledir. İlk girildiği anda, Emek mahallesinden ve diğer merkez mahallelerden çok farklı, kırsala daha yakın bir manzarayla karşı karşıya kalınmaktadır. Bu da, yukarıda alıntılanan, “Aslında her taşra olmayan, bir başka taşra olmayana göre taşradır” cümlesini hatırlatmaktadır. Çünkü, Sevinç köyünü gördükten sonra, Gündoğdu mahallesindeki manzaranın, Sevinç köyündeki gibi bir kırsallık olmadığı daha iyi anlaşılmaktadır. Sakinleri de, doğrudan kırsallıkla ilişkili bir yaşam tarzına sahip değildir. Sevinç köyü; yollarıyla, hemen hemen her evin yanında görülen tarım araçlarıyla, kümesleriyle, inekleri otlatan çobanlarıyla ve bu görüntülerle ilişki olan bir yaşam tarzıyla köy yaşantısından izler taşımaktadır.¹²² Emek mahallesinde ise, yeni iletişim araçlarının nesnel veya sembolik bir uzaklıkla ilişkili olarak ele alındığı örneklerle rastlanmamıştır. Emek mahallesi, Eskişehir’deki düşük gelir ve statü grubunu temsil eden bir mahalle olmakla birlikte, aynı zamanda, Eskişehir’in en büyük ve en kalabalık nüfuslu mahallesi olma özelliğine de sahiptir. Muhtarlık binasının önünde bir tramvay durağı vardır; bu sebeple şehir merkeziyle olan bağı daha güçlüdür ve daha hareketlidir. Bu anlamda, Sevinç köyünde, yeni iletişim araçlarına yüklenen anlamın, “mesafe”, “uzaklık”, “şehir”, “köy” gibi sözcüklerle ifade edildiği örneklerin, Gündoğdu mahallesinde de zaman zaman rastlanması, fakat Emek mahallesine gelindiğinde kaybolmuş olması, tesadüf değildir ve örneklerin bağlamla ilişkili anlamlılığını da göstermektedir.

Eskişehir merkezine yaklaşık 20 kilometre uzaklıkta olan bu mahallenin girişinde, kendisine komşu olan kırsal nitelikteki mahallelerde olduğu gibi, hâlâ Sevinç “köyü” tabelası bulunmaktadır. İnternet kafenin bulunmadığı bu mahallede, ebeveynlerin vurguladığı üzere, “çocukların ödevi için” internet erişiminin daha fazla önem taşıdığı anlaşılmıştır. Sevinç köyünde, başta akıllı telefon olmak üzere, yeni iletişim araçlarına sahipliğin önemine ilişkin ulaşılan bir diğer bulgu ise, ailelerin birbiriyle bağlantıda olma isteğidir. Bu bulgunun kırsal bir yerleşim yerine özgü olmadığı, aile fertlerinin birbiriyle bağlantıda olma isteğinin genellenebilir bir ihtiyaca yönelik olduğu düşünülebilir. Fakat buradaki farklılık, Sevinç köyünün şehir merkezine olan uzaklığı ve çocukların eğitim için çoğunlukla şehir merkezindeki okullara gitmesi ile ilişkilidir. Sevinç köyüne özel

¹²²Sevinç köyü ve Gündoğdu mahallesi ile ilgili fotoğraflar için bkz. EK-2 ve EK-3.

önceki bulgularda, söz konusu mahallede Ağrı'dan göç etmiş çok sayıda yoksul hane olduğu, bu sebeple, yeni iletişim araçlarına, özellikle görüntülü görüşme imkânı sunan akıllı telefonlara olan ihtiyacın uzaktaki yakın akrabalarla görüşme isteğiyle ilişkilendirildiği belirtilmişti. Buna karşın, doğrudan kırsallık olgusunun yeni iletişim araçlarıyla ilişkilene ve bu araçlara önem atfetme biçimi üzerindeki etkisi söz konusu olduğunda öne çıkan unsur, “aynı hanede” yaşayan aile fertleriyle sık ve rahat iletişim kurabilme isteğidir. Telefon kullanımı okulda yasak olmasına karşın, köyde yaşadıkları için öğretmenden izin aldıklarını belirten bir anne, merkezden uzak ve en önemlisi de merkezin koşullarına sahip olmayan çocuklu aileler için telefonun önemini, “(...) biz öğretmenimizden izin aldık, okula getirmesi için. E, biz köyde yaşıyoruz diye. Öğretmen izin verdi ama girerken kapatmak, çıkışta açma şartıyla” şeklindeki sözleriyle ifade etmiştir. Yine bir başka anne ise, öncesinde yalnızca 18 yaşındaki büyük oğlunda telefon olduğunu, fakat “merkezde” okuyor olması sebebiyle ve akılları onda kalmasın diye “mecburiyetten” küçüğe de verdiklerini belirtmiştir.

Merkeze olan uzaklıkla ilgili vurgulara, Sevinç köyünde yapılan görüşmelerin tamamında rastlanmıştır:

- Görüşmeci (4. Erkek, 39, evli, ilkokul mez., inşaatta sıvacı, Sevinç köyü): “Telefonsuz yapamıyoruz. Neden dersiniz, hani çocuklarımız olduğu için. Okula gittiği zaman... Eşim var, iş yerinde olduğum için yani haber almak amacıyla... Telefonsuz yapamıyorum. Bazı zaman ben iş yerine gidiyorum, telefonum evde kalıyorsa eşimi bile telefon için şehre çağırırım. “Telefonumu getir!” diye. Yani ne olur? Sizin gibi eşler, dostlar arar, cevap vermedin mi ya da eşim aradığı zaman ulaşmadı, bir olay olur. Yani olay olur derken çocuk okula gitmez, öğretmeni arar, “Telefonunuz nerde?” (der). İş yerinden ararlar. Yani telefonsuz yapamıyoz. “Eskiden telefon var mı?” dersiniz, eskiden yoktu. Haberleşme aracı. Günlerce, yıllarca belki haftalarca at sırtında, eşek sırtında haber götürüyor. Ya o telefon bazı yönde iyi ama internet, ben normal telefon kullanıyorum. Telefon iyi bir şey bence, iyi bir şey”.
- Araştırmacı: Görüntülü konuşma yapıyor musunuz uzaktaki akrabalarınızla?
- Görüşmeci (4. Erkek): Vallaha eşim annesi ile konuşuyor, çocuğun telefonundan annesiyle konuşuyor. İşte demin dedim kız çocuğumun doğum günlerinde olduğu zaman, nenesi hani kullanmadığı (sosyal medya) için en azından bir görüntülü görüyor. Yani o güzel bi şey. Özlüyolar, o açıdan...

Görüldüğü üzere, 2012’de çıkan 6360 Sayılı Büyükşehir Kanunu ile köy statüsünden mahalle statüsüne dönüşen Sevinç köyü, sakinlerinin gündelik yaşamlarının doğal akışı içindeki söz edimlerinde hâlâ “köy” olarak nitelendirilmektedir.¹²³ “Şehire gidip geliyo”, “şehre gidip alma imkânımız da yok”, “köydeki insanla şehirdeki insan ayrıcalığı var” ve benzeri ifadelerle sık rastlanmaktadır. Bu ifadelerdeki şehir ve köy vurguları, yaşanan mahallenin merkeze olan nesnel ve ölçülebilir uzaklığından öte, yaşam tarzındaki farklılıklarla açıklanabilecek sembolik bir uzaklığa işaret etmektedir. Ayrıca, gençlerin toplu olarak çevrimiçi oyun oynayabilmek için mahalledeki bir okulun internet şifresini kırmaları, yine Sevinç köyüne özel bir bulgu olarak verilebilir. Oğlunun internete olan düşkünlüğünden şikâyetçi olan bir babanın, “şurada bizim okulumuz var, ilköğretim okulu var. Çocuklar artık bunlar hepsi tabii zamanın gençleri, benim aklım ermiyor. Şifresini kırmışlar orada internete girip, burada PUBG oynuyorlar” ifadesiyle ulaşılan bu bulgudan, daha önce, “İnternet Kafeler Araştırma Sahası Hakkında Ne Söylüyor?” başlıklı bölümde de bahsedilmişti. Bu davranış, gençlerin, “birlikte” oyun oynayabilmek, yani çevrimiçi ve çevrimdışı sosyalleşmeyi eş zamanlı hâle getirebilmek için geliştirdikleri bir çözüm olarak değerlendirilebilir. Bu çözüm onları, mekânların ve kullanıcıların sürekli bağlantıda yani birbirleriyle ilişkide olduğu ağlaşmış kamunun (*networked publics*) (boyd, 2007, s. 8) bir parçası durumuna getirmektedir. Bahsedilen bu ağlaşmış kamu, söz konusu davranışı gerçekleştiren gençler için sadece birbirleriyle bağlantıda olunarak dahil olunan bir kamusalılık olarak düşünülmemelidir. İnternet kafede çevrimiçi oyun oynamak gençliğe özgü bir pratik olarak gözlemlenmektedir ve koşulları zorlayarak bu pratiği gerçekleştirmenin kendisi bile, onları küresel dünyaya dahil etmektedir.

Ergur ve arkadaşları kentsel çevre bölgelerinde yaşayan gençler için bu durumu şöyle tarif etmektedir:

“(…) teknoloji etkeninin, yalnızca maddî boyutlarıyla bile kentsel çevre bölgelerinde önemli bir tutunma aracı olarak işlev gördüğünü ifade edebiliriz. Teknoloji, her eğitim düzeyi ve her toplumsal sınıftan genç için zaten az veya çok bu toplumsallaştırıcı işleve sahiptir. Ancak, çevre bölgesi gençleri için, kendileri dışında akıp giden ve etkileşimsel bir düzlemde git gide büyüyen devasa toplumsal alana tutunma çabası, diğerlerinde olmadığı kadar öne

¹²³Mahallenin muhtarı ile yapılan kısa sohbet esnasında, Sevinç köyünün köy statüsünden mahalle statüsüne dönüştürülmesinin mahalleli tarafından da iyi karşılanmadığı anlaşılmıştır. Kayıt altına alınmayan bu kısa sohbetteki temel vurgu, Sevinç köyünde nüfusun çoğunluğunun çiftçilikle uğraştığı, büyükbaş-küçükbaş hayvanların beslendiği, yani kent merkezindeki mahallelerle aynı statüde değerlendirilmeyecek bir yaşam tarzının olduğu yönündeydi.

çıkılmaktadır. Zira, kentsel çevre bölgesi genci için, teknolojik donanım, bazı durumlarda neredeyse yegâne toplumsallaşma aracı haline gelmektedir. Üstelik, teknoloji, bu bağlamda, yalnızca basit bir toplumsal varlık gösterme meselesi olmaktan çıkıp ciddi anlamda bir varkalma stratejisine dönüşmektedir. (...) Küreselleşme, mal, sermaye, insan dolaşımı olduğu kadar, fikir ve değerlerin de hızlı bir dolaşıma girmesi anlamına gelmektedir. Bu dolaşım, elbette münhasıran teknolojinin incelmesi ve yayılması sayesinde gerçekleşmektedir. Küresel etkileşim ve akışlar, artık ister yerel ister küresel düzeyde olsun, toplumsallaşmanın da koşullarını değiştirmektedirler. (...) Teknoloji, bu anlamda küreselleşmenin *içine* veya *dışına fırlatan* (...) bir alandır. Teknoloji sayesinde ileri fırlatma, özellikle kentsel çevre bölgesi gençlerinin, fizikî-coğrafi anlamda sınırlanmışlıklarını, bir anda dönüştürebilen sayısız sonuca sahiptir. (...) Kentsel çevre bölgelerindeki gençler, çevre koşullarının baskılayıcılığının türü çok anlamlı bir farklılık oluşturmadan, teknolojiye erişebildikleri andan itibaren, onları kısıtlayan görece küçük toplumsallaşma çevresinin çok ötesine kendilerini taşıyabilmektedirler (Ergur vd., 2009, s. 102-103).”

Böyle özelleştirilmiş bir başlık altında, saha araştırmasında elde edilen tüm bulguları anlamada ve açıklamada önemli olduğu düşünülen bir noktaya değinmek gerekiyor. Akıllı telefon, internet ve diğer yeni iletişim araçlarına erişimin, sosyal ve ekonomik statüden kaynaklanan engelleri aşarak yaygınlaşması, erişime ve sahipliğe ilişkin eşitsizliklerin görece azalması, kullanıma ilişkin farklılıklar ve bu farklılıklara neden olan unsurları daha önemli hâle getirirken, bir taraftan onları giderek daha fazla ayrıntıda bırakmakta ve tespit edilmesini zorlaştırmaktadır. “Bilgisayar kullanıyor musunuz?”, “internete erişiminiz var mı?”, “sosyal medya hesabınız var mı?” şeklindeki soruların yanıtları farklı toplumsal kesimlerden birçok insan için evet olabilir. Sabah uyandığında ilk iş olarak telefonun ele alınması ve gün içerisinde sosyal medya ortamlarının sık ve amaçsızca ziyaret edilmesi farklı toplumsal kesimlerin günlük yaşam pratiklerinin bir noktada kesişmesini sağlamaktadır. Bu noktanın anlaşılmasında, sabah kalkar kalmaz telefonlara sarıldığını söyleyen kadın görüşmecinin aşağıdaki ifadesinin önemli olduğu düşünülmektedir:

“(...) Kalkar kalkmaz telefonlara sarılıyoruz. Şimdi evlerde alarmlı saatlerde yok. Telefonla alarm kuruyoruz gari, onla kalkıyoruz (38. Kadın, 39, evli, lise mez., ev kadını, Sevinç köyü)”.

Okulun bahçesinde ‘PUBG’ oynayan gençler de, içinde bulundukları koşulları bir anda görünmez kılarak, emsallerinin internet kafelerde ya da şanslı bir kısmının evlerinde gerçekleştirdiği çevrimiçi davranışları bir yasağı delerek gerçekleştirmektedirler. Bu

örnekler, iletişim araçlarının küreselleşme sürecini hızlandırma, toplumları/kültürleri birbirine yakınlaştırma, hatta bezen onların farklılıklarını görünmez kılma noktasındaki etkilerini göstermektedir. Binark (2017, s. 281) bu durumu, “deneyimlerin ağ üzerinden paylaşımını, ortak bir tüketim kültürü ve örüntüleri oluşturmaktadır” diyerek açıklar. Durna ve Durna (2015) ise, Antalya’ya bağlı Teke köyünde yaptıkları etnografik araştırmada, bu durumu şöyle açıklarlar:

“Kapitalizmin küreselleştirici ve girdiği her mekânı düzleştirici etkisi göz önünde bulundurulursa, taşra ile kent arasında pek de bir fark kalmadığını söyleyebiliriz. Aslında taşranın farksızlığı, kapitalizmin hem simgesel, hem de somut üretim ilişkileri olarak oraya da sızmış olmasından kaynaklanır. (...) Artık kapitalizm için coğrafi olarak “dışarı” diye bir yer yoktur” (Durna, N., ve Durna, T., 2015, s. 102)

Bu sebeple, ilk anda ve dikkatsizce bakıldığında, bireylerin birbirine eşitlendiği yanılsamasını uyandıran erişme ve sahiplik konularının hatta yeni iletişim araçları ile gerçekleştirilen gündelik yaşam pratiklerinin; cinsiyete, yaşa, yaşanılan yere, sosyal ve ekonomik statüye özgü yanlarını yakalayıp çıkarmak zorlaşmaktadır. Alanyazından hatırlanacak olursa, gençlerin lehine olan yaşa ilişkin kullanım ve beceri farklılıkları, Türkiye’de ve dünyada yapılmış birçok araştırmada görüldüğü gibi, bu araştırmada da görülmüştür. Buna karşın, eğitim düzeyinin düşük olmasıyla ilişkili olduğu düşünülen donanım eksikliğinin, ekonomik kısıtlılık, genç yaşta evlenme, çocuk sahibi olma ve bunlara eşlik eden yaşam mücadelesi içinde olma durumlarının, çok genç yaşlardaki bireylerin bile, yeni iletişim araçlarıyla olan ilişkilene biçimini sınırlandırdığına ilişkin önemli bulgulara da ulaşılmıştı. Bu konu, dijital eşitsizliklerin geçmişte nasıl bir sorun olarak algılandığı kadar günümüzde nasıl bir sorun olarak ele alınmaya başlandığıyla ilgili tartışmalardan çok bağımsız değildir. Nicel bulguların sahanın kimlerden meydana geldiğini anlatmada yetersiz kaldığından, nitel verilerin işte bu kimliği tamamladığından daha önce bahsedilmişti. Yani bu konu, araştırmada neden karma yöntemle ihtiyaç duyulduğu noktasından da bağımsız değildir. Arun (2014), radikal istatistiğin önerdiği ölçmenin, yalnızca değişkenlerden oluştuğunu, bu nedenle, istatistiksel ölçümlerin, ürünlerinin sosyal karakteriyle ilgilenmediğini belirtir. Oysa, yalnızca değişkenlerle değil, insanların eylemleriyle de inşa edilmiş olan sosyal dünyada, değişkenler ancak vakaların özelliklerini tanımlayabilir. İşte, yazara göre gerçek olan, seçilen vakaların özellikleri değil kendisidir ve değişken olarak ölçülenler yalnızca vakaların kalıntılarıdır

(Arun, 2014, s. 172-173). Bu sebeple, bireylerin gündelik yaşamlarının doğal akışı içindeki söz edimlerinde, yeni iletişim araçlarının önemini hangi sözcüklerle anlattıkları, bireyselle, yerele, sosyal ve ekonomik statüye özgü farklılıkların anlaşılmasında daha fazla önem kazanmaktadır:

“Gazete gelmiyor genelde bu köye. Şehre gidersen öyle alabiliyorsun. Mesela benim kızlığında babam şehirden getirttirirdi. Ama şimdi televizyon var (38. Kadın, 39, evli, lise mezunu, ev kadını, Sevinç köyü)”.

Cep telefonu kullanımının kendi için sadece açıp kapamadan ibaret olduğunu belirten 72 yaşındaki Mehmet Bey ise insanların kullanma noktasında “çok aşırıya” gittiklerini söylerken, “herkes bizim gibi kullansa bu memleket güzel olur” şeklinde bir cümle kurması da dikkate değerdir.

“(…) Ama bu cep telefonlarını yaratan cennetlik bir adam. Başına bir şey gelse kırdı berede <‘kıyıda köşede’ anlamında> hemen haber verilir” (39. Erkek, 72, evli, ilkokul mez., emekli çoban, Sevinç köyü).

Mehmet Bey’in bu ifadeleri ise, bireyin fizik gerçeklikteki yaşantısının söz edimlerine nasıl yansıdığını ve yeni iletişim araçlarına ilişkin algılarını şekillendirmede ne derece etkili olduğunu göstermesi açısından anlamlıdır.. Çünkü bu ifadelerde bir “kır” vurgusu, yani gözden uzak olmaya yapılan bir gönderme söz konusudur:

39 yaşındaki bir baba, televizyonun yaşamlarındaki önemini anlatırken, köy yaşamı ile şehir yaşamının koşullarını da karşılaştırmıştır. Şehirde eşi ve çocuklarıyla birlikte bir yere gidebilecekleri fırsatlardan yoksun olmaları, köyün koşullarına uygun aktiviteleri gündelik yaşama sokmaktadır. Bu aktiviteler de, önemini korumakta olan komşuluk ilişkileriyle bağlantılıdır:

“Vallahi, şu a- şu devirde olmaz mı? Evet, olmazsa olmaz (televizyon)! Ama olmasa da hiç aramam. (...) Yani gelip çoluk çocuğumla, zaten ben işten geldiğim zaman, çocuğum gelip bana sarıldığı zaman işten geldiğimde, beni öptüğü zaman, benim bütün yorgunluğumu alıyor. Ailemle daha çok vakit geçiririm ama sosyal şeylerimiz yok. Mesela köydeki insanla şehirdeki insan ayrıcalığı var. Mesela adam işten geliyor şehirde, alıyor hanımını ya da çocuğunu, bir parkta ya da çay bahçesinde oturup çayını içer ama bir köy yerinde-...

Televizyon olmasa da komşuya giderim. Ya, söylemesi ayıp, 1-2 kişinin dedikodusunu yaparız. Vakit öyle geçer (4. erkek, 39, evli, ilkokul mez., inşaatta sıvacı, Sevinç köyü)”.

Yukarıdaki alıntılarda görüldüğü üzere, “Gazete gelmiyor genelde bu köye. (...) Ama şimdi televizyon var” şeklindeki ifadeler, televizyonda dahil olmak üzere, iletişim araçlarına yüklenen anlam ve önemin çevrimdışı yaşamla ve o yaşamın koşullarıyla ilişkili olarak sunulduğunu bir kez daha göstermektedir. Kullanmakta olduğu cep telefonunu gösterip, eski, tuşlulardan diyerek gülümseyen 72 yaşındaki emekli bir çobanın, “Ama bu cep telefonlarını yaratan cennetlik bir adam. Başına bir şey gelse kırdan berede hemen haber verilir” sözlerini ne yaşımdan, ne yıllardır yaşadığı Sevinç köyünün kırsallığından, ne de geçmişte yapmış olduğu meslekten bağımsız değerlendirmek mümkün değildir. Köyde yapılmış fakat çalışmaya dahil edilmemiş farklı sohbetlerde de, normal şartlarda “şehre giderek” halledilmesi mümkün olan işlemlerin, şehre gitmeye gerek kalmaksızın ve çoğunlukla gençlerden alınan yardımlarla internetten halledilebildiği ifade edilmiştir. Bu bankacılık işlemleri olabileceği gibi, tarlada kullanılan araçlarla/aletlerle ilgili sıkıntıların fotoğraflanması ve şehirde bulunanlara gönderilerek tedarik edilebilmesi gibi kırsala özgü yaşam biçimiyle ilgili de olabilmektedir.

Aşağıdaki sohbet, Sevinç köyünde yaşayan 33 yaşında ve iki çocuklu bir ev kadınıyla gerçekleştirilmiştir. Bu esnada evde bir komşu ve o gün için yanlarına gelen kayınvalide de bulunmaktadır. 13 yaşlarındaki kızı da dahil olmak üzere, eşi ve kendisiyle birlikte evde üç kişinin birinci el akıllı telefon kullanıcısı olduğu, ayrıca evlerinde internet bağlantısı olduğu bulgulanmıştır. Yaşı küçük olmasına karşın kızlarına akıllı telefon alma gerekçeleri, yukarıda bahsedildiği gibi, köy-şehir merkezi uzaklığında ona istedikleri an ulaşabilme ihtiyacını karşılamaya yöneliktir:

- Araştırmacı: Kaç telefon var şu an evde? Akıllı cep telefonu?
- Görüşmeci (3. Kadın, 33, evli, ilkokul mez., ev kadını, Sevinç köyü): Üç. Eşimde, kızımda, bende.
- Araştırmacı: Kız kaç yaşında?
- Görüşmeci (3. Kadın): On üç yaşında.
- Araştırmacı: Onun da mı akıllı telefon?
- Görüşmeci (3. Kadın): evet.
- Araştırmacı: İnterneti var mı?
- Görüşmeci (3. Kadın): Var.

- Araştırmacı: Onların nedir markası? Onlar da birinci el mi hepsi?
- Görüşmeci (3. Kadın): Evet, sıfır onlarınki de. Birinin ki Venüs, birininki de general mobil <telaffuz bu şekilde>.

(...)

- Araştırmacı: Peki o (kızı) kendi mi talep etti (akıllı telefonu), istedi?
- Görüşmeci (3. Kadın): Yo, biz aldık. Okula gidip geliyo. Otobüsle gidip geliyodu. (...) şehire gidip geliyo. Biz de verdik. A, şey verdik önce, tuşlu telefon verdik. E sonra çocuk dedi ki anne ben bunun dedi arkadaşlarım benle dalga geçiyo bunu çıkarttığımda çantamdan dedi. (...) Arkadaşlarım dalga geçiyo, “aa telefonuna bak” diyorlarmış. Bi yarım dönem öyle sıkıntı yaşadık, yarı dönemden sonra babası telefon aldı. (...) Bizim Fatma <kızından bahsediyor> öyle yarım dönem yazık hep iç çekti geldi okuldan. Ben de hani, çantasından falan çıkarttığında, telefonlar için falan neler yapıyorlar insanlara. Birisi işte, alcam diye uğraşır, görür, “iyi telefon” der diye düşündüm, hep vermedik çocuğa şey. Ee ondan sonra dedi ki, anne artık yani ben hani çok her şeyi söylüyorlar, ben de iyi telefon istiyorum dedi. Babası da aldı.

(...)

- Araştırmacı: Evde var mı internet bağlantısı? Sadece telefonda mı?
- Görüşmeci (3. Kadın): Var. Evde de var.

Annenin akıllı telefon alma gerekçelerini anlatırken kullandığı ifadelerde dikkat çeken bir diğer önemli nokta, akıllı telefonların özellikle gençlerin kimlik inşası süreçlerinde ne derece önemli olduğudur. Görüldüğü üzere anne, daha bu konuya ilişkin özel bir soru sormadan, önce kızı Fatma’ya “tuşlu” telefon verdiklerini, fakat Fatma bir dönem boyunca okuldaki arkadaşları tarafından alaya alınması ve telefonu çantasından çıkartmaya çekindiğini dile getirmesi sonrasında eşinin akıllı telefon aldığını belirtmiştir. “Öyle yarım dönem yazık hep iç çekti geldi okuldan” ifadesinden anlaşıldığı üzere, görüşmecinin bu ifadelerinde, kızının talebine yönelik bir şikâyet, serzeniş sezilmemiş, aksine, onun ihtiyacını karşılama isteğinin daha önemli görüldüğü anlaşılmıştır.

Bu doğrultuda, çocuklar ve gençler için akranlarıyla birlikte oldukları toplumsal çevreleri tarafından “kabul edilebilir” nitelikte bir akıllı telefona sahip olmanın kendisinin aileyle iletişim kurmaktan daha önemli olduğu ifade edilebilir.. Sohbetin gerçekleştirildiği esnada salonda bulunan ve kendi de bir anne olan komşunun bu konuyla ilgili sarf ettiği “Ayfonun (iPhone) bile öyle dördü beşini beğenmiyolar. Süslü olsun diyolar, modelli olucaak. (...) Ayfonun bi havası oluyo” şeklindeki sözleri önemlidir. Sohbetin devamında internete atfedilen önemin anne ve çocuk arasında nasıl değiştiğini

ve akıllı telefonların markasının Fatma'nın yaş grubu için neden önemli olduğunu gösteren ifadelerle karşılaşılmıştır:

- Görüşmeci (3. Kadın, 33, evli, ilkokul mez., ev kadını, Sevinç köyü): İnternet olmasa (evde) ne bilim. Biz onları (çıktıları) gider marketten de çıkarttırırdık. Hani illa ki şart mı, değil. Zor oluyo mu, oluyodu. Bazen de market çıkartmıyodu. E şehre gidip alma imkânımız da yok. Hani var amaa, her dakika da, her saniye gidilmiyo yani bi ders içinde. Ama internet de olmasa da yani, i çok mu gerekli, çok da gerekli diil. Evimize illa onu alcak kadar da çok gerekli değil.
- Araştırmacı: Sence de öyle mi, çok gerekli değil mi? <araştırmacı, bu soruyu görüşmecinin 13 yaşındaki kızına yöneltiyor>
- Kızı: Gerekli.
- Araştırmacı: Neden?
- Kızı: Ne bilim, şimdi mesela internet olmasa hiç bi şe... <hafifçe gülerek konuşuyor> (...)
- Araştırmacı: Arkadaşlarınız arasında böyle önemli mi markalar (telefonların)? En iyi marka ne aranızda?
- Kızı: Bizim sınıfta en önemli olan, ayfon telefonları olanlarda birinci sıradalar.
- Araştırmacı: Öyle mii? Ne açıdan birinciler?
- Kızı: Telefonun iyi olmasından, marka olmasından.
- Araştırmacı: Çok var mı ayfon?
- Kızı: Var.

Market ve benzeri mekânlardan “çıktı alma” davranışına farklı görüşmelerde rastlanmıştır. Sadece internet kafenin olmadığı Sevinç köyünde değil, diğer mahallelerdeki hanelerin çoğunda, hem evde bilgisayar ve/veya yazıcı olmaması hem de internet kafelerdeki çıktı ücretlerinin pahalı bulunması nedeniyle bir alternatif olarak bu davranışa başvurulmaktadır. Sevinç köyünde geçen yukarıdaki diyalogta, bazen marketin çıkartmaması ve şehre gitme imkânının da her zaman olmaması nedeninin ön plana çıkarıldığı anlaşılmaktadır. Bu bulgu, kent merkezinden uzak olma durumunun, yeni iletişim araçları ile ilişkilenme biçimini etkilediğini bir kez daha göstermektedir. Yeni iletişim araçlarının, kırsal bölgelerdeki ve kent merkezlerindeki kullanımlarının nasıl farklılaştığını ortaya koymak için daha odaklanmış çalışmalara ihtiyaç duyulsa da; en azından bu bulgular, Sevinç köyünde yaşayanların yeni iletişim araçları sahipliğini gerekçelendirme çabasında, kent merkezinden uzaklığa yapılan vurguların ön sırayı çektiğini göstermektedir. Ayrıca anne internet için, “Evimize illa onu alcak kadar da çok

gerekli değil” derken, kızı Fatma, “gerekli” olduğunu söylemiştir. Devamındaki cümlesini tamamlamamış olsa da, internetsiz hiçbir şeyin olmadığını anlatmaya çalıştığı rahatlıkla ifade edilebilir. Bu bulgu zaten, gençlerin yeni iletişim araçlarıyla olan ilişkilene biçiminin anlatıldığı başlıktaki bulgularla benzerdir. Yine Fatma’nın, “Bizim sınıfta en önemli olan, ayfon telefonları olanlarda birinci sıradalar” şeklindeki cümlesi, iPhone marka telefonların kendi yaş grubundaki ergenler/gençler açısından değerli görüldüğü bulgusunu desteklemektedir.

Sevinç köyünde yaşayan ve inşaatta sıvacılık yapan bir babanın, dışarıdan haneye bakıldığında da gözlemlenebilen yoksulluğa karşın, 16 yaşındaki oğluna taksitle telefon alma nedenini anlatırken söyledikleri, gençler arasında akıllı telefonların marka ve/veya modellerine yüklenen anlamın ne derece önemli olduğunu ortaya koyan bir başka örnektir:

- Görüşmeci (4. Erkek, 39, evli, ilkokul mez., inşaatta sıvacı, Sevinç köyü): Büyük oğlum, 16 yaşında bir erkek çocuğu. (...) ben, ona birinci el aldım. Taksitli. Taksit- taksitle aldım. O da hani yani çevresine karşı küçük düşmesin diye. Arkadaşlarında var, ben kendim, ya söylemesi ayıp şimdi göstericem, tuşlu, eski telefon kullanıyorum. (...) Onlar işte hani gençtir, çocuktur küçük düşmesin diye arkadaşlarına karşı”.
- Eşi <araya girerek>: He, “Arkadaşların herkesin elinde” dedi “baba, var”, o da gitti taksitle aldı.
- Görüşmeci (4. Erkek): Ben de gittim, taksitle bir tane aldım. Vallahi, taksitlerini de vallahi, bitiremedim. (...) Ee yani ‘Baba, ben okuldan çıktığım zaman arkadaşlarım hep akıllı telefon kullanıyor, bende tuşlu telefon var!’ diyor. ‘Baba sen bazı zaman aradığın zaman ben arkadaşların yanında olduğum için açamıyorum’. Yani hani arkadaşlarının küçük gördüğünü böyle duyunca fakirliğin bir şeyi yok ki! İmkânımız yoktur ama dedim... ‘O aile çocukları zengindir ya da annesi, babası. Kendisi aynen benim gibi kullanmıyordur, o çocuklarına almıştır’ dedim, ‘Sen şey yaparsan, söz verisen, derslerin iyi olursa, okursan, bir yere gelersen, ben sana alırım’.

Sevinç köyünde yaşamıyor olsalar da, gençlerin akıllı telefonların markasına ve/veya modeline verdikleri önemi gösteren birkaç farklı görüşmeden örnekler de aşağıda verilmiştir:

- Görüşmeci (1. Kadın, 16, bekâr, lise öğr., Emek mah.): (...) Ooo ayfon falan... (...) Kamerası felan, her şeyi dikkatimizi çekiyo. Biz de istiyoruz birden <son cümleyi söylerken gülüyor>

- (...)
- Araştırmacı: Yeni bir telefon almak istesen?
- Görüşmeci (1. Kadın): Ayfon, son çıkanlarından alırım heralde <gülüyor>.

<farklı bir sohbetten döküm devam ediyor>

- Görüşmeci (8. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Gündoğdu mah.): Yani şimdi bunu <şu an kullanmakta olduğu akıllı telefondan bahsediyor> öyle- öyle bir nedenden dolayı değiştirmedim çünkü ihtiyacım vardı. Ya ı- çok ka- kastığı için ama mesela farklı bir telefon almak isterdim. Yani daha yüksek bir model. Bir havan oluyor en azından.
- Araştırmacı: Gençler arasında en havalı (akıllı telefon) hangisi?
- Görüşmeci (8. Erkek): iPhone, iPhone.
- <farklı bir sohbetten döküm devam ediyor>

Aşağıdaki sohbet, anneleriyle görüşme yapıldığı esnada orada bulunan ve her ikisi de akıllı telefon kullanıcısı olan 11 ve 14 yaşlarındaki iki kız çocuğuna aittir:

- Çocuk 1 (yaş 11, Gündoğdu mah.): Ben aslında venüs V4 (Venüs V4) istemiyodum ama babam onu aldı.
- Çocuk 2 (yaş 14, Gündoğdu mah.): Ben olsam ayfon iks (iPhone X) alırdım veya ayfon 8 pılas (iPhone 8 Plus). (...) Ya daha havalı, gösterişli oluyo <sanki biraz utanarak gülüyor>.

Aşağıdaki ifadelerin sahibi olan gençler ise, akıllı telefonların marka değerine verilen önemi, kendini “daha iyi gösterme”, “rekabet”, “güç savaşı” ve “para savaşı” şeklindeki ifadelerle değerlendirmektedir:

“Ama şöyle bir şey var evet bazı insanlar ayfonu şey görebiliyor, yani sanki arabalarıymış gibi-... (...) Mesela daha yeni 3 kişi geçti ya! (...) Teki <görüşmenin gerçekleştirildiği esnada parktan geçen arkadaşlarından biri> mesela iPhone aldı, iPhone 7 aldı. iPhone 7 almasının sebebi daha iyi olduğundan, yani daha iyi göstermek için kendini” (10. Erkek, 17, bekâr, lise öğr., Emek mah.).

“Ona rekabet diyelim. Mesela nasıl deyim? Zengin kız-fakir oğlan gibi düşünün! ‘Benim param daha çok, senin telefonunu geçer’, onun gibi yani. Bir bakıma ergenlik yani. Güç savaşı, para savaşı” (34. Erkek, 17, bekâr, lise terk, sanayide oto elektrikçi, Emek mah.)

Bu son iki gence ait ifadeler, biraz daha farklı bir yerde tutulabilir. Bu görüşmelerde, akıllı telefonun marka ve modeline verilen önem kabul edilmekle birlikte, gençlerin kendilerini bu kimlik inşası sürecinin dışında tuttukları veya dışındaymış gibi göstermek istedikleri anlaşılmaktadır. “Bazı insanlar ayfonu şey görebiliyor, yani sanki arabalarıymış gibi” ve “bir bakıma ergenlik yani” şeklindeki ifadelerden bu tutum net bir şekilde anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, gençlerdeki genel eğilimin dışında seyreden istisnai örneklerin bir sapma olarak değerlendirilmesi de doğru değildir. Hangi markanın önemli görüldüğüne ilişkin tercihler veya bir metanın marka değerinin önemsenme(me)si unsurları kişisel tutumları belirlemektedir. Ayrıca, bu iki gencin kendi akranları hakkında yaptığı değerlendirmeler, genel eğilime işaret eden bulguları desteklemektedir. Tam da burada, Mübeccel Belik Kıray’ın *Tüketim Normları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Çalışma* (2005) başlıklı araştırmasına değinmekte fayda vardır. Kıray (2005), tüketimin toplumsal tabakalaşmaya göre farklılaştığını söyler. Tüketme pratiklerinin sadece biyolojik ihtiyaçları giderme amaçlı gerçekleştirilmediğini söyleyen Thornstein Veblen’in “gösterişçi tüketim” (*conspicuous consumption*) kavramına değinir ve bu kavramın tüketim probleminin anlaşılması açısından oldukça önemli olduğunu vurgular. Kıray’a göre, tabakalaşmış bir toplumda, farklı tabakalara mensup olan kesimlerin tüketim konusundaki endişeleri de farklıdır (Kıray, 2005, s. 14, 17). Kıray, toplumsal tabakalaşmanın, gösterişçi tüketimi nasıl etkilediğini karşılaştırmalı bir araştırma yaparak ortaya koymuştur. Bu araştırmalar, Meksika’nın Çin-Çun-Çan isimli köyünde, Karolin adalarından Ponape’de, Güney Doğu Afrika’da Ngoni Krallığında ve Türkiye’de ise Ankara şehrinde gerçekleştirilmiştir.¹²⁴ Ankara bulguları üzerinden örnek verecek olursak, Kıray, alt orta tabakadan¹²⁵ itibaren yaşamın düzene girmeye başladığını, fakirliğe ve yoksulluğa ait göstergelerin bu düzen ile saklanmaya, azaltılmaya çaba gösterildiğini söyler. Yine bu tabakada, aşağı tabakaya düşmeme çabasına eşlik eden gösterişçi tüketim pratikleri görülmeye başlanmıştır (Kıray, 2005, s. 90-91). İşte, özellikle çocuk ve ergenler tarafından, belli marka ve model telefonların daha havalı ve gösterişli görülmesi, gösterişçi tüketim pratiği şeklinde yorumlanabilir. ‘Havalı’ ve ‘gösterişli’

¹²⁴Kıray (2005, s. 32), Ankara verilerinin 1946-1947 yıllarında toplandığını belirtir.

¹²⁵Tüketim normlarına göre gerçekleşen gruplaşmalar Ankara’daki tabakalaşmanın endeksleri olarak kullanılmıştır. Buna göre, alt; alt orta; orta; üst orta ve en üst tabaka olmak üzere beş tabakadan söz edilmektedir (Kıray, 2005, s. 78-79).

bulunduğu için bir marka ve modele duyulan ihtiyaç, toplumsal kökenleri gizleme ve tüketim pratiklerine eklemlenebilme isteğinin bir uzantısıdır.¹²⁶

Sevinç köyünde karşılaşılan bir diğer bulgu, internetin farklı evlerde ortak olarak kullanılmasıdır. Herkesin televizyona sahip olmadığı zamanlardaki gibi, akşamları bir komşunun evinde toplanma pratiğini hatırlatan bu davranış, daha çok Ağrı'dan göç etmiş ve akrabalık ilişkileri bulunan haneler arasında gözlemlenmektedir. Sadece internete bağlanmak için değil, televizyonun ya da antenin bozulması durumunda da birbirlerinin evine gittikleri anlaşılmaktadır. Uydu antenleri bozulduğu için bir hafta televizyonsuz kaldıklarını ve evlerinde toplam sekiz kişi yaşadığını söyleyen Hatice Hanım, çocuklarının böyle durumlarda amcalarının evine gittiğini belirtmiştir. Eşinin de telefon (yani internet) olmayınca durmadığını, abilerinin evine veya kahveye gittiğini eklemiştir. Ayrıca Sevinç köyünde hâlâ geleneksel geniş aile geleneğinin sürdürüldüğü de gözlerden kaçmamıştır. Bu hem görece durumları daha iyi olan hanelerde hem de yoksulluğun çok derin olarak hissedildiği anlaşılan hanelerde de böyledir. Gelgelelim, bu birlikte yaşama hâlinin, iletişim araçlarının paylaşımı noktasında sorun teşkil edebildiği görülmektedir:

“Ben bazen babasına diyom, ‘bu televizyon al!’, der ‘pahalı!’. Mesela alabilsem. Ben diyom, ‘bir yerden bunlar kendi izlesin, biz başka yerden izleyelim’, izin vermiyor. Benim kaynanamgiller var, maşallahı var! Akşama kadar izliyorlar. Normalde kaynanam izliyor” (33. Kadın, 39, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç mah.).

“(…) Kaynanama da bu, benle bu elim bakıyoruz. (...) Banyosunu mesela, üstünü başını ben yapıyorum. Elimden ne gelirse yiyecek içecek ne gelirse götürüp paylaşıyoruz. O da zaten onun yanına kalıyor. Yemeği midir, suyu mudur, ikimiz beraber bakıyoruz. Bacım ne söyylim, valla öyle. İşte buraya geldim benim sadece bu iki çekyatı bana almışlardı. Yatak odası hiç bi şey almadılar. (...) Hiiiç (↑) bi şey. Diğerlerini de zaten ufak eşyaları, hepsini ailem verdi. Eşim yazık da çalıştı hani çoluk çocuk oldu iş bulamayınca... Vallahi idare ediyoruz işte ne bilim. Ben diyorum eşime diyorum valla. Bi iş olursa, bu biraz büyüse ben bir işe girer çalışırım. (...) yani baya sıkıntı çekiyoruz. Mesela benim çocuklarım okula gidiyorlar. Ben istiyorum her şeyleri olsun. (...) Ayy benim kızım, benim kaynımın düğünü

¹²⁶Burada, Bauman'ın *kusurlu tüketiciler* (1999, s. 60) kavramını da anmak gerekir. Bauman, 1998 yılında yayınlanan “Çalışma, Tüketim ve Yeni Yoksullar” (*Work, consumerism and the new poor*) isimli eserinde, yoksul olmayı sadece işsiz olma durumuyla açıklamamaktadır. Buna göre, tüketim pratiğini toplumun kabul ettiği ve yeterli gördüğü düzeyde gerçekleştirilememek bireylerin yoksulluk algısını şekillendirmektedir.

vardii. (...) İkizler o ikisi. Bu sene ana sınıfına başlamışlar. Altı yaşına girmişler. Her şeyi istiyolar, her şeyi. ‘Anne bunu al!’ (...) Çok böyle ne bilim yani, toka mıdır, gelincik midir? Şimdi ‘bana gelinlik al’, aldım. Her şeyi yani ne geliyorsa biz, ben diyorum biz hayatımızda görmedik, onlar görsünler. Çocukların için istiyorsun yani. Biz hayat görmedik. (...) Yani ben kendim için asla hiç bi şey bundan sonra düşünmüyorum (↑)” (24. Kadın, kimliğe göre 40, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü)

Döndü Hanım’a ait yukarıdaki ifadelerde, yalnızca geleneksel geniş ailenin sürdürüldüğünü gösteren işaretler değil, aynı zamanda mevcut sosyo-ekonomik durumlarına ilişkin umutsuzluk, eşinin ailesine yönelik bir serzeniş, çocuklara iyi bir gelecek hazırlayamamaktan duyulan korku ve en sonunda kendinden vazgeçip hayatını çocuklara adama ile ilgili önemli vurgular vardır. Kendisiyle gerçekleştirilen görüşmede, Döndü Hanım’ın, geçmiş yaşantısına, özellikle evlenmeden ve Eskişehir’e göç etmeden önce memleketindeki çalışma hayatına bir özlem duyduğu anlaşılmıştır. Araştırmacıyı göstererek, “Keşke bizim de böyle işimiz olsaydı” cümlesiyle başlayan ve “köye düştüm işte böyle”, “Buraya geldim öyle bi bağlandım ki” şeklinde devam eden ifadeleri aşağıda verilmiştir. Durna ve Durna (2015, s. 110), Teke köyündeki çalışmalarının bir yerinde, “köy hayatı gündelik hayat pratiği açısından da nispeten durağan, çok da fazla bir değişikliğin yaşanmadığı, yer yer bunaltan bir ortam sunmaktadır sakinlerine” derler. Döndü Hanım’ın geçmişine duyduğu özlem ve geçmişte “özgürdüm çok(...) buraya geldiğimde kapandım birdenbire” şeklindeki ifadesi köy hayatının bunaltıcı boyutuna işaret etmektedir. Okur-yazarlığı olmayan, daha doğrusu harfleri “toplam” okuyamadığını, yani birleştiremediğini söyleyen görüşmeci, bekârken güzel bir işi olduğunu ve evin sorumluluğunun kendinde olduğunu anlattıktan sonra, sesini de yükselterek “erkek gibiydim ha!” diyerek sözlerini tamamlamıştır:

“(...) Keşke bizim de işimiz olsaydı böyle. Çok çalışmak isterim. Çok da çalıştım. Şey de çalıştım, Iğdır’da toplum merkezi açılmıştı, işyeri. Kazak mıdır? Makine de patik yapıyodum. Valla hepsini bıraktım, buraya geldim. Köye düştüm işte böyle. İşsiz kaldım çoluk çocuk olunca. (...) bir iki sene burda çok zorluk çektim. Hani işe almıştım, aileme almıştım. Özgürdüm çok, bayağı yani kendi ailemin içinde özgürdüm. Sıfır kollu giyiyodum; buraya geldiğimde kapandım birdenbire. İki üç sene öyle zorluk çektim. Bunlarda mesela ‘kapan, kapan, kapan, kapan’. Şimdi, eşim aslında giysem bile ses etmiyo. Ama gel gör kayınlarım biraz... (...) Yani büyükler, bi şey de diyemiyosun. Geçen sene abim buraya geldi. Yani beni gördü şaşırdı, dedi, ‘Nasıl bu kadar giydin?’ (...) Dedi, ‘nasıl sen böyle?...’, üzüldü. Her şey onlara zehir ediyodu. İşte o yüzden üzüldü, baya üzüldü. Iğdır’da

yani babamız yoktu ama Allah için benim bi abilerim vardı, baba gibi bakıyolardı. O yüzden zorluk çektim, baya çektim (evlendikten sonra). (...) Eşim Ağrı'lıydı, ben de Iğdır'lıydım. Kaç senedir, kırk seneden fazladır benim ailem orda da yani toplam Iğdır'da büyümüşüz biz. İşte öyle valla. İşim vardı çalışıyodum güzel(...) Valla çok da güzel bir hayatım vardı. Bunlar biliyolar zaten. Hem kuaförde çalışıyordum. (↑)" (24. Kadın, kimliğe göre 40, evli, okur-yazar değil, ev kadını, Sevinç köyü).

Sahanın genelinde, birkaç istisna dışında, evli kadınların yeni medya araçlarıyla olan ilişkilerinin oldukça zayıf olduğu gözlemlenmiştir. Evli erkeklerde de çok çeşitli çevrimiçi davranışlara rastlanmamış olsa da, kadını evle/özel alanla ilişkilendiren, kamusal alanı da erkeğe ait kılan ataerkil toplumsal düzenle ilişkili olduğu düşünülen bir etkinin, evli erkeklerin internet kullanım amaçlarını görece çeşitlendirdiği düşünülmektedir. Nitekim, internet bankacılığını veya e-devlet uygulamalarını kullanma pratikleri, hanenin asıl gelir getireni olarak erkeğin işgücüne katılmasıyla, evin dışındaki dünyayla yani kamusal alanla kurduğu bağlantıyla ilişkilendirilebilir. Sahanın genelindeki bir çok kadın kullanıcının ise bu pratiklerin varlığından bile haberdar olmadığı gözlenmiştir.

Ayrıca, sosyal medya hesabı sahipliğinin akıllı telefon sahipliği ile doğru orantılı olduğu görülmektedir. İnternete bağlanmayı sağlayan tek ve/veya öncelikli aracın akıllı telefonlar olması bu durumu etkilemektedir elbette. Akıllı telefonlar fazlaca kişiselleştirilmiş araçlardır. Örneğin, WhatsApp uygulaması aracılığıyla iletişim kurmak istediğiniz kişinin numarası, telefon rehberinde kayıtlı olmak durumundadır. Diğer sosyal medya ortamları için de benzer durumlar söz konusudur. Facebook, Instagram gibi sosyal medya ortamlarına ait telefonda yer alan uygulamalar üzerinden, farklı bir kullanıcının kendi hesabına ulaşması zahmetlidir. Bu bulgu her üç mahalleye de genellenebilir olsa da Sevinç köyü küçük bir örneklem olduğu için, bazı örüntüleri daha yakından görme imkanı olmuştur. Sevinç köyünde görüşülen erkeklerin tamamına yakını akıllı telefon ve sosyal medya kullanıcısı iken, sadece akıllı telefon sahibi olan kadın kullanıcıların WhatsApp hesabı vardır. Bunlardan bazıları da aynı zamanda Facebook ve Instagram kullanıcılarıdır. Durna ve Durna'da (2015), araştırmalarının temel sorunlarından olmasa da, evli olan erkeklerin hiçbirinin eşinin Facebook kullanıcısı olmadığına dikkat çekici olduğunu; otuzlu yaşlara yakın, evli ve köyde yaşayan hiçbir kadının Facebook kullanıcısı olmama nedenlerinin araştırılmaya değer olduğunu belirtirler. Gözlemleri, hala köyden biriyle evli olmayan, köyün dışında eğitim gören veya çalışan kadınların,

nispeten özgür ve Facebook hesabı açma hakkına sahip oldukları yönünde bir izlenim edinmelerine yol açmıştır (2015, s. 106-107). Fakat bu çalışmada, hem kadınların yeni iletişim araçlarına olan uzaklığını hem de erkeklerin internet kullanımının tek yönlülüğünü sadece kırsalla ilişkili bir bulgu olarak yorumlamaya imtina ile yaklaşmak gerektiği, zira bu bulgunun kırsala özgü pratikleri ortaya koymayı amaçlayan daha odaklanmış çalışmalarla anlaşılabilceği düşünülmektedir. Bu sebeple, bu bulguyu şimdilik, araştırmanın amacında belirtildiği gibi, düşük gelir ve statüyle ilişkili olarak değerlendirmek, diğer veçheleri ise yapılacak sonraki araştırmalar için bir başlangıç noktası olarak almak daha doğru gözükmemektedir.



5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Dijital eşitsizlikler, yeni iletişim araçlarına erişme ve onlara sahip olma anlamındaki erişim uçurumu sorununu kapsamakla birlikte, ondan daha geniş bir anlama sahiptir. Dijital eşitsizlikler, araçlara erişme anlamındaki birinci düzey; araçları kullanma becerileri ve pratikleri anlamındaki ikinci düzey ve araçları kullanımla elde edilen somut faydaların niteliği anlamındaki üçüncü düzey dijital eşitsizlikleri içine almaktadır.

Toplumsal eşitsizlikler gelir düzeyine, toplumsal cinsiyete, yaşa, eğitimsizliğe bağlı olarak ortaya çıkabilir. Bu toplumsal eşitsizlik formları birbiriyle ilişkilidir ve birbirini etkilemekte, güçlendirmektedir. Toplumsal eşitsizliğin bu geleneksel biçimlerinin yeni iletişim araçlarıyla kurulan ilişkiyi nasıl biçimlendirdiği, bu eşitsizlikleri kırma veya güçlendirme anlamında ne türden bir etkiye sahip olduğu soruları her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır. Yoksulluk kavramının sadece gelirle belirlenen nesnel bir kategori olarak kullanılmadığı bu araştırmada, kavram yukarıda sayılan yatay eşitsizlik formlarını da içine almaktadır. Dijital eşitsizliklerin toplumsal cinsiyet, yaş, sınıf, eğitim gibi eşitsizliğin geleneksel biçimlerinden nasıl etkilendiği ve onları nasıl etkilediği soruları bu araştırmanın temel çıkış noktasıdır. Yoksulların erişim uçurumunun neresinde konumlandıkları; kullanım beceri ve pratiklerinden kaynaklanan ikinci düzey eşitsizliklerin onları toplumun diğer avantajlı kesimlerinden nasıl ayırdığı; araçları kullanımla somut faydalar elde edip etmedikleri soruları bu araştırma kapsamında önemli görülmüştür. İşte, ana yönelimi dijital eşitsizlikler olan bu tezin saha çalışması, Eskişehir'in Emek, Gündoğdu ve Sevinç mahallelerinde yaşayan yoksul bireylerle ve bu kapsamda gerçekleştirilen 415 anket ve 39 yarı-yapılandırılmış görüşme ile sınırlandırılmıştır.

Sosyal ve kültürel faaliyetlere katılma durumlarını ortaya koymayı amaçlayan sorular, bireylerin *kültürel sermayeleri* hakkında bir fikir verebileceği düşüncesiyle yöneltildi. Nitekim ortaya çıkan sonuçların çarpıcı olduğu düşünülmektedir. Önemli bulgulardan biri, evli veya bekâr olma durumuyla birlikte yanıtların farklılık göstermesidir. Özellikle, sosyal ve kültürel faaliyetlere katılma deneyimi olmamış veya bu türden faaliyetleri uzak bir geçmişte deneyimlemiş olan evli kadınların yanıtları dikkat çekmektedir. “Nerden çıktı bu?”, “bizim sosyal hayatımız yok kardeşim öyle!”, “aklımın işi değil”, “heveste etmedim” şeklindeki ifadeler, evli kadınlar tarafından verilen çarpıcı cevaplardan bazılarıdır. Bu ifadeler, kadınların sosyal ve kültürel faaliyetler ile kendi

yaşamları arasında sembolik bir uzaklık kurmuş oldukları anlamına gelmekte ve kendilerini sınırlayan toplumsal koşulları içselleştirdiklerini göstermektedir. *Habitus*, bir kader olmamakla (Bourdieu, 2003, s. 125-126) birlikte, insanların toplumsal dünyadaki mevcut konumları için neyi “makul” veya “mantıksız” bulacakları noktasında belirleyicidir (Swartz, 2015, s. 148). Ekonomik ve politik alan olarak benimsenen kamusal alanı erkeklere ait; özel ve ev içi alanları ise kadınlara ait olarak gören (Demez, 2005, s. 32) egemen cinsiyet rejiminin kadını özel alana hapseden bir yönü vardır. Bu yön, bizzat kadınların yanıtlarında, ama ‘evet’ veya ‘hayır’ kategorileri içinde değil, şaşkınlıkla ve alaya alarak kurdukları ünlem cümlelerinde fark edilmektedir.

Kültürel ve sosyal faaliyetlere katılım sorularına verilen yanıtlar, evli-bekâr, kadın-erkek, genç-yaşlı ayrımları üzerinden değerlendirilebilecek bulgular ortaya koymuştur. Buna karşın, bu ayrımlar düz çizgisel bir şekilde ilerlememektedir. Nitekim, araştırma bulguları, bu araştırma sahasında ‘genç’ olarak anılmanın tek koşulunun yaş olmadığını göstermiştir. 28 yaşındaki genç bir kadının, “Bu saatten sonra çoluk çocuğa karışmışım. Hayat yok canım.” şeklindeki ifadesi bu noktanın anlaşılması açısından önemlidir. Eğitim hayatını erken terk etme, ekonomik kısıtlılık, genç yaşta evlilik ve en az bir çocuk sahibi olma unsurlarının, yoksul bireyleri asgari düzeyde bir dinamizm içeren yaşam pratiği ve heyecanından, kültürel ve sosyal faaliyetlere katılımdan ve yaşadıkları toplumsallaşma çevresinden dışarı adım atmaktan yoksun bıraktığı anlaşılmıştır. Bu bulgu, yalnızca kültürel ve sosyal faaliyetlere katılımı ilgili değildir. Aynı unsurlar, bireyleri yeni iletişim teknolojileriyle görece yüksek ilişkilene gerektiren bir yaşam tarzından da yoksun bırakmaktadır. Bu bulgular, eşitsizliklerin yalnızca kadın-erkek, genç-yaşlı ikiliği üzerinden belirginleşmediğini, bu ikiliklerin kendi içlerinde homojen olmadıklarını göstermektedir. Bu değerlendirmeler, medya kullanım pratiklerini içeren bulgular için de geçerlidir. Düşük eğitim düzeyi, ekonomik kısıtlılıklar, erken yaşta evlenme ve çocuk sahibi olma unsurları, Arun ve Elmas’ın da (2020, s. 110, 120) vurguladığı üzere, yaş gruplarının yalnızca biyolojik özelliklere sahip olmadığını, sosyolojik olarak inşa edildiklerini ortaya koymaktadır.

Araştırmanın örneklemi yoksul insanlar olsa da, bazılarının diğerlerinden daha iyi durumda olduğu, birbirlerine kıyasla göreceli nitelikte örnekler söz konusudur. Buna karşın, hem kendilerinin hem de ailelerinin eğitim düzeylerinin düşüklüğü; düşük

statüdeki işlerle meşgul olmaları; hanenin asıl gelir getireninin baba/erkek olması; kadınların çalışma yaşamında yer aldığı örneklere çok az rastlanması noktalarında benzer özelliklere sahiptirler. Bu geniş örnekler arasında, yoksulluğu çok derinden yaşadıkları gözlemlenen belli başlı hanelerde dahi, geleneksel ve yeni iletişim araçlarına sahip olma ve erişme konularına oldukça önem verildiği görülmektedir. 39 yaşında bir baba tarafından sarf edilen, “Eskiden derlerdi bana: ‘Beyaz eşya, koltuk takımı, araba, ev alacaksın!’, şimdi diyor ki ‘Cep telefonum olacak, bilgisayarım bir de internetim olacak evde!’” şeklindeki cümleler bu bulgu için güzel bir örnektir. Tarih boyunca, bireylerin hayatta kalma mücadelesi farklı toplumsal koşullara göre farklı biçimler almıştır. Dolayısıyla, bireysel veya toplumsal ihtiyaçların niteliğinin de bu çağa özgü unsurlar çerçevesinde ele alınması zaruridir. Yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal yaşamın her alanına sirayet ettiği günümüzde, hem araç sahipliği hem de onları kullanabilme becerileri, küresel düzeyde devam eden rekabet ortamında tutunabilmenin (Ergur vd., 2009, s. 102-103), biyolojik anlamda olmasa bile, ‘sosyal anlamda hayatta kalabilmenin’ yollarından biri hâline gelmiştir. Bu bakış açısı, tüm ekonomik kısıtlılıklara rağmen iletişim araçlarına erişmeyi önemli gören bireylerin daha kolay anlaşılmasını sağlayacaktır.

Bireylerin sosyal medyayı mı yoksa televizyonu mu daha güvenli bulduklarına ve sosyal medyada karşılaştıkları bilgi/haber içeriklerine güvenmelerini sağlayan unsurların neler olduğuna ilişkin ulaşılan bulgular, sosyal medyada yanlış bilgi ve haber konulu Kadir Has Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde yürütülen araştırmanın sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Televizyona olan güven, “Ben atamda onları gördüm ondan öyle” ve benzeri ifadelerle gerekçelendirilmekte, *tanıdık olan iletişim aracı ve ortamlarını benimseme* (Koçer, 2 Nisan 2019) davranışıyla açıklanmaktadır. Söz konusu araştırmada tanıdık olanı benimseme davranışının güven ihtiyacının yerine geçtiği ifade edilmektedir (Koçer, 2 Nisan 2019). Tanıdık olanı benimseme davranışı, yeni iletişim araç ve ortamlarını kullanma durumuna göre farklılaşmaktadır. Bu noktada bireysel farklılıklar söz konusudur. Nitekim, televizyona olan güven, kimi zaman sadece bir alışkanlıkla ilişkiliyken, kimi zaman ise internet kaynaklı olumsuz haber edinme deneyimleriyle ilişkilidir.

Eğitim hayatı devam eden ve bekâr olan bazı gençlerin haber konusunda internet ortamındaki içeriklere karşı görece daha olumlu bir yaklaşım içinde oldukları tespit edilmiştir. Bu olumlu yaklaşımın nedeni yine güven duygusunun yerine geçen tanıdık olanı içselleştirme eğilimidir. Bu, internetle ilişkisi olmayan veya zayıf olan kullanıcıların televizyona olan ‘nedensiz’ ve ‘açıklanamaz’ güvenlerine benzer bir eğilimdir. Örneklemedeki gençlerin, internetteki doğru ve yanlış bilgiyi ayırt etme veya teyit etme amacıyla, çevrimiçi ortamları kullanmaya daha yatkın oldukları anlaşılmaktadır. Diğer katılımcıların ifadeleriyle kıyaslandığında öne çıkan temel farklılık budur. Bu bulgu, internetin gençler için daha tanıdık, en azından kendilerini güvensiz hissetmedikleri bir ortam olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, bu tanıdıklık veya kendini güvende hissetme duygusunun internet kullanımının yoğunluğuyla ilişkili olduğu ifade edilebilir. Nitekim, ileri yaşlarda da internetteki haber kaynağına önem veren ve güvendiği sitelere baktığını ifade eden bireylerle karşılaşmıştır. Bu karşılaşmalar, yukarda da ifade edildiği üzere, gözlerini dijital dünyaya açma, dijital dilin yerlileri olma şeklindeki *dijital yerli* ve *dijital göçmen* bölünmesini karşılamamaktadır. Araştırmanın başından beri bahsedildiği üzere, bölünme yalnızca yaşa bağlı olmadığı için, bölünmenin sonuçları da net değildir ve sınırları belirsizdir. Yaş almaya özgü farklılıklar, toplumsal cinsiyetle ilişkili kabul edilmiş yargılar, ekonomik kısıtlılıklar ve düşük eğitim düzeyi yeni iletişim araçlarıyla ilişkinin biçimini ve niteliğini belirleyen önemli unsurlardır. Genel bir çerçeveden bakıldığında bilgi/haber anlatıları konusunda televizyonun sosyal medyadan çok daha güvenli görülen bir araç olarak öne çıktığı ifade edilebilir. İnterneti kullanma yoğunluğu ve sosyal medya kullanıp kullanmama durumu elbette bu güven duygusunu etkileyen önemli unsurlardır. Bu unsurlar sadece hangi araca daha çok güvenildiğini değil, bu güvenin dayanakları üzerinde de belirleyici olmaktadır.

RTÜK’ün medya okuryazarlığı ile ilgili faaliyetlerinden olan “Koruyucu Sembol Sistemi” (Saygın, 2016, s. 351) veya “Akıllı İşaretler”in örneklemedeki bilinirlik düzeyi ile ilgili ulaşılan bulgular, ülkemizde medya okuryazarlığı eğitim ve faaliyetlerinin eksikliğini ortaya koymaktadır. Yılmaz ve Taylan’a (2016, s. 304) göre, akıllı işaretler sistemi, çocuk ve ergenleri olumsuz etkileyeceği düşünülen yayınları *yasaklama* yerine, daha çok bir *özdenetim* süreciyle ilgilidir ve olumsuz etkilerden *koruma sorumluluğunu* öne çıkarır. Bu da, ebeveynlerin eğitim düzeyini daha önemli hâle getirmektedir. Düşük

sosyal ve ekonomik statüdeki mahallelerde gerçekleştirilen bu araştırmada, akıllı işaretlerin ne oranda biliniyor olduğu önemli görülmüştür. Her bir işaretin bilinirlik oranı, cinsiyete, yaşa ve eğitim düzeyine göre farklılaşmaktadır. En az bilinirlik oranına sahip olanlar, *cinsellik* (%39,5) ve *olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar* (%24,9) içeren yayınları gösteren işaretlerdir. Bu sonuçların, işaretlerin soyutluğuyla ve bireylerin kültür sermayeleriyle ilişkili olduğu düşünülmektedir. Nitekim bulgular, anlamı işaret içerisinde daha az açık olan veya soyut kalan işaretlerin bilinirlik oranının azaldığını göstermektedir. Akıllı işaretler sistemi, medya okuryazarlığının elbette sadece bir boyutudur. Buna karşın, medya okuryazarlığının geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin “sorumluluktan kurtulma (Yılmaz ve Taylan, 2016, s. 323)” anlayışından arınmış bir kamu politikasına dönüştürülme ihtiyacını gözler önüne sermektedir.

Yoksul hanelerin yaklaşık 2/3’ünde masaüstü, dizüstü ve tablet bilgisayar olmadığı görülmektedir. Masaüstü bilgisayar bulunan hanelerin oranı %34,2, dizüstü bilgisayar bulunan hanelerin oranı %28,3, tablet bilgisayar bulunan hanelerin oranı ise %29,1’dir. Bu oranların, hanelerin sosyo-ekonomik durumları kadar tablet ve daha çok da akıllı telefon kullanımının yaygınlaşmasıyla ilişkili olduğu; hanelerde okul çağında çocukların bulunup bulunmaması durumundan da etkilendiği düşünülmektedir.

Örneklem genelinde, bilgisayar kullanmayı bilen kadınların oranı %50,9, erkeklerin oranı ise %62,4’tür. Yaş arttıkça bilgisayar kullanmayı bilenlerin oranı azalmakta; eğitim düzeyi yükseldikçe de doğal olarak bilgisayar kullanmayı bilenlerin oranı artmaktadır. Ayrıca, anne-babanın eğitim düzeyi yükseldikçe de bilgisayar kullanmayı bilme oranları artmaktadır. Nitel bulgular ise, eğitimle elde edilen kültürel sermaye donanımının bilgisayar kullanımına ihtiyaç duyma ve onu kullanma becerileri üzerinde, diğer değişkenlerden daha fazla etkili olduğunu ortaya koymuştur. 25 yaşındaki iki çocuk annesi bir ev kadınının internetten bahsederken kullandığı “Valla internet, benim duyduğuma göre, iyi bi şey değil” şeklindeki ifadeleri bu bulguya güzel bir örnek teşkil etmektedir. Dolayısıyla, nicel bulguların işaret ettiği yaşa ilişkin farklılıklar yorumlanırken, örneklemin ekonomik ve kültürel sermayelerinin de göz önünde bulundurulması oldukça önemlidir.

Erişim uçurumu yoksullar için h    bir sorun olmaya devam etmektedir. Bununla birlikte, *ikinci düzey dijital eşitsizlikler*, yani yeni iletişim araçlarının “nasıl kullanılıyor” olduğu daha dikkat çekicidir. İnternet kullanımı, eğitim hayatına devam eden, ortaokul veya lise düzeyindeki, bekâr “gençler” dışında çoğunlukla tek yönlüdür. Hem daha özel dijital beceriler isteyen hem de yeni iletişim araçlarını kullanma deneyimiyle ilişkili bir kendine güven duygusuna da ihtiyaç duyan internetten alışveriş yapma gibi evrimii pratiklere, yani görece daha ‘  zel’ evrimii davranışlara çok nadir rastlanmıştır. Fakat bu bulgu, örneklemdaki yoksul bireylerin sosyo-ekonomik statülerinden, toplumsal kökenlerinden bağımsız değerlendirilebilecek bir bulgu değildir. Üstelik, böylesi bir değerlendirmenin söz konusu bireylere haksızlık olacağı düşünmektedir. Kullanma deneyimi ile ilişkili güven duygusu önemli bir konudur. Kullanma deneyimi, bireylere belli ölçüde dijital beceriler kazandırır ve güven duygusunun önemli bir ayağı dijital becerilerdir. Bununla birlikte, güven duygusunun bir ayağı da, evrimii dünyayı ve oradaki pratikleri normalleştirme, bu pratikleri çevrimdışı dünyaya adapte edebilme, evrimii dünyanın olanaklarından asgari düzeyde de olsa yararlanabilme ve evrimii risklerden kendini koruyabileceğine inanmayla ilgili bir içselleştirme süreciyle ilgilidir. Çevrimiçi deneyimler, Ragnedda’nın (2018) *dijital sermaye* kavramıyla da ilişkilidir. Hatırlanacağı üzere, *dijital sermaye* kavramına göre, internet kullanımıyla elde edilen somut faydalar, bireylerin hem mevcut sermayeleri hem de mevcut sermayelerinin dijital sermayeleriyle etkileşimi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bireylerin evrimdışı sermayeleri, çevrimdışı yaşamdaki etkinliklerini evrimii etkinliklere dönüştürmektedir. Aslında, evrimiinde harcanan zaman, orada aranan enformasyon veya oradan elde edilen çeşitli kaynaklar ve beceriler bireyin çevrimdışı etkinlikleriyle yani mevcut sermayeleri ile bağlantılıdır. Dijital sermaye kavramına göre, bu evrimii etkinlikler, bazı bireyler tarafından zamanla daha yüksek maaşlı bir iş vb. somut faydalara d  n  şt  r  lebilirken, bazı kullanıcılar tarafından böyle bir somut faydadan bahsetmek mümkün olamaz (Ragnedda, 2018, s. 2367). İşte burası, *   nc   düzey dijital eşitsizliklerin* görünür olmaya başladığı yerdir. Bu araştırmada görüşülen yoksul bireylerin sosyal, ekonomik ve kültürel sermayelerinin evrimii pratikleri üzerinde belirleyici olduğu çok açıktır. Özellikle kadın kullanıcıların çevrimiçinde aradıkları enformasyonun çoğunlukla el işleri veya yemek tarifleriyle ilgili olduğunu gösteren çok sayıda örnek vardır. Witte and Minnon’un (2010) belirli evrimii pratikleri üst sınıf pratikleri olarak ele alan Weberyen perspektifteki yaklaşımları dikkate alındığında da,

yoksul kadınların ‘seçkin’ çevrimiçi pratikleri olduğu söylenememektedir. Bununla birlikte, kadınların yaşamında internetin hiçbir olumlu etkisinin olmadığını söylemek de yanlış olur. İnternette dantel örneklerine bakmak, veya WhatsApp gruplarında sosyalleşmek çoğu kadının heyecanla verdiği yanıtlardır. Ergül ve arkadaşlarının (2012, s. 132) yapmış olduğu çalışmada ulaşılan benzeri bulgular, ev kadınlarının kamusal alana adım atmasına yarayan bir tür ‘pencere’/’arka kapı’ şeklinde yorumlanmıştır. Bu anlamda, yoksul kadınların çevrimiçi pratiklerini sıradanlaştıran unsur, bu pratiklerin tek düzelidir. Bir diğer deyişle dijital sermayelerinin zayıflığıdır. Dijital sermayeleri ise sınıfsal konumlarıyla yani gerçekte ‘kim’ olduklarıyla bağlantılıdır. Daha açık bir ifadeyle, çevrimiçi pratiklerinin tekdüzeliği, düşük eğitim düzeyi ve yoksullukla beslenen toplumsal kökenleriyle anlamlı bir bulguya dönüşmekte; meselenin yalnızca toplumsal cinsiyet örüntüleriyle ilgili olmadığını göstermektedir. Nitekim, akıllı telefonlar erkek kullanıcılar tarafından ınternette iş aramak amacıyla kullanılmaktadır. Taksicilik yaptığını ifade eden bir babanın, haritadan adreslere bakmak amacıyla interneti kullandığını ifade etmesi, bireylerin çevrimiçi pratiklerinin dijital sermayeleri ile ilgili olduğunu bir kez daha ortaya koyan önemli bulgulardır. Erkeklerin işgücünde yer alması, kamusal alanda görünür olmaları çevrimiçi pratiklerini de belirlemektedir. Oysa yoksul ev kadınlarının çeşitlilik göstermeyen çevrimiçi pratikleri, çoğunlukla özel alanla, yani ev yaşamıyla ilgilidir. Bu bulgular, dijital eşitsizliklerin sınıfsal konumla olan ilişkisini güçlendirmektedir.

Örneklemin %50,5’inin evlerinde internet aboneliği vardır. Araştırma sonucunda ulaşılan bulgulardan biri de, telefonların “evden internete ulaşmak” pratiğini değiştirmiş olduğudur. Akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla ve her telefon operatörünün internete erişim tarifesinin olmasıyla, ev internetine olan ihtiyacın azaldığı anlaşılmıştır. Bu anlamda, yeni iletişim araçlarına erişim ve sahiplik konusundaki eşitsizliklerin görece azalmasında, akıllı telefonların kayda değer düzeyde rol oynadığını önemle belirtmek gerekir. Bununla birlikte, Gündoğdu mahallesinde ev internetine abone olmak istediğini fakat alt yapı sorunlarıyla bunu gerçekleştiremediklerini söyleyenler sayıca az değildir. Bu durum, erişim uçurumunun hâlâ önemli bir sorun olmaya devam ettiği gerçeğinin göstergesidir.

Örneklemin yarısından fazlası (%75,2) akıllı telefon sahibi olduğunu belirtmiştir. %17,8'i "normal" cep telefonu sahibidir. Kalan %7'sinin ise kendilerine ait bir cep telefonu yoktur. Akıllı telefon sahipliğinde cinsiyete ilişkin anlamlı bir fark olmamasına karşın, nitel bulgular, bazı ev kadınlarının genellikle, çocuklarından veya eşlerinden kalan eski telefonları kullandığını ortaya koymuştur. Bazı kadın görüşmecilerin, "Neden eskileri kullanan hep ben olayım?", "Aşk olsun. Eşim kendisine aldı", "Anneler çöplük" şeklindeki ifadelerinin bu bulgular bağlamında çarpıcı oldukları düşünülmektedir. En önemlisi ise, nitel bulguların eşitsizliklerin tek yönlü olmadığını bir kez daha göstermiş olmasıdır. Akıllı telefon sahipliğinde cinsiyete göre anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Buna karşın, yoksul kadınların toplumsal kökenleri ya da sınıfsal konumları, onları ilk anda görünmesi zor olan veya içselleştirilmiş olması sebebiyle fark edilmesi zorlaşan sembolik bir şiddete maruz bırakmaktadır. Ayrıca, maruz kaldıkları sembolik şiddetin, "bahşetmek" ifadesinde olduğu gibi, kadınlar tarafından ironi yapılarak yumuşatıldığı da söylenebilir.

Sevinç köyüne özgü olarak ulaşılmış bulgulardan biri, yeni iletişim araçlarına yüklenen anlamın "mesafe", "uzaklık", "şehir", "köy" gibi sözcüklerle ifade edilmesidir. Bu ifadelerdeki şehir ve köy vurguları, yaşanan mahallenin merkeze olan nesnel ve ölçülebilir uzaklığından öte, yaşam tarzındaki farklılıklarla açıklanabilecek sembolik bir uzaklığa işaret etmektedir. Gençlerin toplu olarak çevrimiçi oyun oynayabilmek için mahalledeki bir okulun internet şifresini kırmaları, Sevinç köyüne özel bir bulgudur. Bu davranış, gençlerin, "birlikte" oyun oynayabilmek, yani çevrimiçi ve çevrimdışı sosyalleşmeyi eş zamanlı hâle getirebilmek için geliştirdikleri bir çözümdür. Bu çözüm onları, mekânların ve kullanıcıların sürekli bağlantıda yani birbirleriyle ilişkide olduğu ağlaşmış kamunun (*networked publics*) (boyd, 2007, s. 8) bir parçası durumuna getirmektedir. Bahsedilen bu ağlaşmış kamu, söz konusu davranışı gerçekleştiren gençler için sadece birbirleriyle bağlantıda olunarak dahil oldukları bir kamusal alan değildir. İnternet kafede çevrimiçi oyun oynamak gençliğe özgü bir pratik olarak gözlemlenmektedir ve koşulları zorlayarak bu pratiği gerçekleştirmenin kendisi bile, onları küresel dünyaya dahil etmektedir. Bu davranış, iletişim araçlarının küreselleşme sürecini hızlandırma, toplumları/kültürleri birbirine yakınlaştırma, hatta onların farklılıklarını görünmez kılma noktasındaki etkilerini göstermektedir. Binark (2017, s. 281) bu durumu, "deneyimlerin ağ üzerinden paylaşımı, ortak bir tüketim kültürü ve

örüntüleri oluşturmaktadır” diyerek açıklamaktadır. Dolayısıyla, ilk anda ve dikkatsizce bakıldığında, bireylerin birbirine eşitlendiği yanlışlamasını uyandıran erişme ve sahiplik konularının hatta yeni iletişim araçları ile gerçekleştirilen gündelik yaşam pratiklerinin; cinsiyete, yaşa, yaşanan yere, sosyal ve ekonomik statüye göre farklılaşan yanlarını yakalayıp çıkarmak zorlaşmaktadır.

Bu araştırmada ulaşılan bulgular, gelecek dönemlerde yapılacak araştırmalarda, orta/orta-üst gelir ve statü grubuna dahil olan bireylerin maruz kaldıkları dijital eşitsizliklerle, düşük gelir ve statü grubuna dahil olan bireylerin maruz kaldıkları dijital eşitsizliklerin karşılaştırmalı çalışmalarla ortaya konulmasının önemli olabileceğini düşündürmüştür. Bunun nedeni, yukarıda ifade edildiği gibi, kadın-erkek, genç-yaşlı gibi kategorik grupların homojen olmamalarıdır. Sözgelimi, kadın ve erkeklerin bilgisayar ve internet kullanımını gösteren nicel bulgular toplumsal cinsiyetten kaynaklanan kullanım ve beceri farklılıklarını, hanede mevcut olan ikinci el akıllı telefonların neden çoğunlukla kadında ya da annede olduğunu, kadınların bu yolla maruz kaldığı *sembolik şiddeti* gösterememektedir. Aynı şekilde, nicel bulgular aynı veya farklı yaş gruplarında olan bireylerin yeni medya araçlarını kullanma pratiklerindeki farklılıkların gelir dağılımıyla, eğitimle, medeni durumla ilişkisini net olarak ortaya koyamamaktadır. Yaş arttıkça kullanımın azaldığı veya erkeklere nazaran daha az kadının bilgisayar kullanmayı bildiği doğrudur. Buna karşın, sadece bu yüzdelere bakmak dijital eşitsizliklerin toplumsal cinsiyet örüntülerinden beslenen taraflarının ihmal edilmesine neden olmaktadır. Benzer yorumlar yaşa bağlı farklılıklar için de geçerlidir. Yaş arttıkça kullanımın azaldığını gösteren sayısal veriler, örneklemimizdeki 25-26 yaşında ama eşinin yardımı olmadan sosyal medya hesabına giremeyen bireyleri görünür kıl(a)mamaktadır. Teması dijital eşitsizlikler olacak gelecek araştırmalarda, bu hususların dikkate alınmasının, dijital eşitsizlik meselesini anlamayı amaçlayan çalışmalar ve onu gidermeye yönelik politikalar için faydalı olabileceği düşünülmektedir. Böylece, farklı araştırma tekniklerinin bir arada kullanıldığı, bireylerin sınıfsal konumlarının dijital eşitsizliklerle nasıl ve neden kesiştiğini ortaya koyabilecek derinlikli araştırmalar gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Açıkgül, E. (2011). *Dijital bölünmenin fen bilgisi öğretmen adaylarının bilimsel süreçte bilgi iletişim teknolojilerini kullanma durumlarına etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adıyaman: Adıyaman Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Açık Toplum Enstitüsü. (Mart 2018). *Common sense wanted: Resilience to 'post-truth' and its predictors in the new media literacy index 2018*. https://osis.bg/wp-content/uploads/2018/04/MediaLiteracyIndex2018_publishENG.pdf (Erişim tarihi: 18.05.2019)
- Açık Toplum Enstitüsü. (Kasım 2019). *Just think about it. Findings of the media literacy index 2019*. https://osis.bg/wp-content/uploads/2019/11/MediaLiteracyIndex2019_-ENG.pdf (Erişim tarihi: 30.06.2020).
- Adaman, F. ve Keyder, Ç. (2006). Yoksulluk, STürkiye’de Büyük Kentlerin Gecekondu ve Çöküntü Mahallelerinde Yaşanan Yoksulluk ve Sosyal Dışlanma. https://ec.europa.eu/employment_social/social_inclusion/docs/2006/study_turkey_tr.pdf Erişim tarihi: 05.06.2017.
- Altan, Ömer Z.; Şişman Y. (2003); Yaşlılara yönelik sosyal politikalar. *Kamu-İş Dergisi*, 7 (2), s. 2-36.
- Ahmed, A. (2015). *A study on human capital index in closing the digital divide and raising e-government performance in middle east countries*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Çankaya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Akarçay, E. (2016). *Beslencenin sosyolojisi: orta sınıf(lar)ın yeme içme ve eğlence örüntüleri*. Ankara: Phoneix Yayınevi.
- Akın, A. (2010). Çevrimiçi spor ortamlarında nefret söylemi: bir topun peşinde koşan yirmi iki adam, taraftarlar ve medya. T. Çomu (Yayına hazırlayan). *Yeni medyada nefret söylemi içinde* (s. 193-222). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Aktaş Yamanoglu, M. (2006). Kent yoksulu gençlerin yaşam koşulları ve yoksulluğun yeniden üretimi. *İletişim: Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 9-48.
- Akyazı, A. (2007). *Bilgi toplumunda dijital bölünme ve yeni medya kavramının dijital bölünmeye etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (2010). *Öteki kuram: kitle iletişim kuram ve araştırmalarının tarihsel ve eleştirel bir değerlendirilmesi*. Ankara: Erk Yayınları.
- Armağan, E. ve Doğaner, M. C. (2018). Fenomen Pazarlaması: YouTube Güzellik Vloggerları Üzerine Bir Araştırma. 1. *International Congress of Political, Economic and Financial Analysis - 2018 (PEFA'18)*'de sunulan bildiri. Nazilli, Aydın, Türkiye.
- Arun, Ö. (2014). İnce Zevkler - olağan beğeniler: Çağdaş Türkiye'de kültürel eşitsizliğin yansımaları. *Cogito*, (76), 167-191.
- Arun ve Elmas (2016). Yaşlılıkta ayırım: Çağdaş Türkiye'de yerel yönetimleri bekleyen zorluklar. *Sosyoloji Dergisi*, 36 (2), 351-372.
- Arun, Ö., Ersözölü, M., Koçak, A. (2017). Televizyon alanında yaşlı ev kadınlarının kültürel tüketim pratikleri. *Selçuk İletişim*, 10 (1), 387-398.
- Arun, Ö. ve Elmas, Ç. (2020). Türkiye'de dijital eşitsizliğin toplumsal kökenleri. M. Fiğan ve Y. Dede Özdemir (Editörler). *Dijital Kültür, Dijital Eşitsizlikler ve Yaşlanma* içinde (s. 115-138). Ankara: Alternatif Bilişim Derneği Yayınları. ISBN 978-605-80007-2-8. https://ekitap.alternatifbilisim.org/pdf/dijital_kultur_dijital_esitsizlikler_ve_yaslanma.pdf
- Aufderheide, P. (1993). *Media literacy: A report of the national leadership conference on media literacy*. Communication and Society Program. Washington, DC: Aspen Institute.
- Aygül, E. (2010). Facebook'ta nefret söyleminin üretilmesi ve dolaşıma sokulması. T. Çomu (Yayına hazırlayan). *Yeni medyada nefret söylemi* içinde (s. 95-140). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Aytaç, Ö. (2013). Yoksulluk, Kentsel Sınıf-Altı ve Sosyal Dışlanma: Modern Kentlerde Sınıfsal/Mekansal Yarılma ve Suçlaştırılma Mekanizmaları. Ö. Aytaç ve S. İlhan (Editörler), *Kentsel yoksulluğu yeniden düşünmek* içinde (s. 65-124). Ankara: Birleşik Kitabevi.
- Aytun, C. (2005). *Dijital bölünme olgusu ve Türkiye üzerine bir uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Bal, S. (2015). *Altındağ'daki kent yoksulu gençlerin gündelik yaşamlarında medya tüketimi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Banerjee, A. ve Duflo, E. (2011). "More than one billion people are hungry in the World: but what if the experts are wrong?" *Foreign Policy*. April 25, <http://foreignpolicy.com/2011/04/25/more-than-1-billion-people-are-hungry-in-the-world/> (Erişim tarihi: 22.10.2017).
- Barthes, R. (2014). *Çağdaş söylenler*. (Çev: T. Yücel). İstanbul: Metis Yay.
- Başaran, F. (2005). İnternetin ekonomi politiği. M. Binark, B. Kılıçbay (Derleyenler), *İnternet, Toplum, Kültür* içinde (s. 32-52). Ankara: Epos Yayınları.
- Başlar, G. (2018). Bilgi toplumu kuramları bağlamında kamusal alan ve bilgi yanılması. M. Çakır (Editör), *Bilgi Toplumu Tartışmaları* içinde (s. 115-167). İstanbul: Pales Yayınları.
- Baştürk Akça E. ve Kaya B. (2016). Toplumsal cinsiyet eşitliği perspektifinden dijital bölünme ve farklı yaklaşımlar. *Intermedia International e-Journal*, 3 (5), 301-319.
- Bauman, Z. (1999). *Çalışma tüketicilik ve yeni yoksullar*. (Çev: Ü. Öktem). İstanbul: Sarmal.
- Bayraktutan-Sütcü, G. (2010). Dijital oyunlarda cinsiyetçilik. T. Çomu (Yayına hazırlayan). *Yeni medyada nefret söylemi* içinde (s. 181-191). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Becerikli, S.; Pınar Kılıç, N. (2014). Yaşlılar ve teknoloji kullanımı: literatürdeki araştırmalar üzerinden bir değerlendirme. E. Baştürk Akca (Editörler), *Yeni Medya; Yeni Pratikler; Yeni Olanaklar* içinde (s. 45-58). Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Berman, A. (June 15, 2009). Iran's twitter revolution. *The Nation*, <https://www.thenation.com/article/irans-twitter-revolution/> (Erişim tarihi: 03.11.2017)
- Bilgel Aşıcı, T. (2009). *Sayısal uçurumun üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerine göre incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

- Bilici, İ. E. (2017). Medya okuryazarlığı ve eğitimi. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Binark, M. ve Bayraktutan-Sütcü, G. (2007a). Teknogünlüklerdeki çok(lu) sessiz yaşamlar: yeni medyanın sessiz enstrümanları-yeni orta sınıf gençlik. M. Binark (Derleyen). *Yeni medya çalışmaları* içinde (s. 147-175). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Binark, M. ve Bayraktutan-Sütcü, G. (2007b). Ankara mikro ölçeğinde internet kafeler kullanım biçimleri. *XII. "Türkiye'de İnternet" Konferansı* (8-10 Kasım 2007), Ankara.
- Binark, M. ve Gencel Bek, M. (2010). *Eleştirel medya okuryazarlığı: Kuramsal yaklaşımlar ve uygulamalar*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Binark, M. ve Bayraktutan Sütcü, G. (2010). Türkiye'de internet haftası: İnternet günah keçisi mi yoksa keçileri kim kaçırdı?. *Eleştirel medya okuryazarlığı: Kuramsal yaklaşımlar ve uygulamalar* içinde (s. 213-218). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Binark, M. (2010). Nefret söyleminin yeni medya ortamında dolaşıma girmesi ve türetilmesi. T. Çomu (Yayına hazırlayan). *Yeni medyada nefret söylemi* içinde (s. 11-53). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Binark, M. ve Çomu, T. (2012). Sosyal medyanın nefret söylemi için kullanılması ifade özgürlüğü değildir, <https://yenimedya.wordpress.com/2012/01/20/sosyal-medyanin-nefret-soylemi-icin-kullanilmasi-ifade-ozgurlugu-degildir/> (Erişim tarihi: 22.06.2020).
- Binark, M. (2015). Yeni medya çalışmaları özel sayısı hakkında: neden?. *Folklor&Edebiyat*, 21 (83), 9-18.
- Binark, M., Karataş, Ş., Çomu, T. ve Koca, E. (2015). Türkiye'de Twitter'da trol kültürü. *Toplum ve Bilim*, (135), 124-157
- Binark, M. (2017), Kırsal Çin'de sosyal medya kullanımı: ağlaşmış bireysellikler ve ahlaki çerçevelerin yeniden inşası arasındaki gergin hat. Kitap Eleştirisi. *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 4 (1), 279-290
- Bourdieu, P. et al. (1999). *The weight of the world: social suffering in contemporary society*. Cambridge: Polity press.

- Bourdieu, P. (2003). *Habitus, illusio ve akılcılık. Düşünümsel bir antropoloji için cevaplar* içinde (s. 103-133). P. Bourdieu ve L. Wacquant. (Çev: N. Ökten). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015a). *Ayrım: beğeni yargısının toplumsal eleştirisi*. (Çev: D. Fırat ve G. Berkkurt). Ankara: Heretik Basın Yayın.
- Bourdieu, P. (2015b). *Pratik nedenler*. (Çev: H. Uğur Tanrıöver). İstanbul: Hil Yayın.
- Bourdieu, P. vd. (2015). *Dünyanın sefaleti*. Ankara: Heretik Yayınları.
- Bourdieu, P. (2018). *Eril tahakküm*. (Çev: B. Yılmaz). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- boyd, d., (2007). Why youth (Heart) social network sites: the role of networked publics in teenage social life. D. Buckingham (Ed.), *MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume*. Cambridge, MA: MIT Press. <https://www.danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf> (Erişim tarihi: 20.11.2017).
- Bozkurt, V. (2000). Gözetim ve internet: özel yaşamın sonu mu?. *Birikim Dergisi*, (136), 69-74.
- Bozkurt, V. (2006). *Endüstriyel&post-endüstriyel dönüşüm*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Brown J. S. and Duguid, P. (2000). *The social life of information*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Bryant, E. M. ve Marmo, J. (2009). Relational maintenance strategies on Facebook. *The Kentucky Journal of Communication*, 28 (2), s. 129-150.
- Campaine, B. M. (ed.) (2001). *The digital divide: facing a Crisis or creating a myth?*. Cambridge: The MIT Press.
- Cantekinler, M.K., Çaycı, A. D., Daşdemir, Ö., Yayla, F., Yılmaz, R. (2008). *Teknoloji, hizmetler, düzenleme ve dünyadaki gelişmelerle genişbant*. Telekomünikasyon Kurumu. Sektörel Araştırma ve Stratejiler Dairesi Başkanlığı. <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/slug/teknoloji-hizmetler-duzenleme-ve-dunyadaki-gelismelerle-genisbant.pdf> (Erişim tarihi: 13.02.2020).
- Castells, M. (2005). *Enformasyon çağı: ekonomi, toplum ve kültür-ağ toplumunun yükselişi* (Cilt 1) (Çev: E. Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2010). *End of millennium* (The Information Age Economy, Society, and Culture Volume III, 2. Edition). Malden, Oxford, Chichester: Wiley-Blackwell.

- Chandler, D. ve Munday, R. (2018). *Medya ve İletişim Sözlüğü*. (Çev. Babacan Taşdemir), Ankara: İletişim Yayınları.
- Coşkun, C. (2017). Bir sergileme yöntemi olarak arttırılmış gerçeklik. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (20), s. 61-75.
- Creswell, J. W., Y. ve Plano Clark, V. L., (2015a). Karma yöntem araştırmalarının doğası (Çev: Y. Dede ve S. B. Demir). Y. Dede ve S. B. Demir (Çev. Editörleri). *Karma yöntem araştırmaları: tasarımı ve yönetilmesi* içinde (s. 1-22). Ankara: Anı Yayınları.
- Creswell, J. W., Y. ve Plano Clark, V. L., (2015b). Karma yöntem desen seçimi (Çev: A. Delice). Y. Dede ve S. B. Demir (Çev. Editörleri). *Karma yöntem araştırmaları: tasarımı ve yönetilmesi* içinde (s. 61-116). Ankara: Anı Yayınları.
- Çomu, T. (2010). Video paylaşım ağlarında nefret söylemi. T. Çomu (Yayına hazırlayan). *Yeni medyada nefret söylemi* içinde (s. 141-180). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Çomu, T. ve Binark, M. (2013). Yeni medya ortamlarında nefret söylemi. M. Çınar (Ed.). *Medya ve nefret söylemi: kavramlar, mecralar, tartışmalar* içinde (s. 199-216). İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları.
- Dede Özdemir, Y. (2014). Yeni medya ortamlarında akıllı telefonlar üzerine düşünmek. *XIX. Türkiye'de İnternet Konferansı*, İzmir: Yaşar Üniversitesi, İzmir, 27-29 Kasım, 2014, inet-tr'14. s. 63-71. ISBN: 978-605-60504-7-3. M. Akgül, U. Çağlayan, E. Derman, A. Özgüt, A. Koltuksuz, M. Komesli (Ed.)
- Deloitte. (2019). *Hayatımızın merkezindeki mobil teknolojiler*. Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi 2019: Türkiye yönetici özeti. <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/TR-GMCS-2019.html> (Erişim tarihi: 19.05.2020).
- Demez, G. (2005). Kabadayıdan sanal delikanlıya değişen erkek imgesi. İstanbul: Babil Yayınları.
- DiMaggio, P., ve Hargittai, E. (2001). From the 'digital divide' to 'digital inequality': Studying Internet use as penetration increases. *Princeton: Center for Arts and Cultural Policy Studies, Woodrow Wilson School, Princeton University*, 1-23. https://culturalpolicy.princeton.edu/sites/culturalpolicy/files/wp15_dimaggio_hargittai.pdf

- DiMaggio, P., Hargittai, E., Celeste, C., ve Shafer, S. (2004). Digital inequality: From unequal access to differentiated use. K. Neckerman (Edited), Social Inequality içinde (s.355-400). New York: Russell Sage Foundation.
<http://www.webuse.org/pdf/DiMaggioEtAl-DigitalInequality2004.pdf>
- Dolgun, U. (2008). *Şeffaf hapisane yahut gözetim toplumu*. Bursa: Ötüken Neşriyat.
- Dolgun, U. (2011). İnternet ve demokrasi. *Sosyoloji Konferansları*, (44), 221-236
- Durna, T. ve Nehir, D. (2015). *Taşranın Facebook ile imtihanı bir akdeniz köyünde etnografik keşif çalışması*. *Folklor&Edebiyat*, 21 (83), 99-123.
- Erdoğan, N. (2016). Garibanların dünyası: Türkiye’de garibanların kültürel temsilleri üzerine ilk notlar. *Yoksulluk halleri* içinde (s. 29-46). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ergur, A., Yücel, H., Meissonnier, J., Pérouse, J.F. ve Doğuş, S. (2009). Kentsel çevre bölgelerindeki gençlerin kimlik araçları olarak mekânla ilişkilene, boş zaman değerlendirme ve teknoloji kullanımı (Proje No. 106K223) TÜBİTAK Projesi. İstanbul.
- Ergur, A. (2010). Medya dünyaları ve toplumsal dönüşüm. Yayınlanmamış çalışma.
- Ergül, H., Gökalp, E. ve Cangöz, İ. (2012). *Medya ne ki... Her şey yalan! Kent yoksullarının gündelik yaşamında medya*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ergül, H., Gökalp, E. ve Cangöz, İ. (2013). Eski yoksulluk yeni medya: yoksullukla baş etmede yeni medya kullanılıyor (mu?). H. Ergül (Derleyen), *Sahanın Sesleri* içinde (s. 309-334). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Ersöz, S. ve Meral, P. S. (2016). İnternet okuryazarlığı ve dijital uçurum. M. Cinman Şimşek ve N. Türkoğlu (Editörler). *Medya Okuryazarlığı* içinde (s. 237-254). İstanbul: Pales Yayınları.
- Fidaner, I. B. (2010). Önsöz. T. Çomu (Yayına hazırlayan). *Yeni medyada nefret söylemi* içinde (s. 8-10). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Fuchs, C. (2008). Internet and society: social theory in the information age. New York: Routledge.
- Fuchs, C. (2016). *Sosyal medya: eleştirel bir giriş* (Çev: İ. Kalaycı ve D. Saraçoğlu). Ankara: Nota Bene Yayınları.
- Gencel Bek, M. ve Aygün, E. (2014). Eşitsizlik ve kimlik ekseninde gençler ve yeni medya. M. Gencel Bek (Derleyen), *Medya, Çocukluk ve Gençlik* içinde. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.

- Gökalp, E. (2007). Sihirli fareyle uzaklara: internet, toplum ve iletişim. N. Bayram (Derleyen), *Toplum ve iletişim içinde* (s. 127-50). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Gökalp, E., Ergül H., Cangöz, İ. (2010). Türkiye’de yoksulluğun ve yoksulların ana akım basımda temsili. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 13 (1), 145-182.
- Gökalp, E. (2018). Medya ve toplumsal eşitsizlikler. M. Özben (Derleyen). *Toplumsal Eşitsizlikler içinde* (s. 222-226). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Gönç Şavran, T. (2009). Sosyolojide nicel ve nitel araştırma yöntemleri. N. Suğur (Editör). *Sosyolojide araştırma yöntem ve teknikleri içinde* (s. 78-96). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Gönç Şavran, T. (2010). Toplumsal eşitsizlikler ve sağlık: Eskişehir’de sosyolojik bir araştırma. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Görgün Baran, A., Koçak Kurt, Ş. ve Serdar Tekli, E. (2017). Yaşlıların dijital teknolojileri kullanım düzeyleri üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Sürekli Elektronik Dergi*, (45), 1-24. <http://www.idealonline.com.tr/IdealOnline/pdfViewer/index.xhtml?uId=63961&ioM=Paper&preview=true&isViewer=true#pagemode=bookmarks> (Erişim tarihi: 9.12.19)
- Güçdemir, Y. (2012). *Sanal ortamda iletişim*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Gül, S. (2015). *Political economy of the internet in Turkey: Digital divide, concentration and content*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güneş, F. (2016). Yoksulluk söyleminin toplumsal cinsiyet açısından yoksunluğu. *SAV Katkı*, (3), 6-17. <http://katki.org/wp-content/uploads/2016/10/katki3son.pdf> (Erişim tarihi: 20.10.2017).
- Halford, S. ve Savage M. (2010). Reconceptualizing digital social inequality. *Information, Communitain & Society*, 13 (7), 937-955. <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2010.499956>

- Hall, S. (1994). İdeolojinin yeniden keşfi: Medya çalışmalarında baskı altında tutulanın geri dönüşü. M. Küçük (Derleyen). *Medya, İktidar, İdeoloji* içinde (s. 57-103). Ankara: Ark Yayınevi.
- Hall, S. (2014). İdeoloji ve ideoloji kuramı. S. İrvan (Derleyen). *Medya Kültür Siyaset* içinde (s. 79-97). Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Hargittai, E. (2002). Second-level digital divide: differences in people's online skills. *First Monday*, 7 (4).
<https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/942/864>
- Hargittai, E. ve Dobransky, K. (2017). Old dogs, new clicks: Digital inequality in skills and uses among older adults. *Canadian Journal of Communication*, 42 (2), 195-212. DOI: <https://doi.org/10.22230/cjc.2017v42n2a3176>
- Heidegger, M. (1998). Teknik ve dönüş (Çev: N. Aça). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Hofer M., Hargittai E., Büchi M., Seifert A. (2019). Older adults' online information seeking and subjective well-being: the moderating role of internet skills. *International Journal of Communication*, 13, 4426-4443.
- Hüsnuoğlu, N. (2016). *Uluslararası dijital bölünmeyi etkileyen faktörler: Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için bir uygulama*. Yayımlanmamış Doktora Lisans Tezi. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ILO (1976) Employment Growth and Basic Needs: A One World Problems, Geneva: ILO
- Işık, O. ve Pınarcıoğlu, M. M. (2015). *Nöbetleşe yoksulluk: Sultanbeyli örneği*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Innis, H. (2011). Antik imparatorluklarda iletişim araçları, D. Crowley ve P. Heyer (Ed.), *İletişim tarihi* içinde (2. Baskı) (Çev: B. Ersöz) (s. 48-57), Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Jenkins, H. (2016). *"Cesur yeni medya": teknolojiler ve hayran kültürü* (Çev: N. Yeğengil). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Jols, T. ve Thoman, E. (2008). *21. Yüzyıl okuryazarlığı: medya okuryazarlığına genel bir bakış ve sınıf içi etkinlikler* (Çev: C. Elma ve A. Kesten). Ankara: Ekinoks.
- Jourdain, A. ve Naulin, S. (2016). *Pierre Bourdieu'nün kuramı ve sosyolojik kullanımları* (Çev: Ö. Elitez). İstanbul: İletişim Yayınları.

- Jung, J.Y., Linchuan, Q. ve Kim, Y-C., (2001). Internet connectedness and inequality: beyond the “divide”. *Communication Research*, (28), 507-535. DOI: 10.1177/009365001028004006
- Kabeer, N. (1996) “Agency, well-being and inequality: reflection on the gender dimension of poverty”, *IDS Bulletin*, 27 (1), 11-21
- Kalaycıoğlu, S., Çelik, K., Çelen, Ü. ve Türkyılmaz, S. (2010). Temsili bir örneklemede sosyo-ekonomik statü (SES) ölçüm aracı geliştirilmesi: Ankara kent merkezi örneği. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 13 (1), 183-220.
- Kalfa-Topateş, A. (2015). *Dilenciler: Türkiye’de yoksulluk ve dilenme kültürü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kellner, D. ve Share J. (2005). Toward critical media literacy: core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 26 (3), 369-386.
- Kent, B. (2012). Telekomünikasyon sektöründe evrensel hizmet kavramı. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 12 (2), 169-198.
- Kıray, M. B. (2005). *Tüketim normları üzerine karşılaştırmalı bir çalışma*. N. Bayazıt (Yayına hazırlayan). İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Kırlioğlu, M. (2019). Madde alt kültürünün dile gelmiş hâli: rap müzik. *Addicta: The Turkish Journal On Addictions*, 6 (3), 821-845.
- Koçer, S. (2 Nisan 2019). Türkiye’de sosyal medya ve yalan haber: sahadan notlar. *NewsLabTurkey*, <https://www.newslabturkey.org/turkiyede-sosyal-medya-ve-yalan-haber-sahadan-notlar/> (Erişim tarihi: 30.03.2020)
- Kraut, R.; Patterson, M.; Lundmark, V.; Kiesler, S.; Mukopadhyay, T.; Scherlis, W. (1998). İnternet paradox. A social techonology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53 (9), 1017-1031.
- Kress, G. (2004). *Literacy in the new media age*. London and New York: Routledge.
- Kuh, Z. (2019). *Sağlık hizmetleri kullanımında dijital bölünme üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kumar, K. (1999). *Sanayi sonrası toplumdaki post-modern topluma çağdaş dünyanın yeni kuramları*. Ankara: Dost Kitabevi.

- Küçük, O ve Koçak, M. C. (2019). İleri yaş grubu kişilerin internet kullanım alışkanlıkları: Trabzon örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (65), 1162-1168.
- Laegran, A. S. ve James S. (2003). “Nerdy, trend yor healthy? Configuring the internet café”, *NewMedia & Society*, 5 (3), 357-377.
- Levitas, R. (2005). *The inclusive society* (2. Baskı). Palgrave Macmillan.
- Lewis, O. (1990). *İşte hayat* (Çev: V. Çelikbaş). İstanbul: E Yayınları.
- Lin, N. (1976). *Foundations of social research*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Lipton, M. (1997). Defining and measuring poverty: conceptual issues. In UNDP. Human Development Papers 1997. UNDP/HDRO. New York.
- Livingstone, S. (2004a). What is media literacy? *Intermedia*, 32 (3), 18-20.
- Livingstone, S. (2004b). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7, 3-14.
- Lüküslü, D. (2011). Ulusaşırı bir gençlik kültürü ve toplumdan saygı talebi olarak hip-hop. *Toplum ve Bilim*, 121. sayı, 201-222.
- MacPherson, S. ve Silburn, R. (1998). The meaning and measurement of poverty, J. Dixon ve D. Macarow (Editors), *Poverty A Persistent Global Reality* içinde (s. 1-19), London and New York: Routledge.
- Maigret, E. (2012). *Medya ve iletişim sosyolojisi* (2. Baskı). (Çev: H. Yücel). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Marshall, G. (2009). *Sosyoloji sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Marx, K. (1976). *Ücretli emek ve sermaye*. Ankara: Sol Yayınları
- McLaughlin, S. (1998). *Introduction to language development*. San Diego: Singular Publishing.
- McLuhan, M. (2001). Gutenberg galaksisi: Tipografik insanın oluşumu. (Çev: G. Çğalı Güven). İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
- McLuhan, M. ve Fiore, Q. (2012). *Medya mesajı, medya masajıdır*. S. Semerci (Editör). (Çev.: İ. Haydaroğlu). İstanbul: MediCat Kitapları.

- Mora, N. (2008). Medya ve kültürel kimlik. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5 (1), 1-14. <https://www.j-humansciences.com/ojs/index.php/IJHS/article/view/406/273> (Erişim tarihi: 20.05.2020).
- Morley, D. (2005). *Family television: Cultural power and domestic leisure*. London and New York: Routledge.
- Morozov, E. (18 November 2009). How dictators watch us on the web. *Prospect*. <https://www.prospectmagazine.co.uk/magazine/how-dictators-watch-us-on-the-web> (Erişim tarihi: 03.11.2017)
- Negreiro, M. (2015, Aralık). *Bridging the digital divide in the EU* (briefing). Brussels: European Parliamentary Research Service. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/573884/EPRS_BRI\(2015\)573884_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/573884/EPRS_BRI(2015)573884_EN.pdf) (Erişim tarihi: 9.12.19).
- Neuman, W. L. (2010). *Toplumsal araştırma yöntemleri* (Cilt 1) (Çev: S. Özge). İstanbul: Yayın Odası.
- North, S., Snyder, I ve Bulfin, S. (2008). Digital tastes: social class and young people's technology use. *Information, Communication & Society*, 11 (7), 895-911.
- Ong, Walter J. (1999). *Sözlü ve yazılı kültür: sözüün teknolojileşmesi* (Çev: S. Postacıoğlu Banon). İstanbul: Metis Yayınları.
- Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD]. (2001), *Understanding digital divide*, Fransa: OECD Publications. <https://www.oecd.org/sti/1888451.pdf> (Erişim tarihi: 29.05.2017)
- Ozan Özarslan, Ö. (2018). Okuryazarlık kavramı. M. Yazıcı (Editör). *Web Okuryazarlığı* içinde (s. 2-26). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Özsoy, D. (2020). Dijital bölünme düzeylerine dair literatür analizi. M. Fiğan ve Y. Dede Özdemir (Editörler). *Dijital Kültür, Dijital Eşitsizlikler ve Yaşlanma* içinde (s. 11-24). Ankara: Alternatif Bilişim Derneği Yayınları. ISBN 978-605-80007-2-8. https://ekitap.alternatifbilisim.org/pdf/dijital_kultur_dijital_esitsizlikler_ve_yaslanma.pdf
- Özensel, E. (2015). *Türkiye’de kırsal yapıların dönüşümü*. Konya: Çizgi Kitabevi.

- Özsoy, D., Akbulut, E., Atılğan, S. S. ve Muschert G. (2020). Determinants of digital skills in Northeast Anatolia, Turkey. *Journal of Multicultural Discourses*, 15 (2), 148-164. DOI: 10.1080/17447143.2020.1797053.
- Pew Araştırma Merkezi. (22 Nisan 2019). 10% of Americans don't use the internet. Who are they?. <https://pewrsr.ch/2GrhLUj> (Erişim tarihi: 3.12.19).
- Pew Araştırma Merkezi. (7 Mayıs 2019b). Digital divide persists even as lower-income Americans make gains in tech adoption. <https://pewrsr.ch/2vK1HIo> (Erişim tarihi: 13.12.2019).
- Postman, N. (1994). *Televizyon öldüren eğlence* (Çev: O. Akınhay). İstanbul: Ayrıntı yayınları.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the horizon*. 9 (5), 1-6. <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (Erişim tarihi: 13.02.1014).
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu [RTÜK]. (2013). Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-2012. Ankara. [file:///C:/Users/user/Downloads/2013%20Y%C4%B1%C4%B1%20Ara%C5%9Ft%C4%B1rmalar%C4%B1%20\(1\)_0110.pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/2013%20Y%C4%B1%C4%B1%20Ara%C5%9Ft%C4%B1rmalar%C4%B1%20(1)_0110.pdf) (Erişim tarihi: 3.12.2019).
- RTÜK. (2018). Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-2018. Ankara. <https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/AltSiteler/televizyonizlemeegilimleriaraastirmasi2018.pdf> (Erişim tarihi: 3.12.2019).
- Ragnedda, M. ve Muschert, G. W. (2015). Max Weber and digital divide studies. *International Journal of Communication* (9), 2757–2762.
- Ragnedda, M. (2018). Conceptualizing digital capital. *Telematics and Informatics*, 35 (8), 2366-2375. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.10.006>
- Reuters Enstitüsü Dijital Haber Raporu. (2020). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf (Erişim tarihi: 7.07.2020).
- Rheingold, H. (2000). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Cambridge, Massachusetts; London, England: The MIT Press.
- Ritzer, G. (2014). *Klasik sosyoloji kuramları*. (Çev: H. Hülür). Ankara: De Ki Basım Yayın.

- Room, G. J. (1999). Social exclusion, solidarity and the challenge of globalization. *International Journal of Social Welfare*, 8 (3), 166-174.
- Sağır, A. ve Eraslan, H. (2019). Akıllı telefonların gençlerin gündelik hayatlarına etkisi: Türkiye’de üniversite gençliğinin örneği. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10 (17). 50-78.
- Saygın, E., (2016). Radyo ve televizyon üst kurulunun medya okuryazarlığı alanındaki rolü. E. Küçük Durur (Editör). *Medya Okuryazarlığı içinde* (s. 327-357). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Selvi, Y., Turan, S. G., Sayın, A. A., Boysan, M., Kandeğer, A., (2016). Siberkondria (İnternette Hastalık Arama Davranışı) Şiddeti Ölçeği. *Türk Psikiyatri Dergisi* (52. Ulusal Psikiyatri Kongresi Bildiri Özetleri), 27, 145.
- Selwyn, N. (2004). Reconsidering political and popular understandings of the digital divide. *New Media & Society*, (6) 3, 341-362.
- Sen, A. (1983). Sen, Amartya. (1983). “Poor, Relatively Speaking”, Oxford Economic Papers, New Series, Vol.35, No.2: 153-169. http://t.mcclelland.org/Class_reading/Amartya_Sen_Poor_Relatively_Speaking.pdf. Erişim tarihi: 06.06.2017
- Shirky, C. (December 11, 2009). The Net Advantage. *Prospect*, <https://www.prospectmagazine.co.uk/magazine/the-net-advantage> (Erişim tarihi: 03.11.2017)
- Silver, H. (1994). Social Exclusion and Social Solidarity: Three Paradigms. International Labour Organization (International Institute for Labour Studies).
- Silver, H. (1996). Culture, politics and national discourses of the new urban poverty. E. Mingione (Editör), *Urban poverty and the underclass: a reader* içinde (s. 105-138). Oxford and Cambridge: Blackwell Publishers.
- Smith, P. (2001). *Kültürel kuram*. (Çev.: S. Güzelsarı ve İ. Gündoğdu). İstanbul: Babil Yayınları.
- Somerville, P. (1998). Explanations of social exclusion: where does housing fit in?. *Housing Studies*, 13, (6), 761-780.

- Sophia (23 Kasım 2017). Sarwat Nasir tarafından robot Sophia gerçekleştirilen röportaj. *Khalej Times*, Dubai. <https://www.khaleejtimes.com/nation/dubai//video-sophia-the-robot-wants-to-start-a-family-> (Erişim tarihi: 04.12.2017).
- Soysal, F. (2017). *Sayısal uçurumun ölçülmesi için model geliştirilmesi: Sakarya liseleri örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Stevenson, N. (2008). *Medya kültürleri*. (Çev.: G. Orhan ve B.E. Aksoy). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Streeten, P. (1990). Poverty Concepts and Measurement. *The Bangladesh Development Studies* Vol. XVm, September, No. 3
- Subaşı, N. (2005). İnternet ve sanal cemaat tartışmaları. M. Binark ve B. Kılıçbay (Derleyenler), *İnternet, Toplum, Kültür* içinde (s. 106-117). Ankara: Epos Yayınları.
- Suğur, N., Suğur, S., Çetin, O. B., Gönç-Şavran, T., Akarçay, E. (2010). *Eskişehir'de çalışan yoksullar, enformel istihdam ve yoksulluk ilişkileri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Sullivan, A. (June 13, 2009). The revolution will be twittered. *The Atlantic*, <https://www.theatlantic.com/daily-dish/archive/2009/06/the-revolution-will-be-twittered/200478/> (Erişim tarihi: 03.11.2017)
- Sütlüoğlu, T. (2015). Sosyal paylaşım ağlarında gençlerin sosyalleşme ve kimlik inşası süreçleri: *Facebook* örneği. *Folklor&Edebiyat Dergisi*. 21 (83), 145-147.
- Swartz, D. (2015). *Kültür ve iktidar: Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi*. (Çev: E. Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Şenses, F. (2014). *Küreselleşmenin öteki yüzü yoksulluk*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Şentürk, Ş. D. (2017). 60 yaş üstü bireylerin sosyal ağlarda yer alma motivasyonları: *Facebook* örneği. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 1 (2), 183-195. https://yenimedya.aydin.edu.tr/wp-content/uploads/2017/05/ejnm_v01i2106.pdf (Erişim tarihi: 9.12.19).
- Tanca, K. E. (1 Haziran 2019). Türkiye'de sosyal medya ve yalan haber: sahadan notlar. *teyit.org*, <https://teyit.org/medya-okuryazarligi-yanlis-bilginin-onune-gecebilir/> (Erişim tarihi: 30.06.2020).

- Tanca, K. E. (17 Haziran 2020). 2020 Reuters Enstitüsü Dijital Haber Raporu: Covid-19 haber tüketimini derinden etkiledi. *teyit.org*, <https://teyit.org/2020-reuters-enstitusu-dijital-haber-raporu-covid-19-haber-tuketiminini-derinden-etkiledi/> (Erişim tarihi: 30.06.2020).
- Taşdemir, B. ve Fındık, D. (2017). Sayısal bölünmenin sosyo-ekonomik boyutu: Türkiye’de yetişkinlerin bilişim teknolojileri kullanım becerileri ve kültürel sermaye ilişkisi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (28), 39-59. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akil/article/437452> (Erişim tarihi: 10.05.19)
- Tekedere, H. ve Arpacı F. (2016). Orta yaş ve yaşlı bireylerin internet ve sosyal medyaya yönelik görüşleri. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 20 (2), 377-392.
- Timisi, N. (2005). Sanallığın gerçekliği: internetin kimlik ve topluluk alanlarına girişi. M. Binark, B. Kılıçbay (Derleyenler). *İnternet, Toplum, Kültür* içinde (ss. 89-105). Ankara: Epos Yayınları.
- Timisi, N., (2016). *Dijital*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Todman, L. C. (2004). Reflections on Social Exclusion: What is it? How is it different from U.S. Conceptualizations of Disadvantage? And, why Americans might consider integrating it into U.S. social policy discourse. https://pdfs.semanticscholar.org/e693/f5ad8e440517f2dc35b07d3ce46fcd2f1db6.pdf?_ga=2.156482299.1713369960.1496836076-895056966.1496836076. Erişim tarihi: 02.06.2017.
- Tondeur, J., Sinnaeve, I., van Houtte, M., van Braak, J. (2010). ICT as cultural capital: the relationship between socioeconomic status and the computer-use profile of young people. *New media & society*, 13 (1), 151-168.
- Townsend, P. (1979) Poverty in United Kingdom: a survey of household resources and standards of living. Harmondsworth: Penguin.
- Turner, J. H., Beeghley, L. ve Powers, C. H. (2010). *Sosyolojik teorinin oluşumu*. (Çev: Ü. Tatlıcan). Bursa: Sentez Yayıncılık.
- Turner, G. (2016). *İngiliz kültürel çalışmaları*. (Çev: D. Özçetin ve B. Özçetin). Ankara: Heretik Yayınları.
- Türkiye Araştırmacılar Derneği [TÜAD]. (2012). S.E.S. https://tuad.org.tr/upload/dosyalar/SES_Projesi.pdf (Erişim tarihi: 06.09.2019)

- Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK]. (2012). *Yetişkin eğitim araştırması*. Ankara. <file:///C:/Users/user/Downloads/-4403020857549566376..pdf> (Erişim tarihi: 15.05.2019).
- TÜİK. (2013a). *Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması* başlıklı haber bülteni, Sayı 13569. Ankara. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13569> (Erişim tarihi: 29.10.2017).
- TÜİK. (2015). *Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması*. http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=1028 (Erişim tarihi: 16.05.2020).
- TÜİK. (2016). *Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması*. http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=1028 (Erişim tarihi: 16.05.2020).
- TÜİK. (2018). *Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması*. http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=1028 (Erişim tarihi: 25.11.19)
- TÜİK. (2019). *Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması*. http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=1028 (Erişim tarihi: 25.11.19)
- Uçkan, Ö. (2003). *E-Devlet, e-demokrasi ve Türkiye*, İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Uysal, M. (2016). Eleştirel medya okuryazarlığı. E. Küçük Durur (Editör). *Medya Okuryazarlığı içinde* (s. 23-52). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Ünsay, H. K. (12 Haziran 2019). 2019 Reuters raporu: Türkiye haberden kaçınan ülkeler arasında ikinci sırada. *teyit*, <https://teyit.org/2019-reuters-raporu-turkiye-haberdan-kaciniyor-haberi-whatsapp-gibi-kapali-platformlarda-paylasiyor/> (Erişim tarihi: 2.05.2020).
- van Deursen, A. ve J., Helsper, E. J. (2015). Third-level digital divide : who benefits most from being online?. *Communication and Information Technologies Annual: Digital Distinctions and Inequalities Studies in Media and Communications*, 10, 29-53.
- van Deursen, A. J. ve van Dijk, J. A. (2015). Internet skill levels increase, but gaps widen: A longitudinal cross-sectional analysis (2010–2013) among the Dutch population. *Information, Communication & Society*, 18(7), 782-797. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.994544>
- Van Deursen, A., ve Van Dijk, J. (2016). Modeling traditional literacy, internet skills and internet usage: an empirical study. *Interacting with Computers*, 28 (1), 13-26.

- van Deursen, A. J., Helsper, E. J., Eynon, R. ve van Dijk, Jan A.G.M. (2017). The compoundness and sequentiality of digital inequality. *International Journal of Communication*, 11, 452-473.
- van Dijk, J. ve Hacker, K. (2000). *The digital divide as a complex and dynamic phenomenon*. 50th Annual Conference of the International Communication Association'da sunulan bildiri. Meksika: Acapulco.
- van Dijk, J. (2005). *Deepening digital divide: inequality in the information society*. Thousand Oaks, CA, London and New Delhi: Sage Publications.
- van Dijk, J. (2006). Digital divide research, achievements and shortcomings. *Poetics*, 34, 221-235.
- van Dijk, J. (2012). *The network society*. (3. Baskı). London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore: Sage Publications.
- van Dijk, J. (2016). *Ağ toplumu*. (Çev: Ö. Sakin). İstanbul: Kafka Kitap.
- Weber, M. (1998). *Sosyoloji yazıları*. (Çev: T. Parla). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Witte, J. ve Mannon, S. (2010). *The internet and social inequalities*. Routledge.
- Yazgan, Ç. Ü. ve Suğur, N. (2018). Aşağıya düşüş korkusu ve yukarıya çıkma umudu: meslek lisesi öğrencilerinin zenginlik ve yoksulluk algıları üzerine sosyolojik bir araştırma. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 21 (1), 269-310.
- Yıldız, H. (2011). *İlköğretim öğrencilerinin sayısal uçurum düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi ve bu değişkenlerin demokrasi bilinciyle ilişkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Yıldırım Becerikli, S. (2013). Kuşaklararası iletişim açısından yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı: ileri yaş grubu üzerine bir değerlendirme. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (44), 19-31.
- Yıldız, Ö. (13 Mart 2019). Medya uydurma oyun Momo'yu nasıl gerçeğe dönüştürdü?. *teyit*, <https://teyit.org/medya-uydurma-oyun-momoyu-nasil-gercege-donusturdu/> (Erişim tarihi: 31.05.2020).
- Yılmaz, B. (2008). Türkiye'de sınıf-altı: nöbetleşe yoksulluktan müebbet yoksulluğa. *Toplum ve Bilim*. (113). 127-145.

- Yılmaz, F. (2011). *İlköğretimde dijital bölünme ve eğitsel sonuçları: Diyarbakır ili örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Yılmaz, N. (2015). *Kırsal alanda kadının bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) kullanımını etkileyen faktörlerin analizi: Kars ili örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yılmaz, A.; Taylan. A., (2016). Türkiye’de medya okuryazarlığının 10 yılı: Medya okuryazarlığının eleştirel okumak. E. Küçük Durur (Editör). *Medya Okuryazarlığı içinde* (s. 287-325). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Zhao, S.; Sherri, G.; Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24, 1816-1836.
- Zillien, N., ve Hargittai, E. (2009). Digital distinctions: status-specific types of internet usages. *Social Science Quarterly*. 90 (2), 274-291.
- <https://esmacalisir.com/2018/01/09/web-1-0-web-2-0-web-3-0-web-4-0-nedir-bu-web/> (Erişim tarihi: 20.01.2020).
- <http://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-41780346> (Erişim tarihi: 04.12.2017)
- <https://tr.sputniknews.com/yasam/201711241031139607-robot-sophia-aile-kurmak-istiyor/> (Erişim tarihi: 04.12.2017)
- <http://www.turk-internet.com/portal/yazigoster.php?yaziid=21152> (Erişim tarihi: 04.12.2017)
- <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (Erişim tarihi: 6.12.2019).
- <https://www.internetworldstats.com/stats.htm> (Erişim tarihi: 18.06.2020).
- <https://www.internetworldstats.com/stats7.htm> (Erişim tarihi: 30.06.2020).
- <http://www.worldbank.org/en/understanding-poverty> (Erişim tarihi: 11.10.2017)
- <https://www.dunya.com/ozel-dosya/isim-iletisim/hedef-kitleniz-ne-kadar-zengin-biliyor-musunuz-haberi-181999> (Erişim tarihi: 6.01.2019)
- <http://www.turkis.org.tr/TEMMUZ-2018-ACLIK-ve-YOKSULLUK-SINIRI-d75742> (Erişim tarihi: 6.01.2019)
- <http://www.turkis.org.tr/AGUSTOS-2018-ACLIK-ve-YOKSULLUK-SINIRI-d90742> (Erişim tarihi: 6.01.2019)

<http://www.memursen.org.tr/temmuz-ayi-aclik-ve-yoksulluk-rakamlari-aciklandi>
(Erişim tarihi: 28.10.2019)

<http://www.memursen.org.tr/agustos-ayi-aclik-yoksulluk-rakamlari-aciklandi> (Erişim tarihi: 28.10.2019)

<https://www.kamusen.org.tr/ar-ge/temmuz-ayi-asgari-gecim-sonuclari-aciklandi/3827/>
(Erişim tarihi: 28.10.2019)

<https://sozluk.gov.tr> (Erişim tarihi: 1.11.19)

<https://www.webtekno.com/yayinlanan-rapora-gore-turkiye-de-ortalama-3-7-yilda-bir-telefon-degistiriliyor-h61040.html> (Erişim tarihi: 23.11.19)

https://s3.amazonaws.com/files.appannie.com/reports/1901_State_of_Mobile_Main_EN.pdf (Erişim tarihi: 2.12.2019)

<https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/content?id=1&mid=3> (Erişim tarihi: 3.12.19).

<https://www.webtekno.com/facebook-un-artik-yaslilara-hitap-ettiginin-kaniti-olan-arastirma-h40769.html> (Erişim tarihi: 2.12.19).

<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-45004722> (Erişim tarihi: 31.05.2020)

<https://tuad.org.tr/projeler/sosyo-ekonomik-statü-2012> (Erişim tarihi: 06.09.2019)

<https://en.unesco.org/themes/literacy> (Erişim tarihi: 28.06.2020)

<https://osis.bg/?p=3356&lang=en> (Erişim tarihi: 30.06.2020).

<https://www.bwa.com.tr/web-4-0-nedir> (Erişim tarihi: 06.07.2020)

<https://mediacat.com/ikea-mobil-uygulamasi-ikea-place/> (Erişim tarihi: 06.07.2020)

<https://www.showtv.com.tr/dizi/sahne/cukur-cukur-dovmesinin-anlami-ne/60004>
(Erişim tarihi: 8.07.2020)

(<https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/musically-isim-degistirdi-bakin-ne-oldu-40917017> (Erişim tarihi: 13.04.2020)).

<https://www.showtv.com.tr/dizi/haber/2337886-cukur-gundemi-duvar-yazilariyla-tutuyor> (Erişim tarihi: 21.04.2020).

Ekler Listesi

	<u>Sayfa</u>
EK-1. Ek Tablolar	326
EK-2. Sevinç Köyünden Fotoğraflar	328
EK-3. Gündoğu Mahallesinden Fotoğraflar	330
EK-4. Anket Formu	332
EK-5. Yarı-yapılandırılmış Görüşme Formu	335
EK-6. İnternet Kafe İşletmecisine Yöneltilen Yarı-yapılandırılmış Görüşme Formu	336

EK-1. Ek Tablolar

Tablo 4.1. *Akıllı cep telefonu kullanım amacı*¹²⁷

		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman	Toplam
İnternette mesajlaşmak	n	41	20	38	91	123	313
	%	13,1	6,4	12,1	29,1	39,3	100
Sosyal medyaya girmek	n	63	26	31	70	122	312
	%	20,2	8,3	9,9	22,4	39,1	100
İnternette tv izlemek	n	197	36	36	23	20	312
	%	63,1	11,5	11,5	7,4	6,4	100

¹²⁷Sadece akıllı telefon sahibi olanlara yöneltilen akıllı telefon kullanım amacı sorusu, araca sahip olmayan fakat onu kullanan iki kişi tarafından daha yanıtlanmıştır. Bunlardan biri ortaokulu bitirdikten sonra eğitimine devam etmeyen, şu an çalışmayan ve akıllı cep telefonu kullanmama nedeni olarak “*abimler kullandırmıyor*” yanıtını veren 20 yaşında bir kadın kullanıcıdır. Facebook, Instagram gibi sosyal medya ortamlarında bir hesabı olmadığı gibi telefon kendine ait olmadığı için bir WhatsApp hesabı da yoktur. Akıllı cep telefonu kullanım amacıyla bunlarla ilgili verilen yargıları yanıtlarken, araştırmacının sorusu üzerine “*benim hesabım yok. (...) Anneminkinden kullanıyorum*” ifadelerini eklemiştir. İkincisiyse yine kendine ait bir sosyal medya hesabı ve WhatsApp hesabı olmayan “*babamın var, yanında bakıyorum*” diyen 14 yaşındaki bir orta okul öğrencisidir. Yöntem başlığı altında ifade edilmeye çalışıldığı gibi, medya-yeni medya ortamlarının bir arada kullanılması ve her iki medya ortamlarına ait içeriklerin birbiri içine geçmesi gibi nedenler günümüzde medya araştırmalarını daha zor hâle getirmiştir. Bu zorluğun bir diğer nedeni ise, araç sahipliği ile araç kullanımı ayrımının net olmamasından kaynaklanır. Bu araştırmada, sorunun baştan kullanıma yönelik değil de, sahipliğe yönelik olarak sorulmasının nedeni, özellikle yeni medya araçlarının bireysel kullanımı teşvik ediyor olmasıdır. Akıllı cep telefonlarının ekran kilitleme, telefona yüklenen fotoğraflar, telefon rehberindeki isimler, eğer kullanılıyorsa kişisel sosyal medya hesaplarının uygulamalarıyla birlikte cep telefonları giderek daha fazla özelleşmiştir. Böylece, farklı uygulamalarla birçok hizmet sunan bu telefonları hane içinden bile olsa bir başkasının kullanması giderek zorlaşmıştır. Bunlar, anket sorusunun akıllı telefon sahipliğini ortaya koyma amaçlı hazırlanmasının da temel nedenleridir.

Ek 4.2. Yaşa göre akıllı cep telefonu kullanım amacı - Kruskal Wallis testi sonuçları

			n	Sıra ort.	sd	X ²	p	Anlamlı fark
İnternetten mesajlaşmak	Yaş n=312	24 ve altı	104	201,18	3	72.787	.000	24 ve altı ile 35-44 24 ve altı ile 45 ve üzeri 25-34 ile 35-44 25-34 ile 45 ve üzeri 35-44 ile 45 ve üzeri
		25-34	73	175,86				
		35-44	71	126,18				
		45 ve üzeri	64	95,45				
Sosyal medya hesaplarına girmek	Yaş n=311	24 ve altı	105	202,49	3	79.644	.000	24 ve altı ile 35-44 24 ve altı ile 45 ve üzeri 25-34 ile 35-44 25-34 ile 45 ve üzeri 35-44 ile 45 ve üzeri
		25-34	71	174,68				
		35-44	71	129,11				
		45 ve üzeri	64	88,84				
İnternetten TV izlemek	Yaş n=311	24 ve altı	104	207,86	3	79.195	.000	24 ve altı ile 25-34 24 ve altı ile 35-44 24 ve altı ile 45 ve üzeri 25-34 ile 45 ve üzeri
		25-34	73	151,43				
		35-44	70	124,29				
		45 ve üzeri	64	111,63				

α : .05 için anlamlıdır.

Ek 4.3. Eğitime göre akıllı cep telefonu kullanım amacı - Mann Whitney U testi sonuçları

			n	Sıra ort.	Sıra top.	U	Z	p
İnternetten mesajlaşmak	Eğitim n=309	Ortaokul ve altı	162	119,98	19437,50	6234,500	-7,575	.000
		Lise ve üzeri	147	193,59	28457,50			
Sosyal medya hesaplarına girmek	Eğitim n=309	Ortaokul ve altı	162	122,47	19840,50	6637,500	-7,004	.000
		Lise ve üzeri	147	190,85	28054,50			
İnternetten TV izlemek	Eğitim n=308	Ortaokul ve altı	161	126,69	20397	7356	-6,673	.000
		Lise ve üzeri	147	184,96	27189			

α : .05 için anlamlıdır.

EK-2. Sevinç Köyünden Fotoğraflar





EK-3. Gündoğdu Mahallesiinden Fotoğraflar





EK-4. Anket Formu

Bu anket formu, medya (televizyon ve internet/sosyal medya) kullanım pratiklerinizi öğrenmek amacıyla hazırlanmıştır. Verecek olduğunuz yanıtlar, sadece Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana bilim dalında yürütülmekte olan doktora tez çalışmasında kullanılacaktır. Yanıtlarınız gizli tutulacak ve yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılacaktır. Yanıtlarınızla araştırmamıza yapacak olduğunuz katkı için şimdiden teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Emre GÖKALP

Anadolu Üniversitesi

Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü

Arş. Gör. Tuba SÜTLÜOĞLU

Anadolu Üniversitesi

Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü

1. Cinsiyetiniz: Kadın () Erkek ()
2. Yaşınız:
3. Medeni durumunuz: Evli () Bekâr () Boşandı () Eşi öldü ()
4. Evliyseniz çocuğunuz var mı? Evet () Kaç tane? () Hayır ()
5. Hanenizde yaşayan toplam kişi sayısı:
6. Hanenizin toplam aylık geliri nedir? (Haneye giren toplam aylık gelir)

7. Sizin ve anne-babanızın eğitim durumu:	Siz	Anne	Baba
Bilmiyor			
Okur-yazar değil			
Diplomasız okur-yazar			
İlkokul mezunu			
Ortaokul öğrencisi () mezunu ()			
Genel lise/Anadolu/Fen lise öğrencisi () mezunu ()			
Mesleki veya teknik lise öğrencisi () mezunu ()			
Üniversite öğrencisi () mezunu ()			

8. Ne işle meşgulsünüz?			
Kendisi	Anne	Baba	Eşi

9. Öğrenci olduğunuzu söylediyse ek olarak çalışıyor mu? Evet, lütfen belirtiniz () Hayır ()
10. Ev hanımı olduğunuzu söylediyse ek olarak çalışıyor mu? Evet, lütfen belirtiniz () Hayır ()
11. Oturduğunuz ev kime ait?
Kendimize ait () Bize ait değil ama kira ödemiyoruz () Kira () Aylık Kirası
12. Sosyal güvenceniz/Sigortanız var mı? Evet () Hayır () Bilmiyorum ()
13. Cevabınız hayırsa aşağıdaki kartlardan hangisine sahipsiniz?
Yeşil kart () Aşevi yemek kartı () Fakir ilmühaberi () Hiçbiri () Bilmiyorum ()
14. Son bir yıl içerisinde tiyatroya gittiniz mi? Evet ise kaç kere?
15. Son bir yıl içerisinde sinemaya gittiniz mi? Evet ise kaç kere?
16. Son bir yıl içerisinde konsere gittiniz mi? Evet ise kaç kere?
17. Son bir yıl içerisinde kitap (ders kitabı hariç) okudunuz mu? Evet ise kaç tane?
18. Aşağıdakilerden hangileri evinizde var? (Lütfen var olanların yanındaki kutucuğa tik koyunuz).
Ev telefonu () Masaüstü bilgi. () Diz üstü bilg./laptop () Tablet ()
19. Evinizde kaç televizyon var lütfen belirtiniz.....
20. Bir günde yaklaşık kaç saat TV izlersiniz?
21. Özellikle akşam sekizden uyuduğunuz saate kadar hangi kanalı izleyeceğinize kim karar veriyor?
22. Aşağıdaki akıllı işaret sembollerinin anlamlarını biliyorsanız, lütfen belirtiniz. (Doğru söylediyse yalnızca ✓)

Koymanız yeterlidir)

.....						

23. En fazla ne kadar süre televizyonsuz kalabilirsiniz? (kendinizi huzursuz hissetmeye başlayacağınız süre).....
24. Haberleri öğrenmek için ilk ve öncelikli olarak aşağıdakilerden hangisine başvuruyorsunuz?
Televizyon () İnternet () Basılı medya (gazete, vb.) () Radyo ()
25. Aşağıdaki araçlardan birini seçmek zorunda kalsaydınız, hangisini seçerdiniz?
Televizyon () Cep telefonu ()
26. Kullandığınız, kendinize ait bir cep telefonu var mı? Evet, akıllı () Evet, normal () Hayır ()
27. Eğer akıllı cep telefonu kullanmıyorsanız nedeni aşağıdakilerden hangisidir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)
Kullanması zor () Çok pahalı () İhtiyaç duymuyorum () Faydalı değil () Diğer ().....

DİKKAT! AKILLI CEP TELEFONU KULLANMAYANLARA 28.-32. ARALIKLARINDAKİ SORULAR SORULMAYACAKTIR!

28. Kaç yıldır akıllı cep telefonu kullanıyorsunuz? 1-3 yıl () 4-6 yıl () 7-9 yıl () 10 yıldan fazla ()

29. Şu an kullanmakta olduğunuz akıllı cep telefonunuz ilk akıllı cep telefonunuz mu? Değilse kaçınıcı?
Değiştirmedim, ilk akıllı cep telefonum () 2. Akıllı cep telefonum () 3. Akıllı cep telefonum ()
4. Akıllı cep telefonum () 5. Telefonum ya da daha fazlası ()

30. En fazla ne kadar süre akıllı cep telefonunuz olmadan yaşayabilirsiniz?

31. Akıllı cep telefonunuzu daha çok hangi amaçla kullanırsınız?	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
İnternette mesajlaşmak (WhatsApp, Messenger, vb.)					
Sosyal medya hesaplarına girmek (Facebook, Instagram, vb.)					
İnternette televizyon izlemek					

32. Bilgisayar kullanmayı biliyor musunuz? Evet () Hayır ()

DİKKAT! 33. SORUYA HAYIR YANITI VERENLERE 34. SORU SORULMAYACAKTIR!

33. Yukarıdaki soruya evet yanıtını verdiyseniz, aşağıdaki yeteneklerinizi evet-hayır olarak değerlendiriniz.	Evet	Hayır
“Kopyala” ve “yapıştır” araçlarını kullanmayı biliyorum.		
Dosyaları sıkıştırma (zipleme) biliyorum.		
Bilgisayara yazıcı, modem gibi bir aygıt bağlayabilirim.		
Flash bellek, cep telefonu veya fotoğraf makinesinden bilgisayara dosyaları (fotoğraf gibi) atmayı biliyorum.		
Özel bir programlama dili kullanarak bir bilgisayar programı yazmayı biliyorum.		
İşletim sistemini değiştirmeyi biliyorum.		

34. Evinizde internet bağlantısı var mı? Evet () Hayır ()
35. Evet ise evinizde kaç yıldır internet bağlantısı var?
1 yıldan az () 1-3 yıl () 4-6 yıl () 7-9 yıl () 10 yıldan fazla ()
36. Siz kendiniz interneti kullanabiliyor musunuz?
Evet ()
Evet ama sadece facebook, whatsapp gibi sosyal ağları kullanabiliyorum ()
Hayır ()

DİKKAT! 37. SORUYA “HAYIR” YANITI VERENLERE 38.-43. SORULAR SORULMAYACAKTIR!

37. İnternete hangi cihazlardan bağlanıyorsunuz? (Lütfen 1, 2, 3,... şeklinde numaralandırınız)

Akıllı cep telefonu ile her yer () Masaüstü bilgisayar () Dizüstü bilgisayar () Tablet ()

38. İnternette günde ne kadar vakit harcıyorsunuz? (sabah uyandığınızdan gece uyuyana kadarki tahmini süre)

30 dakikadan az () 30 dakika-1 saat () 1-2 saat () 2-3 saat () 3-4 saat () 4 saat ve üzeri ()

39. Eğer internet kullanıyorsanız, aşağıdaki yeteneklerinizi evet-hayır olarak değerlendiriniz.	Evet	Hayır
Sosyal paylaşım ağlarına fotoğraf, video yüklemeyi biliyorum.		
Merak ettiğim bir konuyu internetten araştırmayı biliyorum.		
E-posta (e-mail) göndermeyi biliyorum.		
Görüntülü telefon görüşmesi yapmak amacıyla interneti kullanmayı biliyorum (whatsApp, facetime vb).		
Web sitesi yapmayı biliyorum.		
İnternet tarayıcısının güvenlik ayarlarını (DNS ayarları) değiştirmeyi biliyorum.		

40. Lütfen interneti aşağıdaki amaçlardan hangileri için ne sıklıkta kullandığınız belirtiniz.	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
Haberleri takip etmek					
Film-dizi izlemek					
Müzik dinlemek					
Alışveriş yapmak					
E- okul/e-randevu/e-devlete girmek					
İnternet bankacılığını kullanmak					
Satın aldığım ürün ve hizmetlere ilişkin şikayet, yorum yazmak					
Diğer (özellikle başka var mı diye sorulsun)					

41. Aşağıdaki sosyal medya ortamlarından hangisinde/hangilerinde hesabınız bulunmaktadır? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

Hiçbiri yok () Facebook () Instagram () Twitter () WhatsApp () Snapchat () Diğer ().....

DİKKAT! 42. SORUYA “HİÇBİRİ YOK” YANITINI VERENLERE 43. SORU SORULMAYACAKTIR!

42. Eğer yukarıda birden fazla sosyal medya ortamında hesabınız olduğunu belirttiyseniz en çok vakit geçirdiğiniz ilk üçünü sırasıyla (1., 2., 3. şeklinde) belirtiniz.

Facebook () Instagram () Twitter () WhatsApp () Snapchat () Diğer ().....

EK-5. Yarı-yapılandırılmış Görüşme Formu

- 1) Kendinizi tanıtır mısınız? (yaş, eğitim düzeyi, medeni durum, aylık toplam hane geliri, ne işle meşgul olduğu vb.?)
- 2) Eğer internet kullanıyorsanız çevrimiçi pratikleriniz daha çok nelerdir? Özellikle ziyaret ettiğiniz sayfalar varsa hangileridir?
- 3) Ne kadar süre internetsiz kalabileceğinizi düşünüyorsunuz?
- 4) İnternet sizin için ne anlam ifade ediyor?
 - Hayatınıza neler kattığını düşünüyorsunuz?
 - Hayatınızı kolaylaştırdığını düşünüyor musunuz?
 - Olmasa ne gibi bir eksiklik hissedersiniz?
- 5) İnternetin zararlı yönlerinin neler olduğunu düşünüyorsunuz? Olumsuz bir deneyiminiz var mı? İnternette riskli olarak algıladığınız içerik ve ortamlar nelerdir?
- 6) Sosyal medya kullanıyorsanız hangi sosyal medya ortamlarında hesaplarınız var?
- 7) Sosyal medyada paylaşım yapıyorsanız daha çok ne tür paylaşımlar yaparsınız?
- 8) Sosyal medyadaki haber paylaşımları ile ilgili ne düşünüyorsunuz? Sosyal medya ortamları haber içeriklerine erişme noktasında size güvenli geliyor mu?
- 9) Kullandığınız sosyal medya ortamlarında özellikle takip ettiğiniz, beğendiğiniz sayfalar var mı?
- 10) Özellikle sahip olmak istediğiniz bir akıllı telefon markası var mı? Varsa neden?
- 11) Akıllı telefon kullanmıyorsanız nedeni nedir?
- 12) Televizyonla aranız nasıl?
 - Ne tür içerikler izlersiniz?
 - Ne tür içerikleri eleştirirsiniz? Neden?
- 13) Son teknolojik araçlara sahip olmak sizin için önemli midir? Neden?
- 14) Sizce yoksulluğun nedeni nedir?
- 15) Sizce kime yoksul/zengin denir?

EK-6. İnternet Kafe İşletmecisine Yöneltilen Yarı-yapılandırılmış Görüşme Formu

- 1) Kendinizi tanıtır mısınız? (yaş, eğitim düzeyi, medeni durum, aylık toplam hane geliri vb.?)
- 2) İnternet kafeyi kaç yıldır işletiyorsunuz?
- 3) İnternet kafe mahalle sakinleri tarafından nasıl karşılandı? Olumlu/olumsuz tepkiler oldu mu?
- 4) İnternet kafeye gelen müşterilerin profilleri nedir? Son yıllarda gelen müşterilerin yaş ortalamasının arttığına ilişkin gözlemlerinizi oldu mu? (cinsiyet, ortalama yaş vb.)
- 5) İnternet kafeye daha çok hangi amaçla geliyorlar? (oyun oynamak; internette gezinmek; film, dizi izlemek vb.)
- 6) Daha çok hangi oyunlar oynanıyor?
- 7) İnternet kafeye gelen çocuk ve gençlerin aileleri sizinle iletişim kuruyor mu?
- 8) İnternet kullanım ücreti ne kadar? Şehir merkezindeki ücretlerle farklılaşıyor mu?
- 9) Veresiye yazdıran oluyor mu?
- 10) İnternet kafeye gelen müşterilerle ilgili ne gibi gözlemlerinizi var?
 - Gelen müşterilerin bilgisayar, internet sahipliği hakkında bir bilginiz var mı? Neden internet kafeler tercih ediliyor?
 - Kötü alışkanlıkları olanlarla karşılaşıyor musunuz?
- 11) Mahalle hakkında ne düşünüyorsunuz?

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Tuba SÜTLÜOĞLU

Yabancı Dil : İngilizce

Doğum Yeri ve Yılı : ÜSKÜDAR / 1986

E-Posta : tubasutluoglu@anadolu.edu.tr / tuba.sutluoglu@bilecik.edu.tr

Eğitim:

- Y.Ls. 2014 Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı
- Ls. 2009 Sakarya Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü
- Lise 2004 Üsküdar Şeyh Şamil Lisesi Y.D.A

Meslek:

- 2011-..... , Araştırma Görevlisi, Anadolu Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi
- 2010-2011, Araştırma Görevlisi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi

Yayınlar ve Bilimsel Faaliyetler:

Kitap Bölümü:

- Sütluoğlu, T. (2020). Orta yaş ve üzerindeki bireylerde dijital eşitsizliğin görünüşleri: Erişim eşitsizlikleri ve kullanım farklılıkları. M. Fiğan ve Y. Dede Özdemir (Editörler). *Dijital Kültür, Dijital Eşitsizlikler ve Yaşlanma* içinde (s. 215-246). Ankara: Alternatif Bilişim Derneği Yayınları. ISBN 978-605-80007-2-8.

https://ekitap.alternatifbilisim.org/pdf/dijital_kultur_dijital_esitsizlikler_ve_yasl_anma.pdf

- Dolgun, U.; Sütüoğlu, T. (2014). Sosyal medya ve yeni toplumsal hareketler. V. Bozkurt (Ed.). *Çağdaş Sosyal Süreçler* içinde. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınları.

Makale:

- Sütüoğlu, T. (2015). Sosyal paylaşım ağlarında gençlerin sosyalleşme ve kimlik inşası süreçleri. *Folklor/Edebiyat*, 21 (83), 125-147.

Ulusal ve Uluslararası Bilimsel Toplantılarda Sunulan Bildiriler:

- Sütüoğlu, T. (2019). Sayısal uçurumun cinsiyeti: Eskişehir’de yaşayan kadın internet kullanıcılarının medya kullanım pratikleri. *Yeni Medya Çalışmaları IV. Ulusal Kongre*, İzmir.
- Sütüoğlu, T. (2015). Socialization and identity construction processes of the youth in social sharing networks: Facebook example. *Institutionalization of Child Rights in the Digital Future International Conference*, Istanbul, October 16-17, 2014, pp. 19. ISBN: 978-92-806-4797-6.
- Sütüoğlu, T. (2014). Bir sosyal paylaşım ağı olarak Facebook’ta gençlerin sosyalleşme ve kimlik inşası süreçleri. 1. *International Communication Science and Media Studies Congress*, Kocaeli, Mayıs, 12-15, 2014. s. 22-38. ISBN: 978-605-9981-01-9 (Cilt II). F. Alver (Ed.).

Kitap Değerlendirmesi:

- Sütüoğlu, T. (2018). “Ne Ders Olsa Veririz”: Akademisyenin Vasıfsız İşçiye Dönüşümü (Aslı Vatansever, Meral Gezici Yalçın, İletişim Yayınları, Araştırma-İnceleme Dizisi 351, ISBN-13: 978-975-05-1692-4). *Journal of Economy, Culture and Society*, 57: 269-273.

Proje:

- *Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Süreçleri: Facebook Örneği*, 2014. Doç. Dr. Emre GÖKALP yürütücülüğünde, Anadolu

Üniversitesi BAP kapsamında desteklenen 1303E058 no.lu yüksek lisans tez projesinde araştırmacı olarak yer almıştır.

