

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI
SOSYOLOJİ BİLİM DALI

**DİJİTALLEŞEN ZAMANIN İZDÜŞÜMÜNDE MEKÂNIN
DÖNÜŞÜMÜ: 2022 TÜRKİYE’SİNDEN BİR SOSYAL
MEDYA ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan:

Sümeyye DİDİN

İstanbul, 2022

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI
SOSYOLOJİ BİLİM DALI

**DİJİTALLEŞEN ZAMANIN İZDÜŞÜMÜNDE MEKÂNIN
DÖNÜŞÜMÜ: 2022 TÜRKİYE’SİNDEN BİR SOSYAL
MEDYA ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan

Sümeyye DİDİN

1955017007

0000-0003-1507-8647

Danışman:
Dr. Öğr. Üyesi Burcu TEKAÜT ÇAL

İstanbul, 2022

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “**Dijitalleşen Zamanın İzdüşümünde Mekânın Dönüşümü: 2022 Türkiye’sinden Bir Sosyal Medya Örneği**” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.
21/06/2022

Sümeyye DİDİN

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS SINAV TUTANAĞI

21. /06./2022

Enstitümüz *Sosyoloji* Anabilim Dalı *Sosyoloji* Programı yüksek lisans öğrencilerinden 1955017007 numaralı *Sümeyye DİDİN*'in "Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim – Öğretim Yönetmeliği"nin ilgili maddesine göre hazırlayarak, Enstitümüze teslim ettiği "Dijitalleşen Zamanın İzdüşümünde Mekânın Dönüşümü: 2022 Türkiye'sinden Bir Sosyal Medya Örneği" konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun 12/04/2022 tarih ve 2022/16 sayılı toplantısında seçilen ve On-Line toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin 29. maddesinin 3. fıkrası gereğince 45 dakika süre ile Zoom programı aracılığıyla on-line olarak aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında "OYBİRLİĞİ" ile "KABUL" kararı verilmiştir.

İşbu tutanak, 2 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Bu*** TE*** ÇA***
(Beykent Üniversitesi)

ÜYE
Dr. Öğr. Üyesi Pı*** KA*** DE***
(Beykent Üniversitesi)

ÜYE
Dr. Öğr. Üyesi Di*** KO***
(Doğuş Üniversitesi)

Adı ve Soyadı : Sümeyye DİDİN
Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Burcu TEKAÜT ÇAL
Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans, 2022
Alanı : Sosyoloji
Anahtar Kelimeler : Mekân, dijitalleşme, sosyal medya, mekânın dijitalleşmesi

ÖZ

DİJİTALLEŞEN ZAMANIN İZDÜŞÜMÜNDE MEKÂNIN DÖNÜŞÜMÜ: 2022 TÜRKİYE’SİNDEN BİR SOSYAL MEDYA ÖRNEĞİ

Bu tez internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte insanların mekânı anlamlandırma ve algılama biçimlerinin değişimini sosyolojik olarak tartışmaktadır. Çalışmada dijitalleşme ve mekân kavramlarının özellikle Covid-19 Pandemisi dönemindeki değişimine odaklanılmıştır. İçinde bulunduğumuz Covid-19 Pandemisi’nde 2020’den itibaren dijitalleşmenin daha yaygın bir biçimde insan hayatına girmesiyle birlikte dijital ağların (Twitter, Instagram, Facebook gibi) bugünkü mekân anlayışını nasıl etkilediği öncelikle sosyoloji literatüründe kavramların kuramsal gelişiminin üzerinden incelenmiş, ardından niteliksel bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Günümüzde teknoloji çağının getirişiyle dijitalleşme hayatımızın her alanına girmiş ve birçok diğer olgu ile birlikte mekân hakkındaki düşüncelerimizi ve algımızı da değiştirmiştir. Bugün insanlar mekân ve zaman açısından mesafe sorunlarını aşmakta ve dünyanın bir ucundaki insanlara veya izleyicilere kolayca ulaşabilmektedir. Bu bağlamda araştırmanın amacı bu sayede ortaya çıkan mekânın kamusal ve özel alandaki değişimini ve dönüşümünü, toplumun mekân algısının değişimini araştırmaktır. Araştırmada günümüz medya araçlarının, sosyal medyanın ya da bir diğer adıyla dijital ağların, toplumsal hayatta çok farklı uzantıları ve boyutları olan mekânları ve insanların mekânı algılama biçimlerini nasıl etkilediği incelenmiştir.

Name and Surname : Sümeyye DİDİN
Supervisor : Dr. Lecturer Burcu TEKAÜT ÇAL
Degree and Date : Master, 2022
Major : Sociology
Key Words : Space, digitalization, social media, digitalization of space

ABSTRACT

TRANSFORMATION OF SPACE IN THE PROJECTION OF DIGITALIZED TIME: THE CASE OF SOCIAL MEDIA FROM 2022 TURKEY

In this thesis, the change in comprehension and perception of people about space with the increasing internet is discussed from a sociological perspective. This study focuses on digitalization and space concepts change, especially during the Covid-19 Pandemic period. How digital networks (Twitter, Instagram, Facebook, etc.) affect today's understanding of space, especially in the current Covid-19 Pandemic with the introduction of digitalization into human life more widely as of 2020, was first examined through the theoretical development of the concepts in sociological literature and then a qualitative field study was carried out. As a result of the age of technology, today digitalization has entered every aspect of our lives and changed our ideas and perception about space. Today people overcome temporal and spatial distance problems and they can easily reach other people or audiences at one end of the world. In this context, the aim of the research is to investigate the change and transformation of the space that has emerged in the public and private spheres and the change in society's perception of space. The study explored how today's media tools, social media, and digital networks affect space with very different extensions and dimensions in social life and how people perceive the place.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖZ

ABSTRACT

KISALTMALAR	iv
SÖZLÜK.....	v
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

MEKÂN VE DİJİTALLEŞMENİN KURAMSAL ARKA PLANI

1. MEKÂN	7
1.1. Felsefede Mekân Kavramı	8
1.2. Sosyolojide Mekân Kavramı.....	10
1.3. Mimarlıkta Mekân Kavramı.....	11
1.4. Yirminci Yüzyılda Mekânın Değişimi ve Dönüşümü	12
1.4.1.Foucault'un Heterotopyası	13
1.4.2.Henri Lefebvre'nin Mekân Analizi	15
1.4.3.Castells'in Ağ Toplumu Üzerinden Mekân Analizi.....	20
1.4.4.Harvey'in Mekân Analizi	21
2. DİJİTALLEŞME	22
2.1. Dijital Dönüşüm	26
2.2. İnternet ve İnternetin Tarihi	28
2.2.1. Dünyada ve Türkiye'de İnternet Kullanımı	30
2.3. Marshall McLuhan'ın Global Köy'ü	31
2.3.1. Dijital Çağda Global Köy'ü Yeniden Okumak	32
3. MEKÂN VE DİJİTALLEŞME ETKİLEŞİMİ	34
3.1. Mekânın Dijitalleşmesi	35
3.2. Sosyal Medya Tanımı ve Tarihçesi.....	36
3.3. Sosyal Medya Türleri ve Popüler Sosyal Medya Ağları.....	38
3.3.1.İnstagram	39
3.3.2.YouTube.....	39
3.3.3.Facebook	40
3.3.4.Twitter	41
3.4. Dijital Mekânın Sosyal Medya Üzerinden Yorumlanması.....	42

İKİNCİ BÖLÜM

YÖNTEM

1. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ, TEKNİKLER VE SINIRLILIKLAR.....	44
1.1. Araştırmanın Amacı	44
1.2. Araştırmanın Yöntemi.....	45
1.3. Araştırmanın Tasarımı	46
1.3.1. Araştırma Evreni ve Örneklemi.....	46
1.3.2. Görüşme Formu.....	47
1.3.3. Görüşme Süreci ve Veri Toplama	48
1.3.4. Sınırlılıklar.....	50
2. ARAŞTIRMANIN ETİĞİ.....	50

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

1. MEKÂN VE DİJİTALLEŞME KAVRAMLARININ ANLAMLANDIRILMASI.....	53
1.1. Mekân Algısı: “ <i>Bence mekânın koku ile bağı var...</i> ”	54
1.2. Covid-19 Pandemi Döneminin Mekân Algısına Etkisi: “ <i>Sosyal medya bir mekân tasarısına dönüştü...</i> ”	59
1.3. Dijitalleşme Algısı: “ <i>Bu araştırmayı dijitalleşme sayesinde öğrendim...</i> ”	63
1.4. Dijitalleşme ve Mekân Arasındaki İlişki: “ <i>Sınırsız mekân...</i> ”	69
1.5. Dijitalleşmenin Gelişimi ve Mekânın Dönüşümü: “ <i>Jest, mimik, duygular...</i> ”	78
2. AİLE HAYATINDA MEKÂN VE DİJİTALLEŞME.....	84
2.1. Aile Hayatı ve Mekân: “ <i>Aile mekânı evimizdir...</i> ”	85
2.2. Ev İçi Mekânda En Sevilen Yer: “ <i>Kendi odam kendi dünyam...</i> ”	91
2.3. Ev İçi Sosyalleşme Mekânı: “ <i>Salon...</i> ”	96
2.4. Aile İçi İletişim ve Dijitalleşme: “ <i>Babam daha dijitalleşme çağına geçmedi...</i> ”	99
3. KAMUSAL MEKÂDA DİJİTALLEŞME VE MEKÂNSAL DÖNÜŞÜM.....	102
3.1. Çalışılan Mekânı Algılama Biçimi: “ <i>Kendimi mutlu hissettiğim yer...</i> ”	103
3.2. Mesai Saatlerinde Dijital Ağ Kullanımı.....	109
3.3. Dijitalleşmenin Çalışanlar Üzerindeki Etkisi: “ <i>İnsanları tembelleştirdi...</i> ”	117

3.4. Covid-19 Pandemi Döneminde Değişen İş Hayatında Mekân: “ <i>Uzaktan eğitim diye bir bela...</i> ”	122
3.5. Gelecekteki Dijital Çalışma Ortamı: “ <i>Bizler olmayacağız herhalde...</i> ”	127
SONUÇ	134
KAYNAKÇA	139
EKLER	148
EK-1 Görüşme Rehber Formu	148
EK-2 Katılımcıların Demografik Özellikleri	158
EK-3 Görüşmeler Sonucu Ortaya Çıkan Tema ve Alt Temalar	159
Ek-4 Etik Kurul Onayı	161



KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ADSL	: Asimetrik Sayısal Abone Hattı
ARPANET	: Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi Ağı
AVM	: Alışveriş Merkezi
BİT	: Bilgi İletişim Teknolojileri
COVID-19	: Koronavirüs Hastalığı 2019
CSNET	: Bilgisayar Bilimleri Ağı
EBYS	: Elektronik Bilgi Yönetim Sistemi
IP	: İnternet Protokolü
ISP	: İnternet Servis Sağlayıcısı
İBBS	: İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması
NSF	: Ulusal Bilim Vakfı
SMA	: Spinal Muskuler Atrofi
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
QR	: Quick Response
WWW	: World Wide Web

SÖZLÜK

Atipik : Düzensiz, değişik, değişken, tipik olmayan, herhangi bir grup içerisinde değerlendirilemeyen.

Blogger : Kendine ait veya başkasına ait bir sitede, belli bir ücret karşılığı yazı yazan kişilere verilen isim.

Home Office : Ev ofisi, evden çalışma.

İnfluencer : Etkileyen, sahip oldukları sosyal medya ve dijital kanallar aracılığıyla, farklı ürün ve hizmetleri takipçileri ile paylaşarak onları etkileyen kişi.

Netflix : Ücretli olarak dizi, film ve daha fazlasını internete bağlı cihazlar üzerinden izlenilmesini sağlayan platform.

Online : Çevrimiçi.

Pandemi : Dünyada birden fazla ülkede veya kıtada, geniş bir alana yayılan ve etki gösteren salgın hastalıklara verilen genel isim.

Story : Hikâye, bir sosyal medya platformunda paylaşılan, ana sayfada sadece 24 saat görünen gönderilere verilen isim.

Zoom : Akıllı telefon, tablet, bilgisayar gibi cihazlar ile görüntülü veya sesli konferans, sohbet ve web seminerleri hizmeti sunan bir iletişim uygulaması.

GİRİŞ

İnsanlar var olduğu günden bu yana yaşam mekânlarını bir bütün olarak görmüş, bu mekânlarda yer edinmeye ve bu yerlerin bağlamını, biçimini anlamaya büyük önem vermiştir. Yaşam mekânları, tarihsel süreçte ilk olarak barınma ve güvenlik ihtiyaçlarını karşılamak için tasarlanmış, daha sonra onu çevreleyen ve insanlarla bütünleşen bir gerçekliğe dönüşmüştür. Böylece mekân somut bir varoluştan, içinde yaşam barındıran bir organizmaya dönüşmüştür. Bir bireyin günlük yaşamında mekânsal fenomenler oluşmaktadır. Birey, toplumsal hayatta sosyalleşebilmesi için bir mekâna ihtiyaç duymaktadır. Çünkü mekân toplumsal olaylar, ilişkiler ve süreçler ile birlikte gerçeklik kazanan sosyal bir olgudur.

Sosyal bilimlerde ve kültürel çalışmalarda, mekânsal çalışmalar oldukça yeni sayılabilir. Akademide mekân tartışmasının, özellikle postmodernizm ve postyapısalcılık tartışmalarıyla birlikte yoğunlaştığı görülmektedir. Felsefe, sosyoloji ve mimarlık disiplinleri içerisinde tartışılan bir kavram olarak mekân, her disiplinin kendi kuramsal çerçevesi bağlamında farklı biçimlerden ve açılardan ele alınmaktadır. Bu açıdan mekânın, sosyal bilimlerde geniş bir şekilde, çokça çalışılan bir kavrama dönüştüğünü tespit etmek mümkündür. Öte yandan mekân, onu yeni ele alan disiplinler için kavramsal olarak o disipline özgü hale getirilmesi ve hakkında çalışmalar yapılması zor bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun asıl nedeni, her şeyden önce mekânın olup biten tüm olayların gerçekleştiği yer olması, bir başka deyişle dünyadaki her olay ve olgunun gerçekleşmesi için bir ön koşul niteliğinde olmasıdır.

Günümüzde, mekânın tarih boyunca sürekli değiştiği, dönüştüğü ve farklı boyutlarıyla yeniden kavramlaştırıldığı, toplumsal yaşamın hemen her alanında belki de her zamankinden daha önemli bir boyut olarak öne çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda mekânı ele alanlardan 20. yüzyıl düşünürlerinden Lefebvre'nin mekânın toplumsal bir ürün olduğu yönündeki öngörüsünün günümüzde çeşitli alanlarda gerçeğe dönüştüğü söylenebilmektedir.

Bugün, mekânın dönüşümü gözle görülmekte, mekânlar hızlı bir şekilde yok edilmekte, yeniden tasarlanmakta ve dönüştürülmektedir. Dijital teknolojinin ortaya

çıkmasıyla birlikte mekânın dönüşümü yeni bir boyut kazanmıştır. “Sanal mekânlar” olarak niteleyebileceğimiz yeni mekânlar insanların iletişimsel ortamlarının yanı sıra geleneksel mekânlar ile ilgili deneyimleri de farklılaştırmakta ve değiştirmektedir. Mekanın bu dönüşümü dijitalizasyonun hakimiyet kazanmasıyla birlikte özellikle 2000’li yılların başından itibaren bir çok farklı sosyal bilim alanının ilgisini çekmiş ve sanal mekân ya da dijital mekân kavramsal bir değer kazanmıştır. Artık bu yeni mekânların dijitalleşmenin etkisi ve küresel enformasyon ağları ile birlikte insan hayatında kaçınılmaz olmuş, dünya genelinde her zamankinden daha fazla kullanılmış ve daha da yoğunlaşmıştır. Bu yoğunlaşmada özellikle 2019 yılının Mart ayında ortaya çıkan Covid-19 (Koronavirüs) Pandemisi’nin etkisi çok büyüktür. Covid-19 Pandemisi’nin etkisiyle her bireyin yaşadığı fiziksel mekândaki sınırlılık, kişiyi sosyal medya platformlarını daha yoğun kullanmaya itmiştir. Bu platformlarda saniyeler içinde mekân engellerini aşarken, mekân-zaman ilişkileri de yeni bir boyut kazanmıştır.

Dijitalleşme, birey/toplum ve mekân kavramları arasındaki ilişki konu bakımından önemlidir. Birey/toplum ve mekânlar arasındaki çeşitli bağlantı ve bilgi akışı biçimlerine izin veren medya araçlarındaki değişiklikler, insanların yaşadıkları mekânları deneyimleme biçimlerini ve farklı insanlarla etkileşimde bulunmanın önündeki fiziksel engelleri değiştirmiştir. Uzak bir kişi, grup veya topluluk ile mekân sınırlarını aşarak dijitalleşme sayesinde iletişim kurabilmektedir. Bu iletişimin yoğun yaşandığı alanlardan biri de sosyal medya uygulamalarıdır.

Sosyal medya uygulamaları, dijital iletişim çağında medya toplumunun en önemli mecralarından biridir.. Küresel erişimleri ve karşılıklı iletişim potansiyelleri ile bu uygulamalar, kendi alanlarında zamanı mekânsallaştırarak ve mekânsal mesafeyi bozarak yeni bir mekân kültürü yaratmaktadır. Küresel etkileşim alanı olan sosyal medya, bugünü ve geçmişi kamuya açık hale getirerek sınırsız bir siber mekânda karşılıklı bilgi paylaşımını mümkün kılmıştır. Sosyal paylaşım ağlarının ve internetin dünya coğrafyasında bu kadar geniş ve yoğun kullanımı, küresel platformlar olan sosyal medya araçlarının mekânın dijitalleşmesinde de önemli olduğunu göstermektedir.

Yaşanan bu dönüşüm ve değişimleri anlama çabası içeren bu çalışmada da dijitalleşme ile gelen mekânın kamusal ve özel alandaki değişimini ve dönüşümünü, toplumun mekân algısının değişimini açıklamak amacı ile yola çıkılmıştır. Bu araştırma “Covid 19 Pandemisi’nin başladığı dönemde bir süre bu yeni yaşam biçiminin düzenlenmesi konusunda bocalayan insanların kısa bir süre sonra, özellikle 2020 yılı sonlarından itibaren, dijitalleşmenin insan hayatına daha fazla girmesiyle birlikte dijital ağlar (Twitter, Instagram, Facebook gibi) bugün mekân anlayışımızı nasıl etkilemiştir?” sorusuna yanıt aramak için çalışılmaya başlanmıştır. Bu tür bir gerekliliğe istinaden, bu çalışmanın konusu, günümüz medya araçlarının, sosyal medyanın ya da bir diğer adıyla dijital ağların, toplumsal hayatta çok farklı uzantıları ve boyutları olan mekânları ve insanların mekânı anlamlandırma ve algılama biçimlerini nasıl etkilediği üzerinedir.

Bu tez çalışmasında bu konunun seçilmesindeki sebep artık mekân kavramının çok farklı bir anlam ifade ettiğinin; bildiğimiz, alışık olduğumuz anlamı dışında özellikle Covid-19 Pandemisi ile çok hızlı bir şekilde dönüşüm yaşadığının ve bu değişimin de dikkat çekici olduğunun fark edilmiş olmasıdır. Bu yeni mekânsallaşmanın tespitini tetikleyen unsur ise 2014 yılında kurulan Twitter adlı sosyal medya platformunun tam Covid-19 Pandemisi’nin etkisinin en yoğun hissedildiği 2020 yılının Kasım ayında ortaya çıkardığı yeni bir özellik olan “Sohbet Odaları (Spaces)” olmuştur. Normalde oda kavramını düşündüğümüzde herkesin aklına dört duvar arasında bir boşluk gelmektedir fakat Twitter’da bulunan bu sohbet odalarında bilindik oda kavramı tanımının dışına çıkmıştır. Bu odalar artık dört duvarla kaplı kısıtlı bir alan değil, sınırsız büyüklükte ve sınırsız kapasitesinde olan bir mekân olarak ortaya çıkmıştır. Zaten bu yeni özelliğin orijinal ismi olan space in de Türkçe karşılığı mekândır. İsteyen herkes istediği zaman bu odalarda bulunup konuşabilmekte bu da bilindik mekân ve zaman anlayışımızın değişmesine sebep olmaktadır. Bu değişim de bir yandan dijitalleşmenin diğer yandan ise Covid-19 Pandemisi sonrası ortaya çıkan kapanma, sosyal mesafe gibi olguların etkisiyle oluşmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada dijitalleşmenin etkisiyle, Covid-19 Pandemisi döneminde mekân anlayışımızdaki bu değişikliği gözler önüne sermek istenmiştir. Bu sebeple araştırmaya başlanmıştır.

Tez çalışmasında, sistematik bir akış içerisinde, mekân kavramını sorunsallaştırmanın günümüzdeki mekân anlayışını kavramanın tek başına yeterli olmayacağı düşünülerek, mekânın değişiminin yaşandığı alanlardan biri olan sosyal medya platformu kullanıcılarıyla nitel araştırma yöntemi ile yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme rehber formuna uygun bir nitel yöntem ile yapılan bu çalışmada yirmi kişi ile görüşme sağlanmış, kendilerini mekân ve dijitalleşme ile ilgili sorular sorulmuştur. Ortaya çıkan veri ışığında mekânın değişiminin ve dönüşümünün, toplumsal ve özel yaşantılara nasıl yansıdığı tartışılmıştır.

Kuramsal çerçeve olarak bu tez çalışmasının ilk bölümü mekân ve dijitalleşme kavramlarının teorik arka planından oluşmaktadır. Bu bölümde ilk olarak mekân kavramının tanımına yer verilmiştir. Daha sonra Felsefe, Mimarlık ve Sosyoloji disiplinlerinde mekân kavramının ne anlama geldiği tartışılmıştır. Sonrasında yirminci yüzyıldaki mekân anlayışı incelenmiştir. Temel olarak Foucault'un Heterotopya kavramı, Henri Lefebvre'nin mekân analizi, Castells'in Ağ Toplumu üzerinden mekân anlayışı ve Harvey'in mekân analizi üzerinden sosyal bilim literatüründe mekân kavramının yirminci yüzyılın ikinci yarısından günümüze nasıl ele alındığı aktarılmıştır.

Kuramsal arka planda ikinci olarak ele alınan kavram ise dijitalleşmedir. Mekâna nispeten yeni bir olgu olan dijitalleşmenin tanımı yapıldıktan sonra dijitalleşmenin ortaya çıkış süreci ve kazandığı yeni anlamlar tartışılmıştır. Sonrasında günümüzde dijital dönüşümden bahs. Dijital dönüşümden başlayıp mekânın sosyal medyadaki dönüşüme geçebilmek için internet ve internetin tarihi ele alınmıştır.

Teorik arka planın son başlığı mekân ve dijitalleşmenin etkileşimi ile alakalıdır. Bu kısımda artık mekânın dijitalleşme ve sosyal medya üzerinden nasıl değiştiği ve dönüştüğü, geleneksel mekândan “sanal mekâna” geçişi ve mekânın dijitalleşmesi incelenmiştir. Sanal mekân kavramı bundan sonra, bu teze daha uygun olduğu düşünüldüğü “dijital mekân” kavramı olarak adlandırılmış ve bu kavram ile ifade edilmiştir. Son olarak sosyal medya tanımı ve tarihçesi, popüler sosyal medya ağları ve dijital mekânın sosyal medya üzerinden nasıl dönüştüğü ele alınmıştır.

İkinci bölüm kuramsal çerçeveyi destekleyecek olan saha araştırmasında kullanılan yöntem ayrılmıştır. Bu çerçevede araştırmanın metodolojisi, teknikleri ve sınırlılıkları, amacı, konusu, yöntemi, tasarımı, evreni ve örnekleme hakkında bilgiler verilmiştir. Araştırmacının saha sürecinde yaşadığı sorunlar ve sosyal bilimlerde araştırma yapmak için gerekli etik unsurlar ele alınmıştır.

Tezin üçüncü bölümü ise gerçekleştirilen saha araştırması bulgularının analiz edildiği bölümdür. Bu bölümü artık dijital mekân kullanıcıların araştırmaya dâhil olduğu alan olarak kabul edebiliriz. Bu bölüm üç ana başlık altında şekillendirilmiştir. Birinci ana başlık olan “Mekân ve Dijitalleşme Kavramlarının Anlamlandırılması” kısmında katılımcıların mekân ve dijitalleşme kavramları hakkındaki algılarına, düşüncelerine yer verilmiş ve yorumlanmıştır. “Aile Hayatında Mekân ve Dijitalleşme” olan ikinci ana başlıkta ise bireyin aile hayatındaki mekân ve dijitalleşme kavramlarının pratiklerini nasıl kullandığı incelenmiştir. Son başlık olan “Kamusal Mekânda Dijitalleşme ve Mekânsal Dönüşüm” başlığı altında ise çalışan katılımcıların çalıştıkları mekânı algılama biçimleri, çalışma hayatındaki dijital mekânları nasıl kullandıkları incelenmiş ve yorumlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

MEKÂN VE DİJİTALLEŞMENİN KURAMSAL ARKA PLANI

Bu çalışmanın birinci bölümünde araştırmanın konusu hakkında kuramsal çerçeveye yer verilmiştir. Bu bölüm toplam üç ana başlık on üç alt başlıktan oluşmuştur. İlk ana başlık “Mekân”dır. Bu ana başlık altında mekân kavramının kelime anlamına ilişkin bilgiler sunulmuş, ardından mekân kavramının felsefe, sosyoloji ve mimarlık disiplinlerinde nasıl ifade edildiğini açıklanmıştır. Ardından mekânın tarihsel süreç içerisinde gelişimi hakkında bilgiler verilmiştir. Sonrasında sosyolojik olarak mekânın analizi yapılmıştır. Bu analizde Castells’in Ağ Toplumu üzerinden, Harvey’in mekân analizinden, Lefebvre’nin mekân analizinden ve Foucault’un Heterotopyası üzerinden detaylıca incelenmiştir.

İkinci ana başlık “Dijitalleşme”dir. Bu ana başlık altında ilk olarak dijital ve dijitalleşme kavramının ne anlama geldiği açıklanmıştır. Daha sonra dijital dönüşüm incelenmiştir. Ardından internetin kelime anlamından söz edilmiş, internetin tarihi anlatılmıştır. İnternetin tarihi ele alındıktan sonra dünyada ve Türkiye’de internet kullanımı anlatılmıştır. Bu ana başlıkta son olarak Marshall McLuhan’ın Global Köy’ü kavramı ile alakalı bilgiler verilmiş ve bu kavramın dijital çağda nasıl yorumladığına dair kısaca araştırılmıştır.

Üçüncü ana başlık “Mekân ve Dijitalleşme Etkileşimi”dir. Bu ana başlık altında ilk olarak mekânın değişiminde dijitalleşmenin etkisi ele alınmıştır. Daha sonra mekânın dijitalleşmesi ile ilgili açıklamalar yapılmıştır. Sonrasında sosyal medya tanımı ve tarihçesi hakkında bilgiler verilmiştir. Ardından sosyal medya türleri açıklanıp, popüler sosyal medya ağları olan Facebook’un, YouTube’ın, Instagram’ın ve Twitter’ın kuruluşu ve kullanımı hakkında bilgiler anlatılmıştır. Son olarak da araştırma sahasına geçmeden önce dijital mekânın sosyal medya üzerinden yorumlanması anlatılmıştır.

Bu bölümde öncelikli amaç mekân kavramına olan yaklaşımları ve mekânın süreç içerisindeki değişimini göstermektir. Bu değişimi anlamak için mekân kavramının tarihsel süreci kronolojik bir sıralama içerisinde anlatılmaya çalışılmıştır.

1. MEKÂN

Geçmişten günümüze mekân, insanların çeşitli isteklerine, arzularına, yaşam şekillerine karşılık verecek bir nitelikte olmuştur. İnsanlık dönemi boyunca var olan mekân üzerine uzlaşmış, ortak ve net bir tanım bulunmamaktadır. Mekânın ele alındığı bağlama göre anlamı ve içeriği değişmektedir. Mekân sorunsalı sosyoloji, coğrafya, fizik, mimarlık, felsefe gibi alanların başlıca tartışma kaynağını oluşturmıştır. Yer ve mahal anlamında kullanılan mekân, Arapça'da bir isim olan kevn'den türetilmiştir. Kevn, olma, var olma, vücut ve varlık anlamlarına gelir. Kevn'in fiil şekli olan kana kelimesi, olmak, husule gelmek anlamındadır (Devellioğlu, 2013: 496). Mekân, Güncel Türkçe Sözlük'te "yer, bulunulan yer, ev, yurt, uzay" anlamlarına gelmektedir (Kaçalın, 2017: 424).

Türkçede kimi zaman uzam olarak da kullanılan mekân kavramının İngilizce karşılığı olan "space" aynı zamanda uzay anlamına da gelmektedir. Bununla birlikte mekân, genelde somut anlamından ziyade metafiziksel olarak uzam-boşluk gibi terimlerle açıklanmıştır (Hornby, 1989: 87). Çetin mekân kavramını şu şekilde ifade etmiştir: "Oxford sözlüğünde "zaman, alan veya mesafeyi anlatan terim" olarak tarif edilmektedir. Yer, alan, saha, konum, uzam gibi farklı şekillerde kullanılan mekân kavramı, sosyal bilimlerde gerçek anlamı konusunda karmaşanın yaşandığı kavramlardan birini oluşturmaktadır" (Çetin, 2010: 59).

Mekân kavramı sadece sosyal bilimlerde değil birçok farklı disiplinde de tartışılan bir kavramdır. Mekânın sözlük anlamlarının dışında topluma ve gündelik hayata yansımaları daha iyi anlayabilmek ve anlamlandırabilmek için bu kavramın arka planına, kimlerin nasıl ele aldığına ve hangi boyutlarla değerlendirildiğine de bakmak gerekmektedir. Genellikle zamanla bütünleşik olarak ele alınan mekân, zihinsel olarak tahayyül edilen bir şey mi yoksa fiziksel olarak bulunan bir gerçeklik mi olduğu sorunsalını da içerisinde barındırmaktadır. Bu bağlamda aşağıda önce felsefede sonra mimaride ve en sonda sosyolojide mekân kavramının bu disiplinlerdeki düşünürler tarafından nasıl ifade edildiği açıklanmıştır.

1.1. Felsefede Mekân Kavramı

Felsefe tarihi boyunca hemen hemen her filozof mekân konusuna önem vermiş ve mekânın doğası ve önemi hakkında görüş bildirmiştir. Onlara göre tüm olaylar mekân ve zaman etrafında gerçekleşir ve ilerler. Fiziki varlıkları bu iki kategori dışında değerlendirmek mümkün değildir. Mekân, nesnelerin varlığı ve bilgisi için bir koşul olarak ortaya çıkar. Bu bakımdan epistemolojik ve ontolojik değere sahiptir. Tabii ki, bu yaklaşım daha çok mekânın fenomenolojik bir değerlendirmesidir. Mekân dışı varlıklar olduğu için, onları bilmek için mekâna ihtiyaç yoktur. Bu bağlamda düşünüldüğünde mekân, doğadaki nesneleri betimlemek için gerekli bir koşul olarak görülmektedir. Felsefede mekân, varolanların yani insanların, hayvanların, bitkilerin, eşyaların kısacası canlı ve cansız tüm varlıkların içinde olduğu, tüm bu varlıkların kendi küçük ve uzamsallıkları yani mekânda kapladıkları yer kadar bir büyüklüğe denk gelen sınırlı büyüklükleri içine alan sınırsız ve uzamsal anlamda uçsuz bucaksız büyüklük, sınırsız ortam, evrende kaplanılan yer olarak hacim anlamlarına gelmektedir (Cevizci, 1999: 583).

Felsefi düşünce tarihi boyunca birçok düşünür mekân kavramını farklı açılardan keşfetmeye çalışmış ve mekân, felsefe düşünce tarihinin konularından biri olmuştur. Çalışmanın bu kısmında mekânı İlkçağ Yunan felsefesinden incelemeye başlayarak mekânın nasıl ifade edildiği kısaca gözler önüne sermeye çalışılmıştır.

Nitekim İlkçağ filozoflarından Pre-sokratik gelenekten gelen Parmenides'e göre mekân sonsuz bir yokluk, var olmayan bir şeydir. Antikçağda mekân Demokritos ve Epikuros gibi Atomculara göre atomların içinde bulunan ve atomların içinde hareket ettiği bir boşluktur. Yani boşluk kadar doluluk da hareket için gereklidir (Yıldız ve Alaeddinoğlu, 2007: 846).

Antik Yunan'da Sokrates sonrası Orta çağ düşünürlerinden olan Platon ideaların hareket etmemesi sebebiyle mekânın idealar âlemi ile arasında bir ilişki bulunmadığına vurgu yapıp, mekânın varoluş âleminde bulunan nesneleri içine alan bir kap olduğunu ve besleyici bir niteliği olduğunu söylemiştir (Platon, 2001: 52). Bir diğer Orta çağ düşünürü ve Platon'un öğrencisi olan Aristoteles "Fizik" adlı eserinde mekânı "topos" kavramıyla açıklamaya çalışır. Ona göre topos bir nesnenin bir yerde

var olması demektir. Aristoteles’e göre mekân ile madde arasında bir benzerlik yoktur, çünkü mekân biçim ya da madde değildir. Mekânın bu nesnelerin aksine dinamik bir yapısı vardır. Mekânın her cisimden uzaklaşıp onları bırakabilme potansiyeli vardır (Aristoteles, 2001: 148).

Aristoteles’in mekân hakkındaki düşünceleri felsefe camiasında uzun yıllar varlığını korumuştur. Bu tahakkümün sarsılmasındaki sebep Kartezyen mekân anlayışının kurucusu Descartes olmuştur (Kalkan, 2017). Mekânı soyut bir içi boş levha (Tabula rasa) olarak düşünen Descartes, mekânsallığı somut uzamla ilişkilendirerek boşluğun kendiliğinden varlığını reddetmiştir. Descartes, mekânın nesnelerin mekânsal uzantısından ayrılamayacağına inanmıştır. Mekânı, kartezyen düşünce ile üç boyutlu bir genişlemeler olarak kabul etmiştir. Böylece özne ve nesneyi iki ayrı değer olarak ele alan mekân, onu içine alarak egemen bir alan oluşturmuştur (Descartes, 2020: 45). Descartes “Ruhun İhtirasları” adlı eserinde mekânı madde ile eşitlemiş ve mekânın onu işgal eden nesnelerden ayrılamayacağını söyleyerek boş mekân olmadığına inanmıştır (Descartes, 2016: 53).

Descartes’in mekânın cisimlerden bağımsız kabul edilemeyeceğini belirten fikirlerini reddeden Newton, “Principia” adlı eserinde mekânın gerçek bir varlık olduğunu iddia etmiş, her şeyi içeren ve tüm dinamiklerin gerçekleştiği görünmez/farkedilemez bir şey olduğunu ifade etmiş ve bu duruma mutlak mekân adını vermiştir. Newton’a göre mutlak mekân kendi özelliklerine ya da herhangi bir dış etkiye göre değişmez. Mutlak mekân kendisinin ve diğer şeylerin(mekânların) bir yeridir, doğası gereği böyledir, hareket etmez, aynı kalır. Newton mekânın mutlak bir yer olduğunu ifade etmiştir. Ona göre mutlak mekândan ayrılmak mutlak hareket gerektirir. Sonsuzdan sonsuza uzanan, konumların birbirine göre değişmediği mekânlar durağandır yani kendi kendilerine hareket edemezler. Bu şekilde düşünmeyle de, hareketsiz kalmaları gerekmektedir. Newton mutlak mekânın, evrende var olan her şeyin ve içerisinde gerçekleşen her eylemi kapsayan gerçek bir oluşum olduğunu söylemiştir (Newton, 2011: 979).

Newton’un mekân anlayışını kabul etmeyen Newton’un döneminde yaşayan düşünür Leibniz, mekânın mantıksal bir ürün olduğuna ve onun basitçe ilişkilerden oluşan bir dizi durum olduğuna inanmıştır. Yani mekânda bulunan şeylerden

bağımsız değildir: “...bana göre ben sadece mekânı görelî, zamanı da bir arada bulunma sırası olarak görüyorum. Sonuçta zaman öncelik sırasıdır. Olasılık bağlamında mekân, aynı anda bir arada var olan nesneler düzeni diye kabul edilir. Birçok nesne bir arada görünüyorsa, bu kendilerini aşan bir nesneler düzeni olarak görülür” (Leibniz, 1951: 216).

Öte yandan 18. yüzyılda yaşamış olan Kant, insan zihninin veya algısının gerekli bir a priori form olduğunu savunmuştur. A priori “duyu deneyine başvurmadan, yalnızca akıldan ve aklın etkinliğinden türetilen, deneysel olmayan bilgi” demektir (Cevizli, 1999: 67). Kant'a göre mekân maddeden farklıdır, maddeden bağımsızdır, deneyimsiz bir sezgi, bir dış uyum biçimidir. Yani maddelerin algılanmasından önce zihinde oluşmalıdır (Tekeli, 2010: 51).

Kant'ın mekân anlayışını reddedip mekânın evrensel ve soyut olduğunu ifade eden Hegel, zaman ve mekânın bir kavram olduğunu, bireyin bu iki kavramı kavramlaştırabildiği sürece zamanı ve mekânı algılayabileceğini söylemiştir. Hegel'e göre mekân olmadan zaman var olamaz, bu sebeple mekân zamanın varlığının bir şartıdır. Hegel bu mekâna verdiği önemle, zamanın var oluş nedenini mekâna bağlamaktadır (Priest, 1992: 54-58).

1.2. Sosyolojide Mekân Kavramı

Sosyoloji teorisyenleri, mekânı belirsiz ve ham bir biçimde ele alırlar. Marx ve Engels, mekân kavramı ile ilgili görüşleri az olsa da kapitalist sanayileşmenin sanayi kentlerinin hızlı büyümesine nasıl yol açtığıyla açıkça ilgilenmişlerdir. Marx ve Engels, Komünist Manifesto'da, sabit, donmuş sosyal ilişkilerin nasıl parçalandığını ve yeni kurulan tüm ilişkilerin donma şansı bulamadan nasıl yıprandığını anlatmışlardır. Marx'ın analizine göre, kapitalist birikimin temeli, sonunda tarımda, endüstride, nüfusta zaman ve mekânda büyük değişikliklere yol açan mekânın zamanla yok edilmesidir (Urry, 1999: 19).

Sosyolojinin kurucularından biri olan Durkheim da benzer bir süreci analiz etmiştir. Durkheim'a göre, dayanışmalarıyla ayırt edilen iki tür toplum vardır: organik (farklılığa ve tamamlayıcılığa dayalı) ve mekanik (benzerliğe ve yanılmaya dayalı).

Durkheim, kuram olarak sosyal mekân teorisini yaratmıştır. Teorinin iki bölümü vardır. Birinci bölümünde, belirli bir toplumdaki herkes mekânı temsil ettiği için bu kavramların kökeninin sosyal olduğunu belirtmiştir. İkinci bölümünde ise, bazı durumlarda mekânsal temsillerin, sosyal örgütlenmenin baskın modellerini yansıttığını dile getirmiştir (Durkheim, 2006: 126).

Max Weber'in mekân konusundaki görüşleri oldukça azdır. Weber, şehirleri analiz ederken mekânsal kavramları kullanma konusunda çok seçici davranmıştır. Öncelikle Orta Çağ mekânlarının ortaya çıkmasının onu saran feodalizme meydan okumasına odaklanmış, ölçek ve yoğunluğa göre analiz etmeyi reddetmiştir (Weber, 2010: 67).

Mekân sosyolojisine önemli katkıları olan Simmel, sosyal etkileşimdeki mekânsal biçimlerin boş mekânlara anlam veren beş temel özelliğini analiz etmiştir. Bu özellikler şunlardır: mekânın benzersizliği veya eşsizliği, mekânın mekânsal çerçeve bölümlerine ve etkinliklere bölünebilme şekli, sosyal etkileşimin mekânla bütünleşme derecesi, özellikle şehirlerde ve çevredeki yakınlık/mesafe derecesi ve yer değiştirme olasılığı. Mekândan izole edilen sosyal organizasyon ile Simmel, mekânın önemini yitirdiğini görme eğilimindedir (Urry, 1999: 20).

Sosyal bilimlerde ve kültürel çalışmalarda, mekân kavramının incelenmesi 20. yüzyılın ikinci yarısında şekillenen özellikle postmodern ve postyapısalcılık tartışmalarıyla birlikte akademide mekân tartışmasının arttığı görülmektedir. Tezin ana tartışması kapsamında bu yakın dönem tartışmalar “20. yüzyılda Mekânın Değişimi ve Dönüşümü” bölümünde detaylıca işlenecektir.

1.3. Mimarlıkta Mekân Kavramı

Geçmişten günümüze farklı bilincin içinde mekân; birçok yönden tanımlanmış ve çeşitli disiplinler tarafından birbiriyle çelişen kimi mekânsal yaklaşımlar ve bazı koordine eden mekânsal yaklaşımlar aktarılmıştır. Mekânı anlama sürecinde aktarılan yolların birden fazla anlamı vardır ve bu felsefe, doğa bilimleri ve sosyal bilimlerin temel sorularından biridir. Mekân, mimari disiplinde mekânsal yöntemler ve tanımlar yoluyla da somutlaşır (Aydın, 2002: 41).

İzgi, "Mimari Mekân" başlıklı tanımında mekânı şu sözlerle tanımlamıştır: “Mimarlık alanında: Doğa koşullarının egemen olduğu fiziksel çevrenin bir bölümünü tatmin etmek için gereken işlevler; en genel anlamda, tamamen ya da kısmen, sınırlamak, çevrelemek, örtmek, yalıtım, düzenlemek ve yeni bir yapay ortam yaratmak için düzenlemek; bir veya daha fazla beklenen eylemin gerçekleşeceği alanın üç boyutlu sınırlandırılması, bir hacim boşluğu, bir boşluk yaratmaktır” (İzgi, 1991: 106).

Joedicke, mimari mekânı “nesnelerin ve insanların deneyimleriyle yaşayabilecekleri bir yer” olarak tanımlar. Mekânsal deneyimi, insanların yaşam çevrelerine ilişkin algılarıyla ilişkilendirir. Mekânsal algının oluşumunda sınırların önemine vurgu yapar. Mekân algısı, bireyin konumuna bağlıdır. Mimari olarak, tanımlanmış bir mekânın varlığını algılama durumudur (Joedicke, 1976: 25).

Schultz, mimari bir kavram olarak mekân kavramını kullanıcılarının fiziksel, psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılayan bir mekân parçası, dikeyliği yatay düzlemde benzer bir bakış açısıyla yansıtan bir “varoluş mekânı” olarak tanımlar. İlk mimari mekân kavramı, insan vücudunun dikey duruşundan ele alınmıştır (Schultz, 1971: 126).

1.4. Yirminci Yüzyılda Mekânın Değişimi ve Dönüşümü

Mekân, sosyal boyutu ve fiziksel çevresi olan bir unsurdur. Ancak günümüz mekânların farklı amaçlarla oluşturdukları mekânsal biçimler oldukça parçalıdır ve parçalanmaya da devam etmektedir. Buradaki temel sebep; modernleşme sürecindeki şehirlere baktığımızda, kentsel mekânların kapitalist ilkeler çerçevesinde yeniden şekillenmesidir. Sermaye akışını teşvik etme ve birikimi artırma eğilimi, yeni mekânsal düzenler getirmekte ve eski çevreler sürekli bir değişim döngüsüne girmektedir. Kapitalist ekonominin gereksinimleriyle birlikte mekânın niceliksel değeri değişmekte, mekân ve coğrafya ile bağlantısı kopmakta, bu da modern zamanlara özgü bir mekân olgusu olarak kendini göstermektedir (Fırat, 2002: 43).

Bugün klasik anlamda mekânın artık var olmadığını söylemek gerekir. Teknolojideki ilerlemeler ve sınırların ortadan kalkması, insanların mekân hakkındaki

düşüncelerini değiştirmiştir. Bu durum sayesinde, insanlar bir tuşa dokunarak uzun mesafeleri ortadan kaldırırlar. İnsanlar dünyadaki tüm insanlarla ve dünyanın her yeriyle anında iletişim kurabilirler. Bu gelişmelerin bir sonucu olarak modern ve postmodern insanların mekân anlayışları geleneksel dönemlerdeki bireylerin anlayışından farklılaşmaktadır. Mekân sosyolojisi işte bu ayrışma noktasında ortaya çıkar. Mekânın değişimi toplumu etkileşime, toplumun değişimi ise mekânı etkileşime sokmuş ve mekânın yeniden üretimi konusu öne çıkmıştır. Mekân sosyolojisi, mekânların ve onların yeniden üretimlerinin ve toplumların yeniden üretilmiş bu mekânlarda nasıl yaşadığını, mekândan nasıl etkilendiğini, mekânı nasıl dönüştürdüğünü ve şekillendirdiğini gözler önüne sermeye çalışır (Ghulyan, 2017: 67).

Mekân sosyolojisi ele alındığında söz konusu biçimlendirme ve değişimleri anlamak için 20. yüzyıldaki sosyolojik mekân analizleri incelemek önemlidir. Bu bağlamda ilk olarak Foucault'un Heterotopyası'na bakmakta fayda vardır. Heterotopyalardan sonra Lefebvre'nin mekân anlayışı açıklanmıştır. Lefebvre'nin "mekânın üretimi" kavramına değinmek yerinde olacaktır. Lefebvre'den sonra Castells'in "ağ toplumu" kavramı açıklanmıştır. Son olarak da Harvey'in mekân analizi anlatılmıştır.

1.4.1. Foucault'un Heterotopyası

Foucault, bugün mekânın yerini mevkinin aldığını söyler. Noktalar ve öğeler arasındaki yakınlık ilişkileri artık noktasallık yerine ön plandadır ve bu ilişkilerin yapısı ağaç ve kafes metaforları yardımıyla açıklanabilir. Mekânlar artık farklı mevkiler arasındaki ilişkiler şeklinde sunulur; bu mekânların depolanması, sirkülasyonu, sınıflandırılması ve kodlanması gibi konuları da göz önünde bulundurmak gerekir. Zaman ise farklı faktörler olan bu konumların dağıtım ilişkilerinden ve yollarından sadece biri gibi görünmektedir. Bununla birlikte, Foucault'nun gerçekten dikkatini çeken şey, diğer konumlarla ilişkili mevkiler ve temsil ettiği ve yansıttığı tüm ilişkiyi "geciktiren, nötralize eden veya tersine çeviren" konumlardır. Foucault'ya göre bu mekânlar iki ana tipe ayrılabilir: Ütopyalar ve heterotopyalar (Foucault, 2006: 295).

Foucault’a göre ütopyalar, aslında var olmayan yerlerdir. Bir anlamda mevcut topluma karşıtılar, yani varoluş koşulları mevcut toplumla biraz benzerliği olan bir eksen de bulmaktır. Mevcut toplumların varyantları olarak yansıtmak için mükemmel bir şekilde tasarlanmışlardır, ancak temel özellikleri, gerçek olmayan alanlar olarak kavramsallaştırılmalarıdır. Ütopyanın amacı rahattır. Foucault, gerçek bir yerleri olmadığı için büyü ve düz yerlerde büyüyen ütopyaların hayali ülkeler olarak tasarlandığına, geniş caddeleri olan adalarda, her zaman temiz, bakımlı ve her zaman kolay erişilebilir olduğuna dikkat çeker (Foucault, 2006: 15).

Öte yandan bir heterotopya, gerçekleştirilmiş bir ütopya, karşıt bir konum olarak görülmelidir. Temel niteliği belli bir kültürde alt üst olmak ve kendilerine ait tüm gerçekleri tartışmaya açmaktır. Kodlamaları kendilerinden farklı olarak yansıttıkları ve tartışmaya açıldıkları yerin dışındadır. Yatıştırıcı ütopyaların aksine, heterotopyalar son derece yıkıcı yerlerdir. Kendileriyle ilişkili diğer yerleri ve hayatın çok doğal bir şekilde yerleştiği diğer yerleri sinsice sallar ve hatta parçalarlar (Foucault, 2006: 21).

Heterotopya, esasen, Foucault’nun yaklaşımı altında daha geniş bir bağlamda edinilen ve onun mekân felsefesinin temel taşı haline gelen edebi bir terimdir. “Kelimeler ve Şeyler”in önsözünde, ağırlıklı olarak heterotopyanın bu edebi boyutu tartışılmaktadır. Borges’in ünlü Çin Ansiklopedisi hikâyesini tipik bir heterotopya olarak ele alır, sınıflandırmanın keyfi ve olumsuzluğunu gösterir ve bilişimizi değiştirir (Foucault, 2006: 3). Foucault için heterotopyaların görevi, edebi dilden söylemsel ve toplumsal mekâna geçişi sağlayan fay hatları olmalarıdır. “Heterotopyalar huzursuz edicidir, çünkü dili yok eder, dilin onu ve onu adlandırmasını imkânsız kılar, ortak adları böler veya karıştırır ve dilbilgisini yok eder; şeylerin bir arada (birbirlerine ya da birbirlerine karşı) kalması için daha az belirgin olan dilbilgisini de yok eder” (Foucault, 2005: 19).

Foucault, heterotopyaları iki kategoriye ayırır: kriz heterotopyaları ve sapma heterotopyaları. Kriz heterotopyaları, barbar toplumlarda kriz halindeki kişilere (gençler, regl dönemindeki kadınlar, yaşlılar, gebeler) ayrılmış kutsal ve yasak yerler olarak adlandırmaktadır (Erdoğan, 2021: 135). Kriz heterotopyası kapalı bir uygulama olarak değerlendirilebilir. Çünkü zorunlu bir kapatma veya karantina yoktur.

Günümüzde kriz heterotopyası, yerini sapma heterotopyasına bırakmıştır. Öte yandan, sapma heterotopyası, anormal davranış sergileyen bireyleri toplumdan izole ederek, tedavi ederek veya rehabilite ederek, erişimi kontrol ederek ve kontrol mekanizmalarına sahip olarak görünürlüğünü azaltan bir heterotopyadır. Foucault bu heterotopyaları psikiyatri klinikleri, huzurevleri, sanatoryumlar ve hapishaneler olarak sınıflandırır. İhtiyarlaşmak bir kriz ve bir sapmadır, çünkü çalışmamak toplumsal bir sapma olarak kabul edilir. Sapma heterotopya, kapalı bir uygulama, diğer tarafı kontrol etme pratiği olarak düşünülebilir (Foucault, 2005: 296).

Heterotopyalar yalnızca sosyal ilişkileri, kimlikleri ve değerleri yansıtan mekânları tanımlayıp kontrol etmekle kalmaz, aynı zamanda sosyal deneyimi de şekillendirir. Heterotopya, ötekinin anormalliğini vurgulayarak, ötekinin onu ürettiği, sınırladığı ve tanımladığı bir alanda kendini farklılaştırır. Günümüzde modern hapsedme kurumları, anormal davranışlar sergileyen bireyleri evcilleştirmek, rehabilite etmek, tedavi etmek ve arındırmak adına yaygın bir şekilde yayılmaktadır ve bu kurumlar, çeşitlilik sergilemeleriyle güçlendirilmektedir. Ülkeler kapalı uygulamalara döndükçe, norm merkezli ayırım ve farklılaştırma sistemleri uygulanmış ve kapatılan nüfuslara tehlikeli öteki anlamı yüklenmiştir (Özgenç ve Ertop, 2021: 146).

1.4.2. Henri Lefebvre'nin Mekân Analizi

Lefebvre, mekânın toplumsal bir ürün olduğu varsayımının bir iması olarak önemli bir durumdan söz eder: “Eğer bir mekân üretimi ve bu mekânın üretim süreci varsa, o zaman tarih de vardır (...) Bazı üretici güçler (iş ve iş organizasyonu, doğa, bilgi ve teknoloji) ve tabii ki üretim ilişkileri, mekânın üretimdeki belirlenmesi gereken bir role sahiptir. Bir üretim biçiminden diğerine geçiş çok önemlidir; çünkü sosyal üretim ilişkileri altüst edilerek mekâna dâhil edilebilir. Her üretim biçiminin kendine uygun mekânı olduğundan, bu dönüşüm sırasında yeni bir mekân yaratılır” (Lefebvre, 2014: 75).

Lefebvre buna dayanarak mekânsal bir dönemselleştirme önermiştir. Mekânsal dönemselleştirmede beş farklı mekânsal kavram kullanmıştır. Bu mekânlar mutlak mekân, kutsal mekân, tarihsel mekân, soyut mekân ve çelişki mekânıdır. Lefebvre ilk olarak mutlak mekân tanımını tarihin başlangıcına bağlamıştır. Mutlak mekânın,

çiftçilerin, göçebe veya yarı göçebe pastoralistlerin isimlendirdiği ve çalıştığı bir grup yerin kökeninin bir parçası olduğunu ifade eder. Mutlak mekânın temel özellikleri, insan hayatı ve doğası, doğanın ritmi ve gücüyle dolayısıyla mekânın doğadan ayrılmamış mekân ile yakın ilişki içinde olmasıdır. Dolayısıyla mutlak mekân üreten bir toplumda, insan faaliyetleri bu mekânı ne kadar dönüştürmeye ve ona farklı nitelikler ve özellikler kazandırmaya çalışsa da, bu mekân tasarlanmış bir mekân değil, yaşayan bir mekândır, bir temsil mekânıdır, mekânın bir temsili değil (Lefebvre, 2014: 245-247).

Kutsal mekânların ortaya çıkışının en erken şehir devletlerinin kurulması, Asya tarzı üretim ve feodalizm ile örtüştüğü söylenebilir. Lefebvre'ye göre bu mekânın paradoksal bir özelliği, bir yandan uygulandığı siyasi iktidarın hareketiyle doğal ortamından uzaklaştırılmış, öte yandan hala doğal olarak görülmesidir. Hem siyasi hem de dini olan kutsal mekânlar, iki büyük prosedür olan taklit ve özdeşleşmeye tabi olan dini kurumları içerir. Aynı zamanda hayal ve yansıma da olacak olan bu psikolojik kategoriler, mekânsal formlar şeklini alır (Lefebvre, 2014: 245-248)

Lefebvre mutlak ve kutsal mekânın parçalanması ile tarihsel mekân oluştuğunu ifade etmiştir. Ona göre üretim faaliyetlerinin merkezileşmesi ve kolektif emekçilerin ortaya çıkmasıyla birlikte emek süreci, toplumsal yaşamı devam ettiren yeniden üretimden ayrılmaya başlamıştır. Aslen hanesel alanla sınırlı olan bu süreçlerin ayrılması ve bütünleşmesi ile tarihsel mekânda kamusal ve özel mekân ayrımı ortaya çıkmaya başlamış ve mekânsal pratikler bu ayrıma göre şekillenmeye başlamıştır. Mutlak-kutsal mekânın parçalanması ve ardından tarihsel mekânın gelişmesi nedeniyle kent, tarihsel mekânda en önemli öge haline gelmiş ve kendi imajını bulmuştur (Lefebvre, 2014: 286).

Bir sonraki mekân ise soyut mekândır. Lefebvre soyut mekânı politik olarak tanımlar. Bu mekân savaşın ve şiddetin bir getirisi, bir hükümet tarafından kurulur ve dolayısıyla kurumsaldır. Bu mekân ayrıca birikim sürecinin ve sermayenin büyük ölçüde etkilediği ve şekillendirdiği bir mekândır. Lefebvre soyut mekânın en temel özelliklerinin kökenleri ve bunun altında yatan unsurlar nedeniyle homojenlik ve araçsallık olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla bu tarz bir mekânın kullanım amacı tamamen politiktir (Lefebvre, 2014: 294).

Çelişkili mekân ise soyut mekânın bütün özelliklerini taşımakla birlikte, son zamanlarda kapitalizmin gelişmesiyle birlikte soyut mekâna dair çelişkileri derinleştirmiştir. Böylece soyut mekân bize yeni bir nicel ve nitel sıfatla, bir çelişkiler alanı olarak, geçmişe göre daha keskin ve belirgin bir çelişkiler dizisiyle gelmiştir. Kapitalist ilişkiler gündelik yaşamın her alanına girerken, bir önceki aşamada yani sanayileşmede hüküm süren emek-sermaye çelişkisi, üretim ilişkilerinin mekânsal yeniden üretiminin daha genel çelişkisine düşmüştür. Bu yeni veya derinleşen çelişkilerden bazıları, doğrudan veya dolaylı olarak mekânın üretimi ile ilgilidir (Lefebvre, 2014: 353–357).

Lefebvre, mekânsal deneyimin algı, tasarım ve yaşam olmak üzere üç temel unsurdan oluştuğuna inanır ve bu öğelerin mekânsal bir kavramsallaşması olarak mekânsal pratik, mekânsal temsil ve temsil mekânı üçlüsünü önerir. Üçlü, mekânın üretimini anlama ve her bir üretim ve toplum biçimindeki mekân deneyimini ve ayrıca psikolojik, sosyal ve fiziksel mekânların karşılıklı ilişkilerini, karşıtlıklarını ve düzenlemelerini inceleme fırsatı sunar (Ghulyan, 2017: 21).

Lefebvre, algılanan mekânda bir toplumun mekânsal pratiğinin kendi mekânını yarattığını savunmuştur. Bu mekânsal pratik, mekânın şifresi çözülerek keşfedilir. Gelişmiş kapitalizmde, mekânsal pratik, gündelik gerçekliği mekânsal gerçeklikle yakından bütünleştirir. Mekânsal pratikler, üretimi ve yeniden üretimi, göreceli bağımlılıkların sürekliliğini sağlayan, her bir toplumsal forma özgü belirli yerleri ve mekânsal kümeleri içerir (Lefebvre, 2014: 63). Mekânsal uygulama, öncelikle fiziksel bir gerçeklik olarak mekâna odaklanır. Binaları, yapıları, işyerlerini, özel ve rekreasyon alanlarını birbirine bağlayan yolları ve ağları içerir ve bu nedenle deneysel olarak gözlemlenir (Lefebvre, 2014: 410).

Tasarlanan mekân, plancılar, şehir plancıları, teknoloji uzmanları, bazı sanatçılar için mekândır, üretim tarzının içindeki hâkim mekândır. Mekânsal temsiller varlıklarını teknokratik bir ayrıştırma ve örgütlemeye borçlu olduklarından, bilgiye, sembollere, kodlara, olumlu ilişkilere dayanırlar ve dolayısıyla dilsel ve entelektüel olarak oluşturulmuş sembolik sistemlere eğilimlidirler. Mekânsal temsil, bu bilgi ve ideolojiyi kendi mekânsal dokusunda aktif bilgi ve ideoloji aracılığıyla yansıtır, dolayısıyla mekânsal temsil, mekânın üretiminde önemli bir kapsam ve spesifik bir

role sahiptir (Lefebvre, 2014: 63-71). Bu kapsam ve rol nedeniyle, mekânın temsili, belirli bir düzenin mantığına göre örgütlenen, düzenlenen ve üretilen şeydir, yani siyasal iktidar, egemen ideoloji veya söylemin ve onun parçası olan egemen ekonomik düzenin bir parçasıdır. Planlar, semboller vs. bunlar zihinsel olarak tasarlanır ve daha sonra nesneleştirilir. Ortaya çıkan mekân soyutlamayı içerir, yani bu mekân zihinsel olarak tasarlanır ve belirli mekânsal uygulamalar yoluyla somutlaştırılır. Bu sebeple temsil mekânı tasarlanan mekân olarak da tanımlanabilir. Fiziksel yapının kapsamı ve önemi nedeniyle, bir mekânın performansı, mekânsal pratiğinden ve onunla ilişkili mekânsal deneyimden ayrılamaz. Onunla yakın bir ilişkisi vardır (Lefebvre, 2014: 139).

Temsili/yaşanan mekân, üçlünün diğer iki kavramına kıyasla, tespit edilmesi zor bir kavramdır. Bunun nedeni, temsil mekânının hayal gücü ile ilişkilendirilmesi, toplumsal hayatın yasadışı ve yeraltı tarafıyla bağlantılı olması ve karmaşık simgesel anlamlardan oluşmasıdır. Bir diğer önemli neden ise temsil alanının öznel yani kullanıcının günlük davranışının belirli alan, hesabın değil öznenin mekânı olmasıdır. Bir kişinin geçmişi ve herkesin aidiyeti ile ilgilidir. Bu nedenle, bazı hesaplar içeren tasarlanmış mekânlar mekânsal pratiklere nazaran tutarlı veya ilişkiye mecbur değildir (Lefebvre, 2014: 70).

Lefebvre bu mekânlar için “Mekânın Üretimi” adlı eserinde şu şekilde bahsetmiştir: “Bu, kullanıcıların ve yaşayanların mekânıdır, yani bu mekân yaşanan, konuşan; duysal bir çekirdeğe veya merkeze sahip olan bir yerdir: Benlik, oda, yatak, konut veya ev; kilise, mezarlık, meydan... Bu mekânlar tutku ve eylem mekânlarını içerir, yaşam ortamının yeri ve dolayısıyla zamanla doğrudan ilişkilidir. Tasarlanan mekân bize teknokratik bir alan olarak görünür, bu nedenle sadece bilgi işlem değil, aynı zamanda benzersiz bir teknik dil (jargon) içerirken, temsil mekânı onu kullanan insanlar için semboller, görüntüler ve argo kelimeler içerir, bu nedenle nitelikli, akıcı, dinamik ve çeşitli nitelemeler mevcuttur” (Lefebvre, 2014: 71).

Tüm bu açıklamalar, Lefebvre'nin mekândaki yeniliğinin, mekânı çok boyutlu ve bütünsel bir mekân olarak anlama çabası olduğunu göstermektedir. Lefebvre mekân ile ilgili tüm söylemleri ve ayrımları görmek istemektedir. Bu söylemler ve ayrımlar, fiziksel mekân, zihinsel mekân ve sosyal mekân üçlüsünde tanımlanır. Her birinin

kendine has nitelikleri vardır. Örneğin, fiziksel mekân enerji kavramı ile birlikte düşünülebilir, bu durumda, mekânı tanımlayan mekânda olup biten şeydir. Mekânda olanların gerçekliği de zamana bağlıdır. Buradaki asıl soru, bu üçünün birlikte işleyişini ve üretimini nasıl açıklayacağıdır. Lefebvre, bu kavramın karşılıklı olarak sekteye uğratılamayacağına, parçalanamayacağına veya ayırlamayacağına dikkat çeker. Lefebvre'e göre üçlünün farkını onları bozmadan ayırt edemeyiz. Öte yandan bu kavramsal farklılığı oluşturan zihnin kendisidir. Onlar sosyal hayatın sahnesi olarak günlük formlarında birbirlerini içerir, tamamlar, tahmin eder ve desteklerler. Böyle bir ayırma ihtiyaçları da yoktur. Kısacası Lefebvre yaptığı tüm bu analizlerle mekanın diyalektik bir form olduğunu ve bu formu tanımlamaya en uygun kavramın "mekanın üretimi" olduğunu kanıtlamaya çalışmıştır (Kurtar, 2015: 353).

Edward Soja, Henri Lefebvre'nin temsili mekânları üzerinden “Üçüncü Mekân” kavramını geliştirmiştir. Soja, "Afterword" adlı makalesinde hayali ve gerçek olan mekânı bir tek mekân içerisinde incelemeyi uygun bulduğunu savunmuştur. Bir başka deyişle bu mekân, bir ikili karşıt değil, iki seçeneği içeren ve kapsayan, alternatif olana yer veren başka bir mekân arayışıdır (Soja, 1996: 1421-1422). Soja, Üçüncü Mekânda gerçek ve hayal edilenin bir arada varoluşunu Lefebvre'nin temsili mekânı açıklarken ifade ettiği mekân kavramını geliştirerek açıklık getirmiş, mekanı sadece fiziksel olarak değil, aynı zamanda mekanın insanlar tarafından üretildiği paralel düşünce çerçevesinde açıklamıştır. Özellikle küreselleşmenin hızla geliştiği günümüz dünyasında, küresel ve yerel ilişkilerin dönüşümü, Soja'nın ortaya koyduğu bu üçüncü mekân kavramıyla ifade edilmektedir (Mert, 2010: 105).

Gündelik hayat temsil mekânlarında şekillenir, ancak gündelik hayatın belirli kurallara göre organize ve standart hale getirilmiş ortaklığı, toplum üyelerinin bu alanı anlamasını zorlaştırır. Anlamaya gelince, standartlarını karşılamadığı için tepkilere yol açar ya da farklı bir gündelik hayatın mümkün olacağını gösterir. Bu sebeple temsil mekânları özgürleştirici bir potansiyele de sahiptir; hâkimiyet içeren söylemleri ve pratikleri alt üst edebilirler. Tutarlı sistemlere işaret eden temsili mekânlar aynı zamanda baskın söylemler tarafından farklılaştırılmaya çalışılır, bu nedenle hegemonik konuşmaların kenarlarında, kurumların içlerinde, iktidar-bilgi makinelerinin yarıklarında bulunurlar (Soja, 2017: 72).

1.4.3. Castells'in Ağ Toplumu Üzerinden Mekân Analizi

Ağ kavramı, düğümler arasındaki bağlantıların iki temel ögesi olarak tanımlanabilir. Castells'te ağ kavramı; kaotik ifadeler, pozitif ilişki örüntüleri ve birbirine bağımlı ilişkiler içeren üretken bir metafordur. Dolayısıyla daha önce sosyal teoride karşılaşılan sistem metaforlarına bakıldığında, özellikle Batı düşüncesinde kökleşmiş ağaç metaforunu örnek alındığında daha açık bir metafor olduğu görülmektedir. Dikey ve sabit ilişkilerle tanımlanan bu metafor, benzer özelliklere sahip öğelerin aynı alt dallardan gelmesi şartına dayandırılırken, ağ metaforları birden çok katmanda veya birden çok merkezde benzer bağlantıları içerebilir. Ağ metaforunun ortaya koyduğu problem, demir veya örümcek ağı bağlantılarının beyne empoze ettiği tek katmanlı veya tek boyutlu problemdir. Bu bağlamda ağ ne statik ne de tek katmanlıdır. Burada dikkat çeken, ağ durgunluğunun tek katmanlı veya boyutundan ziyade ağ üzerindeki aktörlerin kavramsallaştırılmasıdır (Castells, 2008: 243)

Ağlarda tıpkı gerçek yaşamda olduğu gibi bir bilgi ekosistemi vardır. Bu açıdan bakıldığında, insanın kendi bilişine ek olarak, ağda oluşan üst bilişten de söz edilebilir. Üstbiliş, bireylerin ağlara katılması, yeni ilişkiler ve ağlar oluşturması yoluyla ortaya çıkar. Ağa bağlı bireylerin gücünden oluşan üstbiliş, ağdan beslenen bir yapıdır. Sonuç olarak, ağ genel amaçlı bir bellek gibi çalışır. Ağ toplumunda enformasyon, ağ ile aynı sınırlamalara sahiptir. Aktif konumdaki bilen ile pasif bilgi arasında bir meta sınırlama vardır. Ancak anlamsal öğelerin gelişmesiyle birlikte pasif bilgi ağda aktif hale gelecektir (Bozkurt, 2014: 514).

Ağ toplumu ile birlikte zaman ve mekân kavramları ortadan kalkmış ve evren artık ağ ile iç içe geçmiş durumdadır. Castells, toplumların BİT (Bilgi İletişim Teknolojileri) aracılığıyla sosyal ve ekonomik olarak yeniden inşa edildiğini savunur (Castells, 2015: 55). Bu süreç, farklı sınıflandırmalardan ağsı bantlara kadar tüm alanları kapsar. Ağlar, insanların en eski yaşam biçimlerinden biridir ve günümüzde internetin de yardımıyla daha aktif hale gelmiştir. Bilginin dağıtımında, depolanmasında ve iletilmesinde ağın hızı, ağ toplumunu daha aktif hale getirir. Dijital teknolojilerin ve ağların sadece kişinin bilgi ile değil, bilginin de bilgi ile etkileşime

girmesini sağlayan ağların getirdiği fırsatlar, üstbiliş kavramını desteklemektedir (Bozkurt, 2014: 519-520).

Castells, içinde yaşadığımız yeni bilgi çağında mekânsal dönüşümün tüm yapısal değişim sürecinin temel niteliği olduğuna inanmış ve bu dönüşümü üç kavramla açıklamıştır: işlev, anlam ve biçim. İşlevsellik, yöresel ve küresel çatışmalardan doğar. Anlam, bireyleşme ve toplumsallaşma arasındaki karşıt durumlardan ortaya çıkar. Form ise, akışkan mekânlar ile yer mekânları arasındaki artan gerilimler ve bağlantılarla ilgilidir (Giddens, 2012: 952).

Modern toplumun mekânsal mekânları, kentlerde yaşayan nüfus tarafından kolektif üretim ve tüketimin yeniden üretimi sayesinde kent şeklini almaktadır. Bu nedenle, kentsel nüfus bir tüketim toplumu olarak kabul edilmektedir. Castells'e göre, sanayileşmiş kapitalizmin gelişmesi, şehirlerin güçlenmesinden ziyade sanal anlamda yok olmasıyla sonuçlanmıştır ve biz artık teknoloji ve sanayileşme arasındaki karşılıklı besleyici ilişkinin bir sonucu olarak inşa edilen yeni tür mekân tiplerinde yaşamaktayız. Bu durum bilgi çağından dolayı "teknopol" olarak adlandırılmaktadır. Ayrıca, ağ ve benlik arasındaki kutupsal karşıtlık etrafında inşa edilen bu toplumlar, ekonomik ve teknolojik dönüşümle birlikte dönüşmektedir (Castells, 2008: 26).

Castells, bir toplumun mekânsal şeklinin, onun bütün gelişim mekanizmalarıyla yakından ilişkili olduğunu söyler. Ona göre mekân yalnızca farklı bir alan değil, aynı zamanda endüstriyel kapitalizmin doğal yönlerinin kitlesel tüketim sürecinin ayrılmaz bir parçasıdır. Okullar, evler, boş zaman aktiviteleri ve ulaşım hizmetleri günümüzde endüstriyel ürünlerin tüketilme şeklidir (Giddens, 2000: 510).

1.4.4. Harvey'in Mekân Analizi

David Harvey, mekânın yaratılmasının nasıl gerçekleştiğini açıklamak için üçlü mekân kavramını kullanmıştır. Harvey'in üçlü mekân anlayışında mekânı; mutlak mekân, göreceli mekân ve ilişkisel mekân olarak tanımlar. "Sosyal Adalet ve Şehir" adlı kitabında üçlü mekân anlayışını şöyle açıklar: "Mekânın 'mutlak' olduğunu kabul edersek, o mekânın kendisi maddeden bağımsız bir şeye dönüşür. Bu sayede fenomenlerle ne yapabileceğimize karar veren bir kavram olur. Öte yandan, "görünür

mekân” görüşü, mekânın nesneler arasındaki ilişki olarak anlaşılması gerektiğini savunur. Mekânlar, birbirleriyle ilişkili oldukları ve nesneler var olduğu için vardır. Mekânın göreceli olarak kabul edilebileceğinin başka bir anlamı daha var ve ben buna “ilişkisel mekân” diyorum. İlişkisel mekâna göre mekân ve zaman bağımsız gerçeklikler olarak var olmazlar. Onları kendi mekânsal çevrelerini belirler ve kendilerini açıklayan süreç içinde bulunurlar. Mekân, sürece içsel anlamda katılır” (Harvey, 2013: 44).

Harvey'e göre bir noktadaki olay ya da nesne yalnızca o noktada bulunanlarla anlaşılabilir. Mekânda geçmiş, şimdi ve gelecekle ilgili birçok etki iç içe geçerek, girdabın etkisi altındaki bir noktada birleşerek o noktanın doğasını tanımlar (Harvey, 2013: 44).

Harvey, mekânı üç kategoriye ayırıp açıklasa da, mekânın bu üç kategoriden hangisine ait olduğu konusunda şu açıklamayı yapar; “Mekân mutlak, görünür ya da ilişkisel mekân değildir; fakat duruma göre biri ya da hepsi olabilir. Mekânın doğasıyla ilgili felsefî soruların felsefî yanıtları yoktur; cevaplar bireylerin pratiğinde yatmaktadır. Farklı bir söylemle, mekân nedir sorusunun yerine; nasıl olur da farklı birey pratikleri farklı mekân kavramlarını üretir ve kullanır, sorusu yer alır” (Harvey, 2010: 154).

2. DİJİTALLEŞME

Dijital, kelime anlamıyla sayılar, dijitalleşme ise fiziksel verilerin bilgisayar ortamında dijital formata dönüştürülmesi, işlenerek saklanması ve gerektiğinde kullanılması anlamına gelmektedir (Acun, 2008: 18). Başka bir ifadeyle dijitalleşme, sosyal biçimlerin İnternet aracılığıyla sayısallaştırılması ve ağlar halinde düzenlenmesidir. Basit bir ifadeyle, dijitalleşme kavramının anlamına sayısallaştırma denebilir. Önceki analog veri ve kodlama sistemlerinin dijital ortamda karşılık gelen halidir. Diğer bir deyişle ses, görüntü ve yazıların sanal bir ortamda sayısallaştırılması işlemidir. Sayısal olarak oluşturulmuş sanal ortamda bilgiyi depolama ve uzun süre saklama özelliğine sahiptir. Dolayısıyla bu dijital ortam insanların bilgiye erişimini kolaylaştırmaktadır. Ancak zor olan kısım, bilginin başına gelen olumsuz şeyler ve

bilgiyi kullanma biçimleridir. Bu nedenle, birçok kişinin dijital verileri herhangi bir kayıp olmadan yeniden kullanmasını sağlar (Yankın, 2019: 11).

Tarihin akışını değiştirecek şekilde toplumda önemli bir rol oynayan dijitalleşme, kaçınılmaz olarak günlük yaşam alanında da devam etmektedir. Ayrıca insanlar hemen hemen her alanda istedikleri bilgileri kolaylıkla elde edebilmektedirler. Bu durum dijitalleşmenin bir neticesi olarak görülmektedir. Bu durumu yalnızca teknolojiye, akıllı telefonlara, internete, sosyal medyaya dayalı olduğunu düşünmek eksiktir. Bir olgu olarak dijitalleşmenin toplumsal, yapısal ve kültürel etkisini anlamaya çalışmak daha faydalı olacaktır. Yaşanan değişimlerin ana yönü, dijitalleşme nedeniyle hareketli ve hızlı bir sosyal dünyada yaşıyor olunmasıdır (Özcan, 2021: 366).

Dijitalleşmenin bilgi ve kullanım şekli üzerindeki etkisi toplumun her alanında önemlidir. Toplumun dijitalleşmeye başlaması, teknolojik gelişmelere bağlı olarak bilgi paylaşımını hızlandırmıştır (Akgül vd., 2018: 191). Böylece 1946'dan sonra icat edilen bilgisayarların kullanılmasıyla dijitalleşmenin etkisi ortaya çıkmıştır. Ardından, 1990'larda İnternet'in çıkmasıyla birlikte, ağ bağlantılı (bilgisayar ağı) sistemler dijital alanda büyük bir ivme kazanmıştır. Bu bağlamda bilgisayar ağlarına bilgi teknolojisinin birleşmesi birçok gelişmeyi de beraberinde getirmiştir. Matbaa ve basım teknolojisinin gelişmesiyle birlikte kitle ve kitle iletişim araçlarına kazandırılan bilgi, bilgi iletişim teknolojisi birleşerek zamanı değiştirmiştir (Çiftçi ve Karakaş, 2019: 2).

Dijitalleşme sürecinde dijital bilgi araçlarının günlük hayatta kullanılmasıyla birlikte mesafe kavramı da değişmiştir. Bu durumda fiziksel veya belirli özelliklerin arka planda kalmasıyla uzaklık/mesafe kavramı yeniden tanımlanır. Mesafe kavramının içeriği değiştikçe dokunabilmenin yanı sıra özellikle dokunma hareketi anlam kazanmakta, şeffaflık ve akışkanlık kavramı toplumda belirleyici rol oynamakta ve mükemmeliyetçilik duygusunu uyandırmaktadır (Çiftçi ve Karakaş, 2019: 14).

Bauman, dijital teknolojinin gelişmesiyle birlikte, zaman ve mekânın kavramsal kalitesi ve toplum üzerindeki etkisinin değiştiğini söylemiştir. Dijitalleşme sürecinde BİT (Bilgi İletişim Teknolojileri), geleneksel mekânsal-zamansal özellikleri önemli ölçüde değiştirmiştir. Zaman ve mekân olgularının sınırlamalarının ortadan

kalkmasıyla birlikte, insanların günlük yaşamlarında tüm iş alanlarında yer alan bilgilerin iletilmesi veya elde edilmesi, dijital bilgi araçlarıyla son derece hızlanmıştır. Dijitalleşme, temelde benzeri görülmemiş bir hızda bir süreç yaratmıştır. Geleneksel olan her şeyi alt üst etmiştir (Bauman, 2012: 8).

Bauman'a göre daha önce görmeyle elde edilen mesafe kavramının yerini artık dijital bilgi araçlarının etkisi almıştır. Dijital bir bilgi aracının ekranına dokunma eylemi, uzaktaki engellerin ortadan kalkmasıyla doğrudan ilişkilidir. Tek bir dokunuşla kaybolan, her şeyin alınıp satılmasına ve her şeyde mahremiyetin kaybolmasına izin veren sanal mekândır (Bauman, 2012: 25).

Harvey'e göre sanal mekânlar, dijital teknolojinin yarattığı evrensel niteliklere sahip olup, kitlelere iletişim ağları aracılığıyla çeşitli bilgilere anında erişim sağlamak ve böylece zaman kavramını kendi potalarında eritmektedir. Bu ağların getirdiği ultra hızlı bilgi akışı aynı zamanda öznel bir zamansallık da içerir. Geçtiğimiz yarım yüzyılda dijital teknoloji birçok yönden değişiklikler getirmiştir. Sonuç olarak, bilgiye erişimin önündeki birçok engel de kalkmıştır. Bu nedenle geçmişte yaşanan birçok sorun dijitalleşme ile çözülmektedir. Hatta günümüzde mekânların kalitesi düşmüş durumdadır. Bu bağlamda, mekân mesafe bariyerlerinin varlığı ve zamanın uzaması, dijital teknolojinin internetle birlikte küreselleşmesiyle, mesafelerin kısılması ve dijital ortamda zamanın kısılması önemli değişim ve dönüşümlerin gerçeğidir (Harvey, 2010: 270).

İnsanlar mekân ve zaman açısından mesafe sorunlarını aşmakta ve dünyanın bir ucundaki insanlara veya izleyicilere kolayca ulaşabilmektedir. Bunu yaparken ekstra çaba harcamadan sadece butona tıklamak kişilerin işini kolaylaştırmaktadır. Bilgisayar bağlanabilirliği ve video sistemlerinin birleşimiyle, yakınlık/uzaklık açısından mesafe kavramı artık günlük yaşamda eskisi kadar önemli değildir. Dijitalleşme günümüzde, her bölümde olduğu gibi, insanların zaman hakkındaki düşüncelerini de temelden değiştirmiştir. Bu bağlamda günlük yaşamda değişen zaman kavramı kendine özgü karakterini kaybetmektedir. Dijitalleşmenin birçok alanda getirdiği olanaklar, zamanında hareket etme kabiliyetini ortadan kaldırmıştır. Eskiden mesai saatleri içinde yapılan basit işler bile artık dijital bilgi araçları kullanılarak her an kolaylıkla yapılabilir. Zaman kavramının artık herhangi bir

sınırlaması veya belirleyicisi yoktur. Bütün bu değişimler, dijital bilgi araçlarının eriştiği sanal ortamın getirdiği kanallara yansımaktadır. Günümüzün yeni dijital teknolojileri, çevrimiçi ağlarla bağlantı kurarak, zaman kavramının evrenselliğini ve bağımsızlığını inşa etmektedir (Çiftçi ve Karakaş, 2019: 17).

Bugün, dijitalleşmenin etkileri her alanda hissedilirken nesiller BİT kullanmaya zorlanmaktadır. Son zamanlarda dijital bilgi araçlarının kullanımı önemli ölçüde artmıştır. Geçmişte bireylerin bilgi ve iletişim biçimleri dijital teknolojiye göre değişiklik göstermiştir. Buradaki odak, nesillerin dijital ortamda bilgiyi nasıl kullandığı üzerinedir. Toplumda, nesillerin bilginin nasıl kullanıldığı ve hangi dijital bilgi araçlarının kullanıldığı konusunda ayrıldığı açıktır. İnternet siteleri, sosyal medya araçları ve hatta kullandıkları bilgi araçları düşünüldüğünde, genç ve yaşlı nesiller arasında büyük bir fark vardır (Dalkıran, 2018: 33).

Dijitalleşme kavramını bir de Baudrillard'ın simülakr ve simülasyon kuramı üzerinden tanımlamak araştırma için faydalı olacaktır. Baudrillard “Simülakrlar ve Simülasyon” başlıklı eserinde simülasyon kuramı tartışmadan önce simülakr ve simülasyonu şöyle tanımlamıştır: “Simülakr, bir gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünümdür. Simülasyon bir araç, bir makine bir sistem bir olguya özgü işleyiş biçiminin incelenme, gösterilme ya da açıklanmaya amacıyla bir maket ya da bir bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesidir” (Baudrillard, 2014: 7).

Baudrillard'a göre özetle simülasyon, bir gerçeklik ya da bir kökenden uzak realitenin modeller tarafından üretilmesidir. Oluşan yeni simülasyon dünyasında, simüle edilmiş olana gerçeğe gereksinim duyulmamaktadır. Gerçeğin yerine artık simülakrlar bulunmaktadır. Bu bağlamda gerçeğin yerine geçen suret ya da taklit değil, gerçekle taklit ya da gerçekle hayal arasındaki farkın ortadan kalkması ve gerçekliğin artık bir anlamı kalmamasıdır. Yani simüle etmek “-miş gibi yapmak” olmaktadır (Baudrillard, 2014: 16). Örnek verilirse hasta taklidi bir kişi yatağına yatıp bizi hasta olduğuna ikna etmeye çalıştığında, hastalığı taklit eden kişi o hastalığın belirtilerini gösterecektir. Tam burada simülasyon gerçek ile gerçek olmayan arasındaki fark yok eder, söz konusu hasta olan kişi aslında hasta olmasa bile bir hastalığı simüle ederek gerçekten hastaymış gibi davranır. Baudrillard'a göre bir insana hasta ya da sağlıklı

demek için objektif bir gerçeklik olmadığı için o insana hasta ya da değil denilemez. Sahtenin ardında artık bir gerçeklik bulunmaz, ona referans gösterilemez, sahte ve gerçek artık iç içedir. Şimdi yalnızca gerçek referansı bulunmayan simülakrlar vardır (Şah, 2015: 13).

Baudrillard simülarkı anlatabilmek için “Disneyland” örneğinden bahsetmiştir. Simülakr düzenlerinin iç içe olduğu hatasız bir örneğinin Disneyland’de bulunduğunu söylemiştir. Baudrillard, orada bulunan bütün canlı ya da cansız şeylerin fantazma ve bir illüzyondan ibaret olduğunu söylemiş Disneyland’ın uzamdan ve mekândan yoksun olduğunu ifade etmiştir (Baudrillard, 2011: 28-30).

2.1. Dijital Dönüşüm

Günümüzde dijital dönüşüm toplumdan ayrılmaz bir unsur haline gelmiştir ve varlığı toplumun tüm sistemlerinde hissedilmektedir. Son yıllarda herkesin merak ettiği bütün alanlarda dijital bir dönüşüm yaşanmıştır. Bu dijital dönüşüm aşaması, fiziksel dataların dijitalleşmesi, bu dijitalleşmeden ardından gerçekleşen bir süreçtir. Bu bağlamda hızın artmasıyla birlikte bu prosesin işleyişi önemli ölçüde değişmiştir. 2000’li yıllardan sonra dijital dönüşüm kavramının ortaya çıkmasıyla birlikte mobil teknoloji insanların fiilen çalıştığı yerlerde görülmeye başlanmıştır (Bozkurt vd, 2021: 40).

Dijitalleşme süreci robot teknolojileri, yapay zekâ, yeni medya ağı ve endüstriyel gibi birçok sektörde dönüşüm geçirmektedir. Hızla ilerleyen bu dijital dönüşümün özellikleri, karşılıklı iletişim sayesinde bir bütünlük taşıması ve büyük boyutlarda olmasıdır. Tarihte ilk kez yaşanmış olan sözlü, görsel, işitsel ve yazılı iletişim ve etkileşim şekillerinin düzenli bir sistem altında birleşmesi yeni bir meta-dil yaratmıştır (Castells, 2008: 440).

Sosyal medya platformları, yapay zekâ, robotik, akıllı sistemler vb. mecralar dijital teknolojiye ait birer parça kabul edilmiş, her alanda etkili dönüşümler yaşanmıştır (Yankın, 2019: 14). Sağlık, eğitim, bankacılık, hukuk vb. kurumlar örnek verilebilir. Dijital bilgi araçlarıyla entegrasyon sayesinde, bu dijital dönüşümün uygulanması, bilginin anında iletilmesi, işlenmesi ve yayılmasında çok önemli hale

gelmiştir. Bu nedenle dijital dönüşüm dijitalleşmeye göre daha geniş kapsamlı bir kavramdır. Bilgi İletişim Teknolojisi ile gelişen ve değişen her şey dijital dönüşüm sayesinde ortaya çıkmıştır (Dijital Dönüşüm Dergisi, 2020).

Dijital dönüşüm kavramına tek bir perspektiften bakılmamakta, birden çok perspektiften ele alınması gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında toplumdaki birçok birey dijital evrenin çıktılarını rahatlıkla faydalanmakta, dijital dönüşüme adapte olmaya uğraşmaktadır. Özetle dijital dönüşüm; “Dijital dönüşüm, daha etkin ve verimli hizmetler sunmak ve hızla gelişen bilgi ve teknolojiye uyum sağlamak için kuruluşun yararlanıcılarının memnuniyetini sağlamak için insanların, iş süreçlerinin ve teknoloji unsurlarının genel dönüşümü olarak tanımlanabilir” (TÜBİTAK-Bilgem, 2020).

Bugün dünyada pek çok alanda yaşanan dijital dönüşüm, beraberinde ilerleyerek topluma varlığını hissettirmektedir. Böylece kişilerin bir süre sonra ister gönüllü ister gönüllü olarak hızlı geçişlerin etkisi altında kaldıkları görülmektedir. Yankın’a göre birçok literatürde son on senede dijital dönüşümle bilginin aktarılması, paylaşılması, kullanılması, kaynağı hatta üretimi üzerinde önemli derecede değişimler olduğu görülmektedir. Twitter, Instagram, Facebook, gibi sosyal medya platformları ve Google, Wikipedia gibi mecralar, bilginin paylaşıldığı yeni dijital araçlar olarak görülmüştür (Yankın, 2019: 21). Böylelikle bilgiyi kullanım tarzının dijital araçlarla çeşitli bir transferi oluşmaktadır. Bu sebeple nicel ve nitel açılardan çok çeşitli olabilmekte, işitsel, canlı video, görsel, fotoğraf, paylaşımı gibi değişik biçimlerde sonsuz sayıda etkileşim içinde bulunabilmektedir. Dijital araçların interaktif bir özelliği olması ile kullanıcılar kendi kişisel fikir ve görüşlerini bu sanal ortamda paylaşabilmekte, edindikleri bilgilerde de değiştirebilmektedir (Askeroğlu, 2017: 84).

Dijital dönüşümü anlatırken ünlü Antropolog Arjun Appaduari’nin mekân hakkındaki görüşlerine de yer vermek araştırmanın konusu bakımından önem taşımaktadır Appadurai (1999), “Küresel Kültür Ekonomisinde Ayrışma ve Farklılık” (Disjuncture and Difference in The Global Cultural Economy) adlı makalesinde mekânın belirsiz ve karmaşık süreçlerine halistir bakış açısıyla yaklaşarak beş farklı boyuttan bahsetmiş, içinde yaşadığımız ve hala devam etmekte olan bu süreçleri kavramsallaştırarak, ortaya çıkan bu yeni dönüşümün nasıl değiştiğini anlatmak

istemıştır. Appadurai yapısalcı bir yaklaşımla dinamik, değişken ve sürekli hareket halinde olan bu sürecin akışkanlığını dikkat çekmiştir. Appadurai etno-mekân (ethnospaces), medya-mekân (mediaspaces), tekno-mekân (technospaces), finans,mekân (financespaces) ve fikri-mekân (ideospaces) olarak kavramsallaştırdığı bu akışların arasındaki etkileşime ve değişime bakarak oluşan bu kültürün yeni yapısını açıklar (Appadurai, 1999: 222-224). İngilizce “spaces” kelimesini kullanmasının sebebi yukarıda da söz edildiği gibi bu süreçlerin sürekli bir akış halinde, hareket halinde olduğunu vurgulamak içindir (Dalan, 2016: 617).

Appadurai’ye göre etno-mekân (ethnoscapes), içinde yaşadığımız dünyayı değiştiren bireylerin (göçmenler, turistler, sürgünler, mülteciler, misafir işçiler ve hareket halindeki diğer insan grupları) oluşturduğu etkileşim alanıdır. Medya-mekân (mediaspaces), dergiler, gazeteler, televizyon istasyonları, film stüdyoları gibi enformasyon araçlarının elektronik olarak üretildiği ve kültürel temasların sıklaşmasını sağlayan alandır. Tekno-mekân (technospaces), düşük ve yüksek, mekanik ve enformatik teknolojinin kapalı sınırları bile aşacak yaygınlıkta ve hızda akışının meydana geldiği alandır. Finans-mekân (financespaces), uluslararası bugüne kadar görülmemiş hacimde ve hızda para akışının ve bu akışın kısıktığı piyasa işlemlerinin (uluslararası borsa spekülasyon işlemleri) yapıldığı ve yayıldığı alandır. Fikri-mekân (ideospaces), özellikle aydınlanma kökenli ideolojilerin ve fikirlerin dayandığı ferah, özgürlük, egemenlik, insan hakları, temsil ve demokrasi gibi kavramların etkin olduğu alandır (Appadurai, 1999: 222-224).

2.2. İnternet ve İnternetin Tarihi

Hepimizin bildiği gibi iletişim, yani bir diğer ismiyle haberleşme, tarihsel olarak en temel ve gelişmiş insan gereksinimlerinden biri olmuştur. Bu açıdan insanoğlu çeşitli tarihsel dönemlerde iletişimle ilgili yeni şeyler keşfetmiş ve bu alandaki bu keşiflerin sürekli artması nedeniyle iletişim bugünkü şeklini oluşturmuştur ve içinde bulunduğumuz bu döneme iletişim çağı denilmektedir. Günümüzde interneti en gelişmiş ve en popüler iletişim aracı olarak görmekteyiz. İnternet hemen hemen herkes için ucuz ve kolay erişilebilir bir araç olduğundan, dünyanın her yerinden insanlarla iletişim kurmayı kolaylaştırır. İnternet teknolojisinin ortaya çıkışı savunma

amaçlı hazırlanan projelere dayanmakta ve bahsedilen özellikleri nedeniyle günümüz iletişim dünyasında bir devrim olarak kabul edilmektedir (Askeroğlu, 2017: 17).

Bilginin hızla büyümeye ve teknolojinin gelişmeye devam ettiği günümüz dünyasında internet kullanım araçları ve internet kullanımı artmaya devam etmektedir. Bunun temel sebebi, sunduğu alternatifler sayesinde istenilen içeriğe hızlı ve kolay erişimdir. İnternet kullanım alanı açısından hayatımızın çok önemli bir parçasıdır. İnternet kelimesi, Interconnected Networks teriminin kısaltmasıdır (Kayri vd., 2014: 35). Türk Dil Kurumu tarafından İnternet; yönetici ve kısıtlama olmaksızın bilgisayar ağlarının birbirlerine bağlantısı sonucu oluşan ulusal iletişim ağı olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2022).

İnternet, binlerce kişinin farklı fiziksel ortamlarda herhangi bir zamanda internet üzerinden araçlar kullanarak iletişim kurabildiği ve etkileşimde bulunabildiği bir ağ veya çok işlevli bağlantı olarak tanımlanabilmektedir. Her geçen gün gelişen internet, insan yaşamına girmesiyle birlikte alışkanlıklarını da etkilemiştir. Eskiden edinilen alışkanlıklar ile geçirilen zaman artık, bilgisayar başında oturup saatlerce internette sörf yapmaya dönüşmüştür. İnternette geçirilen zaman arttıkça yazılı, görsel ve işitsel kitle iletişim araçlarına ilgi de azalmaktadır. Örneğin, artık televizyon izlemek, radyo dinlemek, dergi, gazete ve kitap okumak için harcanan zamanın bir kısmı internete ayrılmış durumdadır (Polat, 2012: 14).

Castells “Enformasyon Çağı Ekonomi, Toplum ve Kültür” başlıklı eserinde internetin ortaya çıkış tarihinden bahsetmiştir. Ona göre internetin kökleri dünyanın en yenilikçi araştırma kurumlarından birinin çalışmalarında yatmaktadır. İnternetin tarihi 1950'lerde bilgisayarların gelişip güçlenmesiyle başlamıştır. 1960'ların başında ABD Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Kurumu (Advanced Research Projects Agency – ARPA) tarafından fonlanan ağ oluşturma çabalarından biri, İnternet Protokolünü (IP) kullanan ilk ağ olan ARPANET'tir. ARPANET ile ilgili ilk mesaj, Los Angeles California Üniversitesi'ndeki Profesör Leonard Kleinrock'un laboratuvarından Stanford Araştırma Enstitüsü'ndeki bir bilgisayara gönderilmiştir. Ayrıca ARPANET, farklı ağları daha büyük bir ağa bağlayarak internetin gelişmesinin önünü açmaktadır. 1981'de Ulusal Bilim Vakfı (NSF), ARPANET'e erişimi genişletmek için Bilgisayar Bilimleri Ağı'nı (CSNET) finanse etmiştir. Bu sürecin

hemen ardından 80'lerin sonlarında ticari ISP'ler ortaya çıkmaya başlamıştır (Castells, 2008: 58-59).

1980'lerin sonlarında, Birleşik Krallık'tan Tim Berner-Lee, World Wide Web (WWW) üzerindeki çalışmaları sayesinde zengin test belgelerini çalışan web sistemlerine uygunlaştırma açısından gelişme kaydetmiştir. Bu gelişme, günümüzdeki internetin çıkışına işaret etmektedir. 90'da ARPANET ve 95'te NSFNET'in ikisi de güncelliğini yitirmiştir. Sonuç olarak, veri aktarımı için İnternet erişiminin önündeki engeller de kalkmıştır. 90'ların ortasından anlık mesajlaşma, e-posta, görüntülü aramalar, forumlar, bloglar, sosyal ağlar ve çevrimiçi alışveriş sitelerine kadar World Wide Web, kültürümüzde ve toplumumuzda devrim yaratmıştır (Castells, 2008: 60-65).

2.2.1. Dünyada ve Türkiye’de İnternet Kullanımı

İnternetin kullanımı ve dünya çapında kullanıcı sayısı hızla artmaktadır. İnternet, dünyada sosyal medya ve mobil kullanım istatistikleri, “We Are Social ve Hootsuite” tarafından ortaklaşa yayınlanan 2022 yılının ilk raporu olan “Digital 2022: Global Overview Report” raporunda sosyal medya, mobil kullanım ve internet kullanımlarıyla ilgili istatistiki veriler bulunmaktadır. Bu rapor, internet ve sosyal medya kanallarının kullanımının COVID-19 salgınıyla birlikte küresel olarak nasıl değiştiğini göstermektedir (We Are Social, 2022).

Rapora göre dünya genelinde internet kullanıcılarının sayısı dünya nüfusunun %59,5'ini oluşturur ve bu da 4,66 milyar insanın aktif olarak internet kullandığını göstermektedir. Dünyanın her yerinde insanlar her gün internette 6 saat 54 dakika harcamaktadır. İnternet erişiminin %92,6'sı cep telefonları üzerinden yapılmaktadır. Küresel mobil internet kullanıcı sayısı 4,32 milyar olup, günlük ortalama mobil kullanım süresi üç buçuk saat olarak belirlenmektedir. Dünyada en çok kullanılan 3 tarayıcı; Chrome, Safari ve Firefoxtur. İnternet kullanıcılarının çoğu, %63'lük bir oranla interneti bilgi edinmek için kullanmaktadır (We Are Social, 2022).

Türkiye’de internet kullanımı için ise TÜİK'in Türkiye genelinde internet kullanımını araştırmak için hazırladığı 2021 Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Çalışması raporuna bakıldığında, hanelerin %92'sinin evinde internete

erişimi olduğu gözlemlenmiştir. 2021 yılında 16-74 yaş grubu arasında internet kullanımı %82,6 olarak saptanmıştır. 16-74 yaş grubundaki erkekler arasında internet kullanımı %87,7, kadınlarda ise %77,5 dir. İstatistiksel Bölge Birim Sınıflandırması (İBBS) 1 düzeyine göre, internet erişimi olan hanelerin oranı en yüksek %97,1 ile İstanbul olurken, onu %94,2 ile Anadolu (Ankara, Konya, Karaman) bölgesi izlemektedir. Bu yıl, hanelerin %92'si geniş bant üzerinden internete erişebilmektedir. Bu bağlamda, hanelerin %61,9'u internete sabit genişbant bağlantılarıyla (ADSL, fiber, uydu ağı, kablolu internet, gibi) erişmekte ve %88,5'i mobil geniş bant kullanmaktadır. 16-74 yaş grubundaki tüm kişilerin %80,5'inin yılın ilk üç ayında düzenli olarak (neredeyse günlük veya en az haftalık) internet kullandığı görülmüştür. Nisan 2020- Mart 2021 tarihleri arasındaki 12 aylık dönemde, bireylerin %58,9'u kamu kurum ve kuruluşları ile iletişim kurdu veya kamu hizmetlerinden özel amaçlarla yararlanmıştı. Bu yıl 16-74 yaş grubundaki bireylerin %44,3'ü internet üzerinden özel kullanım için mal veya hizmet sipariş etmiş veya satın almıştır (TÜİK, 2022).

2.3. Marshall McLuhan'ın Global Köy'ü

Önde gelen medya teorisyenlerinden Marshall McLuhan, 1960'lı yıllarda yaptığı araştırmalarda bazı kavramlar geliştirmiştir. Bu gelişmelerin insanları yönlendirdiğini vurgulayarak, toplumdaki ve iletişimdeki değişimleri teknoloji odaklı bir yaklaşımla açıklamaya çalışmıştır. Teknoloji odaklı analiz ve zamansız tahminler, iletişim teknolojisi geliştikçe çalışmalarının yeniden yorumlanmasına izin vermiştir. McLuhan'ın bu doğrultuda ele alması gereken en belirgin yaklaşımlardan biri Global Köy kavramıdır. Global Köy'ü McLuhan'ın eserlerinden birinden açıklamaya çalışmak veya kavramı diğer çalışmalardan bağımsız olarak açıklamaya çalışmak olanaksız görünür. Global Köy kavramı, McLuhan'ın medya araştırmalarının çoğuna dayandığından, onun teorilerinin çoğuyla birleştirilmesi gerekir (Çağlak vd., 2021: 135).

Kişisel yaşamlara yeni iletişim araçlarının girmesiyle, insanların sadece birbirleriyle iletişim biçimlerini değiştireceğine değil, aynı zamanda tüm ilişkilerde köklü değişiklikler meydana getireceğine inanmıştır. McLuhan'a göre koşullar ve süreçler her düşüncüyü, her eylemi yeniden düşünölmeye ve değeriendirilmeye zorlar,

dolayısıyla aile, çevre, eğitim, iş ve diğerleriyle olan tüm ilişkilerimiz aynı anda değişir (McLuhan, Powers, 2001: 3).

McLuhan, merkezi sinir sistemini genişletmek için teknolojiyi kullanan insanların etkisinin dünya çapında genişleyen bir şehir değil, küçülen bir global köy yarattığını söylemiştir. Global köydeki bilgi akışının hızı, bir kişinin her olayının veya eyleminin, her olayın sonucunda köydeki her insanı içerdiği anlamına gelir. Global köyün bu yapısının getirdiği sonuç, herkesin kendi eylemlerine ve hayatlarına tam katılımının yeni unsurlarını hesaba katması gerektiğidir (McLuhan, Powers, 2001: 40).

McLuhan'a göre, elektronik çağın hızlanmasına yavaş patlamalar değil, bir anda oluşmuş ve merkezler, kenarlara doğru mekânların karışmasıyla oluşmuştur. Merkezdeki bu parçalı yapı, tüm mekanik parçaları organik olarak yeniden bir araya getirerek dönüştürmüştür. Bunun da global köyün yeni dünyası olduğunu söylemiştir (McLuhan, Powers, 2001: 92).

Ortaya çıkan bu yeni dünyanın temel özelliği birliktir. Bu dünyada zaman kavramı ortadan kalmış ve mekân kaybolmuştur. Bu durumda insanlar global bir köyde yaşamakta olup ve her şey aynı anda gerçekleşmektedir. Devreler, bir kişiyi diğeriyle iletişim halinde tutmaktadır. Bilgi sürekli ve aynı anda bireye akış halindedir. Bilgi insana ulaştığında, anında başka yeni bilgiler de ulaşmaktadır. Anlık iletişim, deneyimin ve ortamın tüm unsurlarının aktif bir etkileşim halinde bir araya gelmesini sağlar. Televizyon yayınları, McLuhan'ın çalışmalarında özellikle öne çıkan unsur olmuştur. Yayında görüntü ve ses tüm ekranlara aynı anda ulaşmış ve insanlar burada sunulanı aynı anda deneyimlemiştir. Zaman ve mekânı aşır kişilere ulaşma fırsatı sağlayarak, farklı bölgelerden kişileri aynı anda içerisine alarak dünyaya küçülme hissi verildiğini vurgulamıştır (McLuhan, 2014: 63).

2.3.1. Dijital Çağda Global Köy'ü Yeniden Okumak

McLuhan'ın global köye yaklaşımı, birçok iletişimci tarafından dijital çağda geliştirme teknikleriyle açıklanmaya ve yorumlanmaya devam etmiştir. Laughey'e göre McLuhan'ın global köye geri dönme yaklaşımı kabile çağına dönüşü yansıtmıştır. Sosyal medya uygulamaları ve internetteki online alışveriş siteleri kişileri bir araya

getiren topluluklar yani kabileleri oluşturmaktadır. Elbette bu kabile mecazi bir ifade biçimini temsil etmektedir. Dijital medya ve İnternet iletişimi sayesinde, bireyler dünyanın farklı bölgelerine ve oranın sakinlerine kendilerini yakın hissetmesi demektir (Laughey, 2010: 29).

McLuhan küresel köy kavramını ortaya attığından bugüne kadar, giderek artan tüketimle birlikte insanlar bu küresel köyde neredeyse tamamen tüketim için yaşamaktadır. Teknolojinin gelişimi ve yeni iletişim teknolojilerinin etkisinin boyutu göz önüne alındığında, uluslararası şirketlerin bu yeni sosyal medya ortamlarını insanların tüketimini yönlendirmek için kullanma çabaları artmaktadır. Her yeni önemli buluş; değişen sosyal yapıların yanı sıra toplumları, kullandıkları araçları şekillendirmekte, dili geliştirmekte, davranış ve değerleri yeniden düzenlemektedir. Bugün küresel ölçekte kültürel etkilere bağlı; para, ürünler, imajlar ve fikirler coğrafyadan bağımsız olarak dünyanın her yerinde akmaktadır. Bu dönemde toplum kendi kültür, düşünce, görüş ve ihtiyaçlarına göre istediğini almakta, istediğini görmezden gelmektedir. Küresel tüketim kültürü toplumu, ürünleri, görüntüleri, parayı, eğlenceyi ve bilgiyi yoğun bir şekilde tüketme eğilimindedir. Özellikle son yıllarda iletişim teknolojisinin artması ve gelişmesiyle birlikte McLuhan'ın küresel köy argümanı giderek daha belirgin hale gelmektedir. Bu gelişmelerin bir sonucu olarak, küresel köyde yer ve zaman kavramı neredeyse tamamen ortadan kalkmıştır. İnsanlar aynı marka cep telefonu kullanmakta, aynı marka kıyafet giymekte ve aynı içecekleri içmektedir. Bireyler artık toplumda kendilerini ifade etmek için tüketmektedirler. 1967 yılında McLuhan'ın önerdiği kavramın günümüzdeki internet ve dijitalleşme sayesinde karşılığını bulduğunu açıkça görülmektedir. Özellikle sosyal medya platformlarının yaygınlaşması nedeniyle büyüyen bir reklam ve halkla ilişkiler araştırması, uluslararası şirketlerin dünyaya yayılmasına, sosyal yapıları değiştirmesine ve birlik oluşturmaya imkân sağlamıştır (Çağlak vd., 2021: 134).

Güngör'e göre McLuhan'ın global köyü, teknoloji merkezli bir mekânı tasvir etmektedir. Bir yaşam alanı ortaya çıkar ve bu yaşam alanında teknoloji insanların hayatlarına yön verir, insanlar işlerini yapmak için bu araçları kullanırlar ve insanların hepsi interneti kullanırlar bu ortamlarda çok fazla gürültü duyulur ve mevcuttur. Ancak bu sesler geleneksel iletişimde yüz yüze iletişim yoluyla değil, günümüzde radyo ve

televizyonun yanında önemli bir rol oynayan yeni sosyal medya platformları aracılığıyla yapılmaktadır (Güngör, 2016: 183). Yaylagül ise bilgi ve görüntülerle dolu bu dünyada, tıpkı bir köy gibi, herkesin her şeyi duyduğu ve bildiği bir daralma ve bağlanma hali olduğuna dikkat çeker (Yaylagül, 2018: 70).

3. MEKÂN VE DİJİTALLEŞME ETKİLEŞİMİ

Özellikle 21. yüzyılda, dijital çağın yükselişiyle birlikte, mekânsal deneyimi yerel bağlamdan kurtarmak için sanal elektronik mekânlar doğmuştur. Modern mekânın yer değiştirmesine ek olarak, eşzamanlı mekân deneyimine izin veren elektronik bir mekânın oluşumu, mekânın dönüşümünü incelemek için önemli görünmektedir. Dijital çağ, fiziksel sınırların aşıldığı, mekânın giderek toplumsal önemini kaybettiği ve hatta dünyanın giderek daha az boşluksuz hale geldiği bir döneme işaret etmektedir. Sürekli gelişen bilgi ve iletişim teknolojilerinin yarattığı yeni bir iletişim çağının başlangıcında olduğumuz duygusunun biraz endişe verici olduğunu da kabul etmek gerekir. Fakat zamanın sınırlı boyutunu aşma arzusu, modernleşmenin son boyutu olan global iletişim, iletişimi sağlayan medyanın ve teknolojilerin gelişmesinde rol oynamış, böylece coğrafi sınırları olmayan mekân algısı toplumu özgürleştirici bir etki yaratmıştır (Toprak, 2021: 51).

Jensen'e göre on senedir sosyal bilimlerdeki medya çalışmalarında gözle görülür bir şekilde mekânın ilgi çekici olmasının birtakım sebepleri vardır. Bunlardan ilki özellikle gelişmiş ülkelerde kişiler artık belirli bir coğrafya içerisinde yaşamamaktadır; ya gezegeni gezerek fiziksel anlamda hareket halindedirler, ya da birtakım sosyal medya araçları ile gezinti yapma yoluyla zihinsel anlamda hareket halindedirler. İkinci neden, medya son derece etkileşimli ve kullanıcı odaklıdır. Medya hesapları olan bireyler üretici-tüketici kimlikleri arasında bulunurlar ve herhangi bir kişi bloglar, web sitesi ve online sosyal medya ağları aracılığı ile editör olabilir. Üçüncü neden medyanın artık bir kitle iletişim aracı olmadığıdır. Ona göre medya, bir bireyin dünya ile alakalı temsilini kişiselleştirebilir ve sonunda kendini dünyaya yerleştirebilir. Günümüz medyası “biz” medyası değil “ben” medyası olarak kişiselleşmiştir. Dördüncüsü ise yüzyüze iletişimlerle medya aracı ile kurulmuş iletişimlerde farklılık aramanın giderek zorlaşmasıdır. Medya toplumsal ilişkilerin mekânsal yapılarını değiştirmiştir (Toprak, 2021: 15).

Coğrafi sınırları terk eden dijital iletişim çağında, global iletişim konusu giderek daha önemli hale gelmiştir ve bu da mekânı yerel çevreden ayırma ihtiyacının ana nedenlerinden biri olduğunu kanıtlayabilmektedir. Küresel iletişimin en güçlü merkezi olan medya endüstrisinin, öznel deneyimin ve toplumun mekânsal yapısını değiştirmesi gerekmektedir. Mekânsal algıdaki değişim, mekânın sanallaşması ve yersizleşmesiyle ilgilidir. Bu, fiziksel sınırların ortadan kalkması veya yok edilmesi değil, toplum ve mekân arasında yeni bir tarihsel ilişkinin ortaya çıkması anlamına gelir. Bu bağlamda, mekânsal algının modern bir deneyim olarak dönüştürülmesi, mekân-zamanın sayısız boyutunun ortaya çıkmasından sorumludur. Bu durum aynı zamanda sosyal etkileşim ve iletişimin yanı sıra ekonomik, sosyal ve politik ilişkilerin koordinasyonunu da hızlandırmaktadır. Bu bağlamda amaç, dijital çağda teknolojik gelişmeler ve medya platformlarının uygun olmayan alanları aracılığıyla küresel ve yerel bir arada yaşamayı sağlamaktır. Bilgi teknolojisinin yarattığı yeni mekânsal düzenlemeler ile sosyal aktivitelerin farklı mekânlarda oluşması, birleştirilmesi ve aktarılması kolaylaşmış, modernleşmenin içinde bulunduğumuz aşamada önem kazanan yerelleştirilmiş iletişim ve iletişim ihtiyacı ortadan kaldırılmıştır. Virilio'nun belirttiği gibi, medya platformunun sağladığı görsel süreklilik, ülkenin bölgesel komşuluğunu önemsiz kılınmış ve sanal akışın uzamsallığında bir "multimedya" ağından oluşan bir mekânsal deneyim sağlanmıştır (Morley ve Kevin, 2011: 39).

3.1. Mekânın Dijitalleşmesi

İçinde bulunduğumuz zamanda dijital teknolojilerin, mekânın deneyimini etkileyen büyük sosyal, kültürel ve ekonomik değişimlere neden olduğu gözlemlenmektedir. Dijitalleşme sürecinde ortaya çıkan çeşitli uygulamalarla birlikte, günlük hayatımızı çevreleyen fiziksel mekân ile medya araçları arasındaki ilişkiler daha büyük bir boyut ve anlam kazanmıştır. Fiziksel mekân ile sanal mekân arasında kurulan kesin ayrım etkisini kaybetmeye başlamış ve iki dünyaya ait çeşitli bilgiler iç içe geçerek daha fazla boşluk içeren geniş bir arazi oluşturmuştur. Bilginin mekânsallaşması, mekânın bilişimleştirilmesi olarak adlandırabileceğimiz bu durum, iki mekânsal boyut arasındaki bilgi akışının çift yönlülüğünü fark etmemizi sağlar: Dijital teknolojinin aracılık ettiği fiziksel alan ağ içinde yer alırken, ağ da içinde bulunduğumuz fiziksel alana dahil olur. Diğer bir deyişle, dijital ağa fiziksel dünyaya

ilişkin çeşitli bilgiler eklenirken, içinde bulunduğu fiziksel mekân da bu dijital veriler aracılığıyla keşfedilmektedir. Bu farklılığın gündelik hayattaki en görünür tezahürü, insanların fiziksel mekânda hareket ederken başkalarıyla iletişim kurmaları ve küresel ağlarda yer alan bilgilere erişmelerini sağlayan mobil teknoloji sayesinde yerel mekânsal kısıtlama olmaksızın insanların özgürleşmesidir (Toprak, 2021: 1).

Google Arama veya konuma duyarlı bir dijital telefondaki herhangi bir aplikasyon, kullanıcının konumunu algılar ve yakındaki bilgileri görüntüler. Kullanıcılar, dijital olarak üretilmiş içeriklerini coğrafi etiketleme veya konum bilgisi ekleyerek belli bir fiziksel alanla ilişkilendirir. Bu sayede sosyal medya ağlarında ve web sitelerinde online veri miktarı arttıkça bu veriler enlem ve boylam koordinatları ile tanımlanır. Sonuç olarak, veriler artık ne kim ne zaman ve nerede olarak sıralanmamakta ve sonuçta ortaya çıkan bilgiler sürekli olarak yerelleştirilmektedir. Ağ oluşturma, veri kaynaklarının fiziksel konumuna sahip olmak ve onları ağın bir parçası yapmakla ilgilenir. Milyonlarca bağlı cihaz ve bunlar aracılığıyla kullanılan çeşitli medya ağları, bulunduğumuz yerle ilgili her şeyin çok geniş bir haritasını oluşturur (Toprak, 2021: 2).

3.2. Sosyal Medya Tanımı ve Tarihçesi

Sosyal medyanın tanımı; forumlar, sosyal paylaşım siteleri, mikrobloglar vb. kullanıcıların birbirlerini anlamasını ve iletişim kurmasını sağlayan tüm uygulamaları içerir. Teknoloji geliştikçe sosyal medya araçları yeni teknik özellikleriyle kullanıcılara kendi medya içeriklerini oluşturma ve diğer kullanıcılarla paylaşma fırsatı sunmaktadır. Sosyal medya araçları, yeni olanaklarla kullanıcı alışkanlıklarını değiştirmekte, haber tüketiminde giderek daha aktif bir rol oynamaktadır. İnternet teknolojisinin gelişmesi sosyal medyayı farklı konumlara taşımıştır. Bu hızla sosyal medya, insanın hayatında vazgeçilmez bir araç koleksiyonu haline gelmiştir. Haber, sosyal medyadaki en önemli içerik ve bilgidir. Haberleri izleyicilere ve okuyuculara ve onu iletenlere eski yayma yöntemiyle ulaştırma süreci, artık sosyal medyanın temeli olarak hizmet veren web siteleri oluşturmaya başlamıştır (Toprak, 2021: 42).

Bireyin daha fazla, daha hızlı ve güncel haber ihtiyacını karşılamada sosyal ağlar her zaman en önemli unsur olmuştur. Ayrıca geleneksel medyanın teknolojik

avantajları sosyal medya uygulamalarına sahip bireylerin lehine gelişmiştir. Eski medyada bulunmayan ağlar ve sistemler, bireysel olarak sahip olunan akıllı cep telefonlarında ve mobil uygulamalarında bulunmaktadır. Sosyal medya üzerinden haber ve bilgi üretiminin ve paylaşımının artmasıyla birlikte, bu yeni medyanın geleneksel medya ile karşı karşıya gelmesi kaçınılmaz hale gelmiştir. Yeni bir mecra türü olan sosyal medya, mecraya üye veya kullanıcı olan bireyleri bu konu üzerinde geri yansımaya teşvik etmektedir. Sadece yayılma değil, iki yönlü iletişimin sağlanmasında da önemlidir. Hızlı ve verimli bir şekilde toplu iletişime olanak sağladığı için paylaşım daha kolaydır, dolayısıyla bağlantılı iletişim oluşmaktadır (Akıncı ve Bat, 2010: 3351).

Sosyal medya kavramının tarihçesine bakıldığında günümüzdeki hali oluşana kadar birtakım aşamalardan geçtiği gözükmektedir. 1979'da Jim Elli ve Tom Truscott'ın, tüm dünyanın dört bir yanındaki internet hesaplarının herkesin görebileceği mesajlar göndermesine izin veren Usenet'i kurmuşlardır. Bununla birlikte, bugün kullandığımız şekliyle sosyal medya kavramının, Susan ve Bruce Albeson'un online günlük yazan internet hesaplarını bir arada toplayan çevrimiçi günlük platformuyla yaklaşık yirmi yıl önce ortaya çıktığı söylenmektedir. Bu online alanın yaratılmasıyla blog kavramı kullanılmaya başlanmıştır (Akıncı ve Bat, 2010: 3356).

Uzun bir zaman sadece resim ve kelimelerden ibaret olan iletişim, görüntülerin ve sesin eklenmesi ile hem zamana hem de mekâna yapısal dönüşüm kazandırmıştır. İnternetin ve bilgisayarların gelişmesi ile birlikte metin, resim, görüntü ve sesin eş zamanlı akışıyla başlayan etkileşimli bir iletişim süreci olan sözü edilen iletişim sürecinde karşılıklı bir iletişim süreci oluşmuştur. Bahsedilen bu süreci başlatan ve anlaşılmasını sağlayan iletişim teknolojilerinin ve süreçlerinin gelişmesi, küreselleşme sürecini ortaya çıkaran tüm ekonomik, politik ve kültürel olgulara bakmakla da mümkündür (Bauman, 2012: 70).

Sosyal ağlar, 21. yüzyılın en çarpıcı fenomenlerinden biri ve dünyanın en çok ziyaret edilen web sitelerinden biridir. Bu tür sosyal ağ siteleri, bireylerin kişisel bilgilerini yarı biçimli şekilde paylaşımlarına ve başka insanlarla çeşitli bağlantılar içermesine olanak tanır. Bazı sosyal ağ siteleri önceden tanıdıklar arasındaki bağların

korunmasına yardımcı olurken, diğerleri tamamen yabancıların ilgi alanları, ortak zevkleri, siyasi görüşler ve faaliyetler çerçevesinde bir araya gelmesine izin verir. Sonuç olarak, sosyal medya, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin paylaşıldığı iletişim araçlarını açıklayan geniş bir kavramdır. Bununla birlikte, sosyal medya tanımının temel bir unsuru, İnternet ve diğer yeni teknolojilerin tek yayıncılıktan çok sayıda izleyiciye, yayın yapan televizyon gibi; çok yayından çok noktaya yayına örneğin Facebook gibi geçmesidir (Poynter, 2012: 208).

3.3. Sosyal Medya Türleri ve Popüler Sosyal Medya Ağları

Sosyal medyanın birçok kategorisi olmakla beraber, sosyal medya kanalları 5 geniş kategoride gruplandırılabilir: bloglar, mikroblog siteleri, ortak projeler, içerik grupları ve sosyal ağ siteleri. Sosyal medya araçları, sosyal medya etkinliklerinin yürütüldüğü alanlar ve kanallar olarak tanımlanabilir. Sosyal medya araçları için ortaklıklar, sundukları ve hedefledikleri kitle tarafından tanımlanır. Sosyal medya, dijital ortamda kullanıcı tercihlerinin oluşturduğu, kişisel tercihlerin yapılmasına olanak sağlayan bir mecradır. Sosyal medya araçlarının popülaritesi, kullanıcıların kişiden kişiye yaymayı sevdiği bir gelişmedir (Kahraman, 2013: 21).

Sosyal medya, tüm dünyada insanların günlük hayatlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. 2020'de, dünyanın çoğu Covid-19 Pandemisi tarafından kapanırken, sosyal medya kullanıcısı 4,2 milyara ulaşmıştır. We Are Social şirketi, küresel olarak hazırladığı raporlara göre dünyanın en fazla tercih edilen sosyal medya türlerini açıklayarak, her yıl düzenli olarak dünyanın dijital puan kartını verilerle paylaşmaktadır. 2022'de hazırladığı "Digital 2022: Global Overview Report" adlı rapora göre Facebook, en çok kullanılan sosyal medya listesinin başında yer almaktadır. İlk 5'teki dört platformun tamamı Facebook'a ait uygulamalardan oluşmaktadır. Facebook son zamanlarda popülaritesini kaybetmiş gibi görünse de dünyanın en fazla tercih edilen sosyal medya uygulaması olmaya devam etmektedir. Video paylaşım platformlarında öncü olan YouTube, dünyanın en çok ziyaret edilen ikinci dijital platformudur. Kullanıcılar tartışmalı gizlilik anlaşmaları nedeniyle son birkaç ay içinde WhatsApp'tan Telegram'a geçiş yapmışlardı. WhatsApp, tepki gösterilmesinin ardından anlaşmanın tarihini mayısa ertelemiştir. Bununla birlikte WhatsApp listede üçüncü sırada yer almaktadır. 2010 yılında piyasaya sürülen

İnstagram, en popüler dördüncü sosyal medya platformudur. Fotoğraf ve video paylaşım platformunun öncüsü olan Instagram hayatımızın önemli bir parçası haline gelmiştir. Genellikle ticari amaçlarla ve kişisel kullanım için kullanılmaktadır. Bu rapora göre Twitter on beşinci sırada yer almaktadır (We Are Social, 2022).

İletişim Bakanlığının Sosyal Ağ Haritası Projesi (2021) kapsamında Türkiye'deki internet kullanıcıların en çok hangi sosyal ağlarda vakit geçirdikleri ortaya konmuştur. Bu rapora göre %77,7 ile WhatsApp en çok kullanılan sosyal ağ olmuştur. WhatsApp'ı %74,1 ile Instagram takip etmektedir. Üçüncü sırada %63,4 ile YouTube bulunmaktadır. %62,3 oranla Facebook dördüncü en sık kullanılan sosyal ağıdır. Beşinci sırada ise %41,6 ile Twitter takip etmektedir (İletişim Bakanlığı, 2021).

3.3.1. İnstagram

Instagram, Mike Krieger ve Kevin Systrom adlı iki girişimcinin 2010 yılında kurulan, ilk çıktığında yalnızca iOS işletim sistemi üzerinden, daha sonra 2012'de yapılan geliştirmelerle hem iOS hem Android işletim sistemlerinde ücretsiz fotoğraf ve video paylaşma olanağı sağlayan dijital bir uygulamadır. İnsanlar, videolarını veya fotoğraflarını Instagram'a yükleyebilir ve takipçileriyle veya belirli arkadaş gruplarıyla paylaşabilmektedir. Ayrıca Instagram'da farklı kullanıcılar tarafından paylaşılan gönderileri görüntüleyebilir, beğenebilir ve yorum yapabilmektedirler. Instagram, 13 yaş ve üzerindeki herkesin bir elektronik posta adresiyle ve bir kullanıcı adı girerek hesap açabileceği bir sosyal platformdur. Uygulama popülerleşince Facebook, 1 milyar dolara Instagram'ı satın almıştır (Çetinkaya ve Özdemir, 2014: 592).

Instagram, genel yapısında, kullanıcıları video ve fotoğraf kaydetme ve paylaşma, bunları çeşitli efektler kullanarak manipüle etme, ortaya çıkan görüntüleri kendi oluşturdukları sosyal ağlarda ve Tumblr, Twitter, Facebook gibi platformlarda paylaşma imkanına sahiptir (Türkmenoğlu, 2014: 95). Son olarak uygulama, aynı anda 4 kişiye canlı yayın yayınlayabilen "Instagram Live" adlı bir özelliği de açmıştır.

3.3.2. YouTube

YouTube, online alışveriş ve ödeme şirketi olan PayPal'da çalışan üç arkadaş, Steve Chen, Chad Hurley ve Jawed Karim tarafından 2005'te kurulmuştur. Ortaklar,

siteyi kurma fikrinin kaynağı olarak birbirine yakın iki farklı anlatıya sahiptirler. Chenve Hurley, YouTube fikrinin, insanların birbirleriyle video gönderme veya paylaşma istekleriyle ciddi zorluklarla karşılaştıklarına dair, bir akşam yemeğinde yaptıkları bir konuşmadan kaynaklandığını söylemiştir. Öte yandan Karim, Amerikalı şarkıcı Janet Jackson'ın canlı yayın kazasının ardından filizlenen, insanların böyle dikkatini çeken olayların görüntülerine ulaşmanın kolay ve basit bir yolunu bulma fikriyle YouTube'un ortaya çıktığını ifade etmektedir (Ayan, 2016: 379).

İnternet videosunun öncüsü olarak görülen YouTube, fenomen ve olağanüstü olarak tanımlanmıştır. Online ortamın ana akım medya ve finans sektörü tarafından benimsenmesi, YouTube platformunun günlük bir fenomen haline gelmesinde büyük rol oynamıştır. Sonuç olarak YouTube, çok sayıda İnternet kullanıcısı ile kısa sürede dünyanın en yayın online video paylaşım uygulaması haline gelmiştir (Doru, 2020: 249).

Doru, YouTube Haber hizmetinin paylaştığı verilere göre YouTube'da her gün bir milyar saat video içeriği izlenildiğini söylemiştir. 2 milyardan fazla kullanıcısıyla YouTube'un İnternet'teki kullanıcı sayısının neredeyse üçte birine sahip olduğu söylenmektedir. YouTube, 80 dilde 100'den fazla ülkeye erişim sağlar. YouTube görüntülemelerinin %70'inden fazlasının cep telefonlarından olduğu söylenmektedir. 1 milyon abonesi olan kanal sayısının %65'ten fazla büyüdüğü söylenmektedir (Doru, 2020: 250).

3.3.3. Facebook

Facebook 2004 senesinde Harvard öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından hayata geçirilmiştir. Facebook ilk olarak Harvard Üniversitesi'nde başlatıldığı için Facebook'un kısıtlı bir alanda aktif olduğu söylenebilir. 2006'ya gelindiğinde, Facebook büyük bir paylaşım mecrası olmuştur ve e-postası olan herkes dünyanın herhangi bir yerinden bir internet bağlantısıyla katılabilmektedir (Toprak vd, 2018: 158).

31 Aralık 2020 itibarıyla, Facebook'un günlük aktif olan kullanıcı sayısı 2019'dan %11 artarak 1,84 milyara ulaşmıştır. Uygulama, dünyadaki tüm sosyal

medya kullanıcılarının %59'una ev sahipliği yapmakta ve her gün 500 milyon kullanıcının hikâyelerine ekleme yapmasına olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda Facebook gruplarının üyelerinin Covid-19 Pandemisi dolayısıyla 3,3 kat çoğaldığı görülmektedir. Türkiye'de sosyal medya katılımcıları açısından ise 2021 Şubat itibarıyla 57,53 milyon kullanıcısıyla Facebook, hâkimiyetini sürdürmektedir. Bugün itibarıyla Facebook, dünyanın en büyük ülkesinden daha fazla vatandaşa sahiptir. Facebook'un gençler arasında devam eden popülaritesine ek olarak, Instagram ve Snapchat'e geçen gençlerin terk etmesi, farklı yaş gruplarında sosyal medya platformlarının ne kadar farklılaştığını göstermektedir (Güngör, 2021: 190-191).

28.10.2021'de Facebook'un çatı kuruluşunun adı "Metaverse" olarak değiştirilmiştir. Metaverse, kullanıcıların web tabanlı bir dünyaya bağlanmasını sağlayan sanal bir evren olarak Türkçe'ye çevrilebilir. Metaverse kavramı, sanal evreni sanal iletişimin daha ileriki aşaması olarak ifade eder. Facebook'un "Horizon" adını verdiği sanal evren, katılımcılarının internet aracılığıyla erişebilecekleri gerçek mekânların sanal versiyonunu vadetmektedir (Güngör, 2021: 195).

3.3.4. Twitter

2006'da Jack Dorsey adlı girişimci tarafından geliştirilen Twitter bir mikroblog sitesidir. Twitter önce "Twtter" adı altında hizmet vermeye başlayıp ve ardından şimdiki adını almıştır. Adını İngilizce "cıldamak" anlamına gelen "tweet" kelimesinden alan platform, 140 karakterlik metin aracılığıyla kullanıcılara durumlarını hızlı bir şekilde güncelleme ve fikir paylaşma fırsatı sağlayan yeni nesil iletişim mecralarından biri haline gelmiştir. İnternete erişimi olan herkes tweetlerini herkesin görebilmesi için Twitter'da paylaşabilmekte veya sadece belirlediği insanların görebileceği şekilde kısıtlayabilmektedir. Kullanıcılar diğer kullanıcıların hesaplarını takip ederek takip ettikleri kişi veya kuruluşun paylaşımlarına, takipçilerine veya takipçi sayılarına ulaşabilmektedirler (Aytekin, 2012: 108).

Twitter'ın amacı, kişilerin günlük hayatlarında yaşam, düşünme, duyma ve deneyimleme bağlamında buldukları paylaşılabılır içerikleri bir web sitesi bağlamında kısa anlatımlarla sunmaktır (Altunay, 2010: 36). Kullanıcılar Twitter'ı gündem

oluşturmak, gündem takip etmek, ürün veya markaları yönetmek gibi farklı amaçlar için kullanılabilir ve sanal ortamdan süresiz olarak faydalanabilirler (Altan, 2015: 104).

Uygulama son olarak Kasım 2020'de Twitter Spaces'ı hizmete sunmuştur. Türkçe'de "Sohbet Odaları" olarak adlandırılan Twitter Spaces, Twitter'da canlı sesli sohbet etmenin yeni bir yolu olarak karşımıza çıkmıştır.

3.4. Dijital Mekânın Sosyal Medya Üzerinden Yorumlanması

Sosyal medya uygulamaları, dijital haberleşme çağında medya toplumunun en son icadıdır. Global erişime ve karşılıklı değişim potansiyeline sahip bu uygulamalar, zamanı kendi alanlarında mekânsallaştırarak ve mekânsal mesafeyi yok ederek yeni bir elektronik haberleşme kültürü yaratmaktadır. Aslında, küresel iletişimde bir adım önde olma, daha hızlı iletişim ve veri paylaşımını sağlama dürtüsü, medya, telefon, telgraf, televizyon, radyo günümüzde internet ve sosyal medya araçları vb. keşfedilmesini gelecek senelerde de çoğunun gelişeceğini göstermektedir. İletişim ve küresel iletişim ve sosyal eylem alanı olarak sosyal medya, sadece bugünü değil, geçmişi de halka açık hale getirerek sonsuz bir siber uzayda bilgi paylaşımını mümkün kılmaktadır. İnternet ve sosyal paylaşım ağlarının dünyada geniş kullanımı göz önüne alındığında, global uygulama alanlarına sahip sosyal medya araçlarının hem ifade özgürlüğü ve siyasi seferberlik aracını hem de siyasi iktidar aracı olarak yeni medyaya yönelik tutumları, politik bir mekân olarak ışık tutmaktadır (Toprak, 2021: 57)

Mekân, birey/toplum ve medya kavramlarının arasındaki ilişki farklı düzeylerde önemlidir. Öncelik olarak, bireyler/toplum ve mekânlar arasındaki çeşitli bağlantı ve bilgi akışı biçimlerine izin veren iletişim ve medya araçlarındaki değişiklikler, insanların yaşadıkları mekânları deneyimleme biçimlerini ve farklı insanlarla iletişim ve etkileşimde bulunmanın önündeki fiziksel engelleri değiştirmiştir. Bugün, küresel bilgi ağları, dünya genelinde her zamankinden daha fazla coğrafi olarak akmakta ve daha yoğun hale gelmektedir. Saniyeler içinde mekân engellerini aşarken, zaman-mekân ilişkileri yeni bir boyut kazanmıştır. Daha önce kitle iletişim araçları perspektifinden tartışılan bu konular, zaman içinde bilgisayar ve internet teknolojisi ile şimdi ise dijitalleşme ve yakınsama ile “dijital medya” veya “yeni medya” ile ifade edilmektedir (Toprak, 2021: 3).

Araştırma bulgularına geçmeden önce sürekli adı geçen, araştırmanın önemli bir noktası olan Covid-19 Pandemisi'nden kısaca bahsetmek yerinde olacaktır. Bunun sebebi zaten dijitalleşen dünyamızda küresel bir salgın olan Covid-19 Pandemisi'nin çıkmasıyla bu dijitalleşmenin artması ve hızlanmasıdır. Bu dijital dönüşüm de Covid-19'un en çok etkilediği alanlardan birisi olmuştur (Deniz, 2020: 193).

Çin'deki Dünya Sağlık Örgütü Ülke Ofisi, 31 Aralık 2019'da Çin'in Hubei Eyaleti Wuhan'da bilinmeyen bir menşeli pnömoni vakası bildirmiş ve 5 Ocak 2020'de daha önce insanlarda tespit edilmemiş bir Yeni Koronavirüsü tanımlamıştır. İlk olarak 2019-nCoV olarak ortaya çıkan, daha sonra Covid-19 olarak adlandırılan hastalık, Çin'de ortaya çıkmış ve sadece üç ayda dünya çapında yayılmıştır (WHO, 2020). Türkiye'de ilk vaka ise, Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı tarafından yayınlanan ve günlük olarak güncellenen veri sayfasında belirtildiği üzere; 11 Mart 2020 tarihinde ilk Covid-19 vakası tespit edilmiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2022).

İnsanlar arasına mesafe konulmasını gerektiren; maske, mesafe ve hijyen kurallarının günlük yaşam alışkanlıklarından biri haline gelmesinin yanı sıra çalışma hayatının düzenini, eğitim-öğretim yöntemlerini değiştiren; küresel düzeyde insan sağlığına tehdit olarak algılanan Covid-19 salgınının, insan hayatına sosyal, ekonomik ve beşerî etkileri olmuştur (Karataş, 2020: 5). Bu çalışmada da Covid-19 salgınının mekân üzerinden sosyal hayatı yeniden düzenlemesine odaklanılmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

YÖNTEM

1. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ, TEKNİKLER VE SINIRLILIKLAR

Bu bölümde, Dijitalleşen Zamanın İzdüşümünde Mekânın Dönüşümü: 2022 Türkiye’inden Bir Sosyal Medya Örneği adlı araştırmanın metodolojisi, teknikleri ve sınırlılıkları açıklanmaktadır. Burada amaç yapılan araştırmanın amacını, yöntemini, evrenini ve sınırlılıkları açıklamaktır.

Tezin bu bölümünde araştırma yönteminin kapsamı ve içeriği hakkında bilgiler verilmektedir. Bu bağlamda, araştırmanın amacı, konusu, araştırmanın yöntemi, tasarımı, araştırmanın evreni, görüşme tekniği ve görüşmenin yapıldığı yerler ifade edilmiştir.

1.1. Araştırmanın Amacı

İçinde bulunduğumuz Covid 19 Pandemisi döneminde bulaşıcı hastalıktan korunmak için özel ve sosyal hayatın yeniden düzenlenmesi gerekmiş bu yeni düzenleme özellikle insanların bir araya geldikleri mekânların yeniden düzenlenmesi ile sonuçlanmıştır. İnsanların özellikle kapalı mekânlarda bir araya gelmelerinin zorlaşması mekânların fiziksel özelliklerini değişmesini gerektirirken insanların bir arada olma ve sosyalleşme ihtiyaçları eskiye benzer kaldığı için insanlar sanal platformlarda sosyalleşmeye başlamışlardır. Bu araştırma yukarıdaki sorunsal çerçevesinde “Covid 19 Pandemisi’nin başladığı dönemde bir süre bu yeni yaşam biçiminin düzenlenmesi konusunda bocalayan insanların kısa bir süre sonra, özellikle 2020 yılı sonlarından itibaren, dijitalleşmenin insan hayatına daha fazla girmesiyle birlikte dijital ağlar (Twitter, Instagram, Facebook gibi) bugün mekân anlayışımızı nasıl etkilemiştir?” sorusuna yanıt aramak ve internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte dijital ağların sosyalleşme ve yeni mekânı algılama biçimlerimizi açıklamada yardımcı olacaktır. Günümüzde teknoloji çağının getirisiyle dijitalleşme hayatımızın

her alanına girmiş ve mekân algımızı da değiştirmiştir. Bu araştırma dijitalleşmeyle gelen mekânın kamusal ve özel alandaki değişimini ve dönüşümünü, toplumun mekân algısının değişimini açıklama amacı taşımaktadır.

Bu dönüşümü anlama çabası içeren araştırma, günümüz dünyasında mekânın uzamsal yapısını kaybetmesinin önemini dijital teknolojilerle bağlantılı olarak araştırmaktadır. Böyle bir durumdan hareketle bu çalışmanın konusu, günümüz medya araçlarının, sosyal medyanın ya da bir diğer adıyla dijital ağların, toplumsal hayatta çok farklı uzantıları ve boyutları olan mekânları ve insanların mekânı algılama biçimlerini nasıl etkilediği üzerinedir. Bu araştırmayı bilimsel anlamda diğer çalışmalardan ayıran ve ona özgünlük katan şey Covid-19 Pandemisi'nden dolayı bu alanda çok hızlı bir dönüşüm ve değişim yaşanmasının sonucu olarak bu konuda yapılan araştırmaların az olması ve bilimsel anlamda yapılacak yeni çalışmalara alanının açık olmasıdır.

1.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada detaylı veri elde edebilmek için niteliksel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmanın niteliksel yöntem ile yapılmasının nedeni bireylerin gündelik yaşam pratiklerinin dijital ağlar tarafından nasıl şekillendiğini ve bireylerin mekânın değişiminden etkilenme süreçlerini derinlemesine anlamayı mümkün kılacak bir yapıya sahip olmasıdır. Niteliksel araştırmaların amacı anlamak, araştırma faaliyetinin sonucu gerçekliği olduğu gibi tanımlamaktır (Kümbetoğlu, 2017: 34). Bu yöntemle araştırmaya katılan bireylerin hem dijital çağı nasıl algıladıklarına, dijital ağları kullanım biçimlerine, hem de mekânın dönüşümünü nasıl karşıladıklarına ve yorumladıklarına tespit etmelerine imkân vermek mümkün olabilmiştir. Niteliksel araştırma yöntemine uygun olarak hazırlanan görüşme kılavuzu yarı yapılandırılmış rehber formunda bulunan açık uçlu sorularla katılımcıların yaşam pratikleri üzerine düşünüp kendi hayatlarına nasıl anlamlar yüklediklerini ifade edebilmelerine olanak sağlanmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen veriler niteliksel verilerdir. Bu verilerin analizinde araştırmacı herhangi bir nitel veri analizi programından yararlanılmamıştır. Elde edilen verilerin analizi ve bulguların değerlendirilmesi için öncelikle görüşmeler

bizzat araştırmacı tarafından deşifre edilmiştir. Ardından yarı yapılandırılmış olarak hazırlanan görüşme formunda önceden belirlenen kavramsal başlıklar çerçevesinde elde edilen bulgular, kavramlar arasında kurulan ilişkiler temelinde araştırmacı tarafından niteliksel olarak çözümlenmiştir.

1.3. Araştırmanın Tasarımı

1 Mart 2022 ile 15 Nisan 2022 tarihleri arasında yirmi kişi ile gerçekleştirilmiş olan saha araştırması niteliksel araştırma yöntemine uygun olarak hazırlanan görüşme formu ve veri toplama teknikleri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma için seçilen araştırma evreni, örneklem seçimi, görüşme formu yapısı, görüşme ve veri toplama sürecinin detaylarına aşağıda yer verilmiştir.

1.3.1. Araştırma Evreni ve örneklemini

Bu araştırmanın evreni Türkçe konuşan, yazışan ve Türkiye’de yaşayan Twitter kullanıcılarından oluşmaktadır. Örneklemin Twitter kullanıcıları ile sınırlandırılmasının nedeni diğer platformlarda da inceleme yapıldıktan sonra resim, video vb. içerik paylaşımı yerine yazışma ağırlıklı bir alan olması ve kullanıcıların düşüncelerini görsel içerikten bağımsız olarak yazıyla dile getirmeleridir. Twitter’da on sekiz ile altmış dört yaşları arasında olan kullanıcılar bu araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Minimum yaşın on sekiz seçilmesi reşit olmaları tercih edildiğındendir. Yaş aralığının bu kadar geniş tutulmasındaki sebep sosyal medya kullanımının her yaştaki insanlarda değışen pratiklerini ve kuşaklar arası sosyal medya kullanımını daha iyi analiz edebilmektir.

Araştırma kapsamında yirmi Twitter kullanıcısıyla görüşülmüştür. Bu yirmi kişi seçilirken sosyal medyayı aktif kullanmaları göz önünde bulundurulmuştur. Görüşmecilere Twitter üzerinden mesaj atarak iletişime geçilmiştir. Daha sonrasında bu sosyal medya aracılığıyla kartopu tekniğı ile görüşmecilere ulaşılmıştır. Görüşülen bir katılımcının kendi Twitter hesabında bu araştırmayı paylaşması sonucu kartopu tekniğıne uygun olarak diğer görüşmecilere ulaşılmıştır. “Kartopu tekniğı, araştırma alanında kaynak kişilerden, doğıru diğer görüşülecek kişilere ulaşılması ve bir kartopu

gibi, ilerledikçe yeni kişilere ulaşıldıkça örneklemin büyümesidir” (Kümbetoğlu, 2017: 99).

1.3.2. Görüşme Formu

Araştırma için yarı yapılandırılmış rehber formu tercih edilmiştir. “Bu tarz görüşmeler öncesinden belirlenmiş, soruş biçimi, düzeni ve sıklığı önceden düzenlenmiş soruların yer aldığı, fakat görüşme sırasında katılımcıya kısmi esneklik sağlayan, ihtiyaç halinde soruların yeniden düzenlenilmesine izin veren görüşmelerdir” (Kümbetoğlu, 2017: 76). Hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme rehber formunda bulunan açık uçlu sorularla katılımcıların yaşam pratikleri üzerine düşünüp kendi hayatlarına nasıl anlamlar yüklediklerini ifade edebilmelerine olanak sağlamıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme rehber formunun tercih edilmesinin sebebi katılımcıların vereceği cevapların sınırlı tutulmak istenmemesi ve açık uçlu soruların görüşmeciler için çağrıştırdığı şeyleri özgürce ifade etmesini sağlamaktır. Yarı yapılandırılmış görüşme rehber formunu hazırlarken soruların katılımcıların anlayabileceği şekilde oluşturulmasına dikkat edilmiştir. Aynı zamanda katılımcıların verecekleri cevaplar için yönlendirici sorular sormaktan kaçınılmıştır. Bunun sebebi görüşme yapan araştırmacının soruları ile aşırı yönlendiren, baskılayan, sınırlayan bir üslup içinde olmaması görüşmenin karşılıklı olarak bilgilerin değiş tokuş edildiğinin biçimde geçmesine imkân sağlamasıdır (Kümbetoğlu, 2017: 88).

Araştırmada derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin kayıt altına alınması noktasında katılımcıların onayı ile ses kaydı alınmıştır. Araştırma verisini bu ses kayıtları oluşturmaktadır. Bu derinlemesine görüşme tekniğinde yukarıda detayları verilen şekilde yarı yapılandırılmış görüşme rehber formu kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Hazırlanmış bu görüşme rehber formunda yapılandırılmış dört bölüm yer almaktadır. Birinci bölümde görüşmecilerin kişisel bilgileri yer almaktadır. İkinci bölümde iş hayatı ve iş hayatındaki mekân ve dijitalleşme süreciyle alakalı bilgiler elde edebilmek adına bazı sorular yer almaktadır. Üçüncü bölümde aile hayatıyla ve aile hayatının mekân ve dijital ağlarla ilgili ilişkilerine ait sorular yer almaktadır. Dördüncü bölümde ise araştırma konusuna uygun olarak hazırlanan sorular yer

almaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğine uygun olarak görüşme kılavuzu “Kişisel Bilgiler, İş Hayatı, Aile Hayatı ve Mekân, Dijitalleşme ve Sosyal Medya” başlıklarında toparlanmış toplam 77 sorudan oluşmaktadır. Ancak Yarı yapılandırılmış bu sorular içinde kimi sorular standartlaştırılmıştır ve açık uçlu olarak hazırlanmıştır. Bu standartlaştırılmış ve açık uçlu olarak hazırlanmış sorular sayesinde görüşmelerde derinlemesine niteliksel bilgi elde edilmesi hedeflenmiştir. Görüşmeler ortalama elli dakika sürmüştür.

Görüşme rehber formu üzerinde dört taslak çalışma yapılmıştır. Soruların yeterliliğini ölçmek için iki pilot görüşme yapılmıştır. Bu pilot görüşmeler araştırmaya başlamadan önce gerçekleşmiştir. Yapılan pilot görüşmeler ortalama bir saat sürmüştür. Bu görüşmeler sonrasında görüşme formuna yeni eklemeler/çıkarmalar yapıldıktan sonra araştırmaya başlanmıştır.

1.3.3. Görüşme Süreci ve Veri Toplama

Araştırma için katılımcılar sosyal medyayı aktif kullanan kişilerden, Twitter sohbet odalarına, Instagram canlı yayınlarına katılım sağlayan yani dijital mekânı etkin bir şekilde kullanan kişilerden seçilmiştir. Araştırmaya katılacak kişilere öncelikle sosyal medya platformları üzerinde iki ay süren gözlem dönemi sonunda aktif kullanıcı oldukları tespit edilenlere kartopu tekniği ile erişilmiştir. Bu gözlem Twitter’da sohbet odalarına sürekli girip çıkılarak başlanmıştır. Twitter’da bulunan sohbet odalarına katılım sağlayan kullanıcıların profillerine girilip aktif ve reel kullanıcı olup olmadıklarına bakılmıştır. Bu sohbet odalarında genelde söz hakkı alan kişiler üzerinde durulmuştur. Bunun sebebi bu odalarda söz hakkı alan kişilerin sosyal medyayı daha etkin ve aktif kullanıyor olabilir düşüncesi olmuştur. Twitter dışında Instagram üzerinden de bir gözlem oluşturulmuştur. Bu platformda aktif olan, canlı yayınlara katılan ve paylaşım yapan kişilere odaklanılmıştır.

Araştırmaya katılacak olan katılımcılara bir sosyal medya platformu olan Twitter’da hesabı olan kullanıcılar ile yapılan görüşmelerde kartopu tekniği ile erişilmiştir. Görüşme yapılan bir kişinin kendi Twitter hesabında bu araştırmayı paylaşması sonucunda araştırmaya katkı sağlamak isteyen kişiler mail atarak ulaşım sağlamıştır. Türkiye’nin her yerinden bu araştırmaya katılmak isteyen kişilerden

araştırmaya uygun olanları seçilmiş ülke içinde herhangi bir bölge, il, idari birim farkı gözetenilmemiştir. Araştırma katılımcıları sosyal medyayı aktif kullanıyor olması, dijital mekân ve fiziksel mekânı bir arada yürütüyor olması kriterine göre belirlenmiştir. Bundan hareketle araştırmaya uygun kişilerle Zoom üzerinden görüntülü olarak görüşülmüştür.

Araştırmaya katılan yirmi katılımcının görüşleri gizlilik esasına uygun şekilde adları yazılmadan takma isim alarak aktarılmıştır. Görüşmeler, katılımcıların kendilerini huzurlu ve rahat hissetmelerini sağlamak amacıyla, kendi istekleri doğrultusunda, dört kişi ile telefon görüşmesi yaparak, beş kişi ile yüz yüze görüşme yaparak, diğer on bir kişi ile de Zoom üzerinden görüntülü görüşme yaparak araştırma ilerlemiştir. Katılımcıların yaş, meslek, medeni hal, çocuk sayısı, hane büyüklüğü, mezuniyet durumu, çalışılan yerler ya da geçmişte yapılan işlerle ilgili sorular yöneltilmiş ve görüşmecilerin demografik özellikleri Tablo-1’de düzenlendiği gibi, “Ekler” kısmında yer alan Ek-2’de verilmiştir.

Araştırmaya katılan katılımcıların on biri kadın dokuzu erkektir. Katılımcıların yedisi evli on üçü bekârdır. Eğitim düzeyine bakıldığında katılımcıların on sekizi lisans ve lisansüstü eğitim almışken, diğer iki kişi lise mezunudur fakat biri üniversite öğrencisidir diğeri de üniversiteye hazırlanıyordur. Çalışma durumlarına bakıldığında biri emekli olup dört kişi çalışmıyordur, geri kalan on beş kişi farklı meslek dallarında çalışmaya devam etmektedir. Emekli olan da şu an bir işte çalışmaktadır. Aynı zamanda katılımcılar sosyal medya kullanıcılarından oluştuğu için Türkiye’nin çeşitli illerinden oluşmaktadır.

Araştırmada derinlemesine görüşmelerin yapıldığı mülakat yöntemi ile sözlü iletişim yoluyla veri toplanmıştır. Veriler Twitter üzerinden kartopu tekniği ile ulaşılan katılımcılar ile yüz yüze, telefonla görüşme aracılığıyla ve Zoom üzerinden gerçekleştirilen birebir görüntülü görüşmeler ile toplanmıştır. Nitel araştırma yöntemine uygun olarak yarı yapılandırılmış görüşmeler sırasında katılımcının sorular dışında konularda vereceği bilgiler de araştırma verisi olarak kullanılmıştır. Veri toplama süresi yaklaşık 2 ay sürmüştür. Bu verileri araştırmacının bizzat kendisi toplamış ve analiz etmiştir.

1.3.4. Sınırlılıklar

Bu tez çalışması Twitter kullanıcılarıyla çoğunluğu Zoom üzerinden olmak koşuluyla birebir görüşmelerle yapılmıştır. Bu görüşmelerde katılımcılar belirli sınırlılıklar doğrultusunda belirlenmiştir. Bu sınırlılıklar, Twitter'ı kullanması ve Twitter'da bulunan sohbet odalarına giriş sağlıyor olması giriş yapmıyor ise bile varlığından haberdar olması, yaş ve cinsiyet bakımından eşit dağılması, araştırma sorularına cevap verebilecek kadar fiziksel mekân ile dijital mekânı kullanıyor olmasıdır.

Katılımcılara sosyal medya aracılığıyla mesaj yoluyla ulaşılması ve güven duyulmaması sebebi ile bu mesajlara geri dönüşün çok az olması çalışmanın sınırlılıklarından birisidir. Katılımcılara erişmede ve ikna etmede zorluk yaşanmıştır.

Twitter üzerinden mesaj yoluyla iletişime geçilen bireylerin araştırmayı ciddiye almayıp araştırmacıya farklı niyetle mesajlar atması da bu araştırmanın sınırlılıklarından biri olmuştur. Araştırmaya katılım sağlaması için mesaj atılan kişiler sonrasında araştırmaya katılmak istemeyip araştırma dışında sohbet etmek, iletişim kurmak istemişlerdir.

Katılımcılarla görüşme esnasında da sınırlılıklar yaşanmıştır. Geneli Zoom üzerinden yapılan görüşmelerde internet kopukluğunun yaşanması ve bu durum karşısında görüşmecilerin bazı söylediklerinin anlaşılmaması bu sınırlılıklardan birisidir.

Tez çalışmasının bir diğer sınırlılığı literatürle ilgilidir. Yapılan bu çalışmada kavramsal çerçeveye alakalı sınırlılıklara rastlanmıştır. Konu gereği mekânın dijitalleşmesiyle alakalı Türkçe çok az kaynak olduğundan literatürü yazmak ve kavramsal çerçeveye oturtmak bir hayli güç olmuştur.

2. ARAŞTIRMANIN ETİĞİ

Görüşme öncesinde katılımcılara çalışmanın içeriği hakkında bilgi verilmiş, izin ve onay sayfası okunarak sesli kayıt altına alınmıştır. Araştırmaya katılanlara istedikleri zaman araştırmadan çekilme hakkına sahip oldukları, anlatılarının

araştırma konusu dışında kullanılmayacağı ve bu bilgilerin üçüncü şahışlarla paylaşılmayacağı belirtilmiş ve görüşmecinin izni ile görüşmelere başlanmıştır. Katılımcıların güvenliği ve anlatımda kendilerini daha özgür hissetmeleri için kendi seçtikleri bir takma ad kullanmışlardır. Verilerin işlenmesi ve analizinde, katılımcıların anlatıları doğru bir şekilde alıntılanmıştır. Katılımcıların anlatıları herhangi bir değişiklik yapılmadan olduğu gibi korunmuştur. Tüm görüşmeler, katılımcıların uygun gördüğu yer ve zamanda gerçekleştirilmiştir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu bölümde, yapılan saha araştırmasının bulguları değerlendirilecektir. Araştırma sonucunda elde edilen niteliksel veriler araştırmacının herhangi bir nitel veri analizi programından yararlanmadan, yarı yapılandırılmış olarak hazırlanan görüşme formunda önceden belirlenen kavramsal başlıklar çerçevesinde elde edilen bulgular kavramlar arasında kurulan ilişkiler temelinde araştırmacı tarafından niteliksel olarak çözümlenmiştir. Bu bölüm toplam üç ana başlık on dört alt başlık olarak hazırlanmıştır. Birinci ana başlık “Mekân ve Dijitalleşme Kavramlarının Anlamlandırılması”dır. İkinci ana başlık “Aile Hayatında Mekân ve Dijitalleşme”dir. Üçüncü ana başlık ise “Kamusal Mekânda Dijitalleşme ve Mekânsal Dönüşüm”dür. Ana başlıkların ve bu ana başlıkların alt başlıklarının içeriği hakkında aşağıda kısaca bilgi verilmiştir.

Birinci ana başlık olan “Mekân ve Dijitalleşme Kavramlarının Anlamlandırılması” bölümünün ilk alt başlığı “Mekân Algısı: *“Bence mekânın koku ile bağı var...”*”dır. Bu başlıkta katılımcıların mekân denilince akıllarına ne geldiği, mekânı nasıl tanımladıkları sorulmuştur ve cevaplar incelenmiştir. İkinci alt başlık olan “Covid-19 Pandemi Döneminin Mekân Algısına Etkisi: *“Sosyal medya bir mekân tasarısına dönüştü...”*” başlığında Covid-19 Pandemisi’nin mekâna etkisi araştırılmıştır. Üçüncü alt başlık olan “Dijitalleşme Algısı: *“Bu araştırmayı dijitalleşme sayesinde öğrendim...”*” bölümünde katılımcılara dijitalleşmenin onlar için çağrıştırdığı şeyler sorulmuş, dijitalleşmenin nasıl algılandığı ve anlamlandırıldığı çözümlenmiştir. Dördüncü alt başlık “Dijitalleşme ve Mekân Arasındaki İlişki: *“Sınırsız mekân...”*”dır. Bu başlıkta dijitalleşme ve mekân arasındaki ilişki hakkında neler düşünüldüğü incelenmiştir. Beşinci alt başlık olan “Dijitalleşmenin Gelişimi ve Mekânın Dönüşümü: *“Jest, mimik, duygular...”*” isimli başlıkta ise katılımcılara dijitalleşmenin gelişimi ve mekânın dönüşü ile oluşan dijital mekânların fiziksel mekânlara benzeyip benzemediği sorulmuş, verilen yanıtlar değerlendirilmiştir.

İkinci ana başlık olan “Aile Hayatında Mekân ve Dijitalleşme” isimli bölümün ilk alt başlığı olan “Aile Hayatı ve Mekân: *“Aile mekânı evimizdir...”*” adlı bölümde

katılımcıların aile ve mekân arasındaki ilişki hakkındaki görüşleri incelenmiştir. İkinci alt başlık “Ev İçi Mekânda En Sevilen Yer: *“Kendi odam kendi dünyam...”*”dır. Bu bölümde katılımcıların ev içinde en sevdikleri mekânın neresi olduğu açıklanmıştır. Üçüncü alt başlık ise “Ev İçi Sosyalleşme Mekânı: *“Salon...”*”dur. Bu bölümde katılımcıların tüm aile fertleri evdeyken, evde birlikte vakit geçirdikleri yer açıklanmıştır. “Aile İçi İletişim ve Dijitalleşme: *“Babam daha dijitalleşme çağına geçmedi...”*” adlı son bölümde ise katılımcılar aileleri ile iletişim kurarlarken ne şekilde iletişim kurduklarına bakılmıştır.

Üçüncü ana başlık olan “Kamusal Mekânda Dijitalleşme ve Mekânsal Dönüşüm”ün ilk alt başlığı “Çalışılan Mekânı Algılama Biçimi: *“Kendimi mutlu hissettiğim yer...”*”dır. Bu başlıkta çalışan katılımcıların işyeri mekânını nasıl tanımladıkları açıklanmıştır. İkinci alt başlık olan “Mesai Saatlerinde Dijital Ağ Kullanımı” bölümde çalışanların işlerini yürütebilmek ve kişisel işlerini halledebilmek için mesai saatlerinde dijital ağ kullanımı açıklanmıştır. Üçüncü alt başlık “Dijitalleşmenin Çalışanlar Üzerindeki Etkisi: *“İnsanları tembelleştirdi...”*”dır. Bu başlıkta çalışan katılımcıların dijitalleşmenin çalışanlar üzerindeki etkisini nasıl yorumladıkları açıklanmaktadır. Dördüncü alt başlık olan “Covid-19 Pandemi Döneminde Değişen İş Hayatında Mekân: *“Uzaktan eğitim diye bir bela...”*” bölümünde Covid-19 Pandemi döneminde çalışan katılımcıların değişen iş hayatı pratikleri ele alınmıştır. Beşinci ve bu ana başlığın son alt başlığı olan “Gelecekteki Dijital Çalışma Ortamı: *“Bizler olmayacağız herhalde...”*” bölümünde katılımcılara yöneltilen gelecekteki çalışma ortamında dijital anlamda sizce neler değişecektir sorusuna verilen cevaplar açıklanmıştır.

1. MEKÂN VE DİJİTALLEŞME KAVRAMLARININ ANLAMLANDIRILMASI

Bu bölümde katılımcıların mekân ve dijitalleşme kavramları hakkındaki görüşleri, yorumları, bu kavramların onlar üzerindeki etkisi, algıları ele alınmıştır. Mekân denildiğinde akıllarına ne geldiği, gözlerinde ne canlandığı, katılımcılara göre ne tür yerlerin mekân olarak tanımlandığı ya da tanımlanmadığı incelenerek mekânın insanın sıradan gündelik yaşamında nasıl anlamlandırıldığı çözümlenmiştir. Aynı şekilde dijitalleşme denilince akıllarına ne geldiği, dijitalleşmenin onlar için neler

çağrıştırdığı gibi unsurlar üzerinden dijitalleşme gibi mekân kavramına göre yeni bir kavramın nasıl anlamlandırıldığı incelenmiştir. Kavramların gündelik yaşamda ve dilde kazandığı anlamın yanında katılımcıların dijitalleşme ve mekân arasındaki ilişki hakkında ne düşündükleri, nasıl yorumladıkları, onlar için ne ifade ettiği incelenecektir.

1.1. Mekân Algısı: “*Bence mekânın koku ile bağı var...*”

Bu kısımda katılımcıların mekân hakkındaki fikirlerine yer verilmiştir. Katılımcılara yöneltilen “Mekân kavramı size neyi ifade etmektedir/nasıl tanımlarsınız” sorusuna verilen yanıtlar aracılığıyla mekân kavramını nasıl algıladıkları, anlamlandırdıkları ve tanımladıkları tespit edilmesi hedeflenmiştir. Mekânı genel olarak kapalı bir alan, bir yapı olarak tanımlayanların dışında mekânın insansız düşünölemeyeceğinden, bir yerin mekân olabilmesi için o yerde insan olması gerektiğinden söz etmiş, farklı duygular ile mekânı tanımlamayı denemişlerdir.

Eda mekânı sohbet ettiğı, mutlu olduğı anlarda bulunduğı yer olarak tanımlarken mekân ile kokunun bağı olduğunu dile getirmiştir:

“Mekân denince benim aklıma genelde sohbet ettiğim, eğlendiğim, arkadaşlarımla, ailemle olduğum ve olmaktan mutlu olduğum anlarda bulunduğum yerler aklıma geliyor. Bir de bence mekânın kokuyla bağlantısı var. Örnek veriyorum orası bir şey kokuyorsa ve ben o kokuyu bir daha duyduğumda o anı, o mekânı tekrar hatırlıyorum çünkü kokuların zaten çağrıştıracı bir etkisi var. Mesela ben o gün o parfümü sıkmışsam bir daha o parfümü sıktığımda ben şu gün işte şu mekâna gitmiştim diye net hatırlıyorum” (Eda, Lisans, Satış uzmanı, 25).

Selma ve Aslı mekânı kapalı, dört duvar arasında bir yer olarak tanımlamıştır:

“Mekânı ortam olarak tanımlıyorum yani nasıl söylesem kapalı bir alan geliyor benim aklıma mekân denince kapalı bir alan” (Selma, Lisans, Supervizör, 25).

“Ben sanırım biraz geleneksel düşünüyorum bu konuda hala böyle bir dört duvarın etrafında gibi hissediyorum kendimi mekân denince bu geliyor aklıma” (Aslı, Lise, Öğrenci, 21).

Leyla ve Kenan önce mekânı kapalı bir alan olarak tanımlamış daha sonrasında insanın bulunduğu her yerin mekân olabileceğini söylemişlerdir:

“Ben bir mekândan bahsediyorsam bu genelde kapalı bir alan için kullandığım bir kavram olur ama düşündüğümde sadece kapalı alanlar değil açık alanlar parklar, bahçeler, ormanlar ya da plajlar da bir mekân olabilir yani demek ki insanın bulunduğu ve yaşam faaliyetlerini sürdürdükleri her yer bir mekândır” (Leyla, Lisans, Satış temsilcisi, 26).

“Mekân denince aklıma mekân dört duvardan ziyade içinde insan olduğu zaman değerlendirilen bir şeydir boş mekân denen şeyin ben gerçek mekân olduğunu düşünmüyorum bir mekânı insanlar var eder ve aynı zamanda yok eder” (Kenan, Lisans, Kendi işi, 26).

Serhat mekânı insansız düşünemeyeceğini ifade etmiştir ve mekân denince aklına hep insanların bulunduğu yerler geldiğini belirtmiştir:

“Mekân insanın bulunduğu herhangi bir yer. İnsan nerdeyse mekân da ona ait yani mekânla insanı ayrı düşünmeden ifade ediyorum bunu dolayısıyla hiç kimsenin yaşamadığı yani bir insanın yaşamadığı yeri mekân olarak tahayyül edebilmek zor geliyor. İnsansız yere burası mekân değildir demiyorum ama mekân denince benim aklıma insanların var olduğu yerler geliyor. Tabii bu mekân denince daha yani aileyi düşününce aile mekânı, ev... Ama sosyal bir varlık olarak insanı düşününce mekânla insanı bu sefer de kamusal alanlar geliyor ev dışında. Ne bileyim! parklar, bahçeler, meydanlar geliyor. Dolayısıyla mekân için insanın bulunduğu ailesiyle, eşiyle, arkadaşlarıyla ya da bir şekilde iletişimde olduğu kişilerle birlikte olduğu alanlar olarak nitelendirebilirim” (Serhat, Yüksek Lisans, İşsiz, 34).

Zeynep, mekânı düşündüğünde aklına ilk bir şey gelmediğini belirtmiş, daha sonrasında mekânı toplumun ortak kullandığı alanlar olarak tanımlamıştır. Bu ortak kullanım alanlarını hem boş zamanların geçirildiği mekânlardan hem de ibadethanelerden örnekler vererek açıklamıştır:

“Ya tabi bu şekilde sorulduğunda böyle bir cevap vermekte zorlandım ama mekânlar bence toplum içerisinde ortak alanlarda bulunduğumuz yerlerdir. Mesela örnek verecek olursak kafeler bir mekândır; kiliseler, camiler bir mekândır. Yani bir toplumda mesela bir park bile bir mekândır. Toplumun kamu alanında ortak bulunabileceğimiz yerler olarak görüyorum ben” (Zeynep, Yüksek Lisans, İşsiz, 26).

Mehmet mekânı bir var oluş alanı olarak tanımlayıp, çatısı ve duvarları olan bir yerden ibaret olmadığını, başka insanlarla temas halinde olabildiğimiz yerleri mekân olarak tanımlanabileceğini ifade etmiştir:

“Mekânı bir var oluş alanı olarak tanımlayabilirim yani mekân dediğimizde insanların aklına ne geliyor bilmiyorum ama bu sadece çatısı olan ve duvarları olan bir yer değil mekân. Mekân her yer aslında ama sosyalleşebildiğimiz, başkalarıyla temas halinde olabildiğimiz, hatta dünyayla temas halinde olduğumuz bir yer. Toplumsal varlıklar olduğumuz için özümüzde başkalarına bir noktadan sonra ihtiyaç duyuyoruz mekân ona yarıyor. Ama her yer mekân okul da mekân orman da bir mekân” (Mehmet, Yüksek Lisans, Akademisyen, 36).

Mekânı rahat olabileceği yer olarak tanımlayan Esra ve Canan, kendisini özgür hissettiği, sevdiği insanlarla birlikte olabileceği bir yer olarak ifade etmişlerdir. “istediğimi istediğim şekilde özgürce yapabildiğim” ifadesinde olduğu gibi mekânı soyut bir kavram ile açıklamıştır:

“Mekân denince benim aklıma rahat olabildiğim, istediğimi istediğim şekilde özgürce yapabildiğim ortam geliyor aklıma ve yanımdaki insanların da bundan rahatsız olmayan sevdiğim insanların

olduğunu düşünürüm genelde. Hani o mekânda o insanlarla olurum” (Esra, Lise, Tezgahtar, 20).

“Mekân sevdiklerimle olmaktan, bulunmaktan mutlu olduğum, kendimi rahat hissettiğim bir ortam” (Canan, Lisans, İşsiz, 30).

Ayşe de mekânı duygular üzerinden tanımlayıp kendisine ait hissettiği yerin mekân olabileceğini belirtmiştir: “Benim için bence mekân bütün olduğum yer beni bana ait hissettiren yerdir” (Ayşe, Lisans, İşsiz, 29).

Fazlı, mekân için elle tutulur gözle görülür yer dedikten sonra, aynı zamanda da kendisine bir şeyler hissettiren bir yer olarak tanımlamıştır: “Mekân denince elimle tuttuğum gözümle gördüğüm bir şeyler geliyor aklıma ama aynı zamanda da bana bir şeyler hissettiren şey yani bana bir şeyler hissettiren bir his veren bir yer” (Fazlı, Yüksek Lisans, Araştırma görevlisi, 27).

Katılımcılar mekân ile ilgili izlenimlerinde birkaç husus dikkat çekmektedir. Öncelikle mekânın koku ile ilişkilendirilmesi, bazı kokuların bazı mekânlar ile kodlanması verilen cevaplar arasındadır. Kokunun mekânı hatırlatıcı bir özelliği olduğu tespit edilmiştir. Her mekânın kokusal bir kimliği olduğunu, bunu sadece bir varsayım olarak düşünülmemesi gerektiğini söyleyen Mimar Richard Neutra, çevremizdeki görülebilen somut öğelerden yalnızca yararlanılmaması, aynı zamanda soyut öğelerden de yararlanılması gerektiğini söylemiştir. Ona göre mekânda soyut öğelerden yararlanırken kokunun öne çıkan bir öğe olarak bulunması, mekân ve kişi arasındaki ilişkiyi güçlendirecektir (Yazıcı ve Alp, 2017: 64).

Diğer bir bulgu katılımcıların mekânı ilk olarak kapalı bir alan, bir yapı olarak tanımlama eğiliminde olduklarıdır. Katılımcıların bir kısmı mekânı sadece kapalı, dört duvar arasında olan bir alan olarak tanımlamıştır. Bu tanımın aksine dört duvar ile çevrili olmayan alanların da mekândan sayılabileceğinden söz etmişlerdir. Buna örnek olarak parkları, ormanları ve sahil kenarlarını örnek vermişlerdir. Kapalı olmayan alanlarda mekân tanımlaması yapmak için mutlaka insanların belirli bir etkinlikte bulundukları park, bahçe... vb. kamusal alanları tanımlamışlardır.

Katılımcıların mekân ile ilgili bir başka tanımı mekânı insan ile bağlantılı tutmasıdır. Onlara göre bir yerin mekân olabilmesi için o yerde insan olması gereklidir. Mekânı insan ile ayrı düşünemeyeceklerini ifade etmişlerdir. Bu gruptaki katılımcılar mekânı bir var oluş alanı olarak tanımlayıp sadece çatısı ve duvarları olan bir yerden ibaret olmadığını, başka insanlarla temas halinde bulunabilen yerin mekân olabileceğini söylemişlerdir. Mekânın tanımlamasında insandan bağımsız bir mekân tanımlaması yapamayan hatta mekânı tanımlamak için mutlaka insanların varlığından, sohbet etmek, gezmek eğlenmek gibi içinde yapılan etkinliklerden hareket edilmesi gerektiğini belirten katılımcılar olmuştur. Bu etkinlikleri tanımlarken ise evde ya da iş yerinde çalışmak gibi zorunlu gündelik faaliyetlerden pek söz edilmediği daha çok gündelik rutinlerden uzak boş zamanların geçirildiği mekânların akıllarına geldiği tespit edilmiştir.

Mekân ile ilgili bir başka tanım da o yerin katılımcılara ne hissettirdiği ile ilgilidir. Katılımcıların insana has ve özellikle mutluluk, huzur gibi olumlu duyguları mekânları tanımlamak için kullanmayı tercih ettikleri ve kurku, endişe gibi olumsuz kabul edilebilecek duyguları mekânları tanımlarken kullanmadıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların bir kısmı mekânı kendilerini rahat ve özgür hissedecekleri, sevdikleriyle sohbet edecekleri, bulunmaktan mutlu olacakları bir yer olarak tanımlamıştır. Bu tanımlamaların içinde “... istediğimi istediğim şekilde özgürce yapabildiğim...” ifadesinde olduğu gibi özgürlük gibi soyut bir kavramdan yardım alan katılımcılar da olmuştur.

Katılımcıların mekân kavramını nasıl anlamlandırdıklarının, algıladıklarının ve tanımladıklarının araştırıldığı bu ilk bölümde mekân ile ilgili sorulan soruların öncelikle gündelik yaşamın zorunlu edimleri olan ev işleri, iş hayatı gibi unsurlarla ve olumsuz etkinliklerin gerçekleştiği ya da gerçekleşebileceği yerlerle ilişkilendirmedikleri tespit edilmiştir. Mekânın ilk tanımlaması yapılırken katılımcılar kavramı sanal mekânlar ile hiç ilişkilendirmemişlerdir.

1.2. Covid-19 Pandemi Döneminin Mekân Algısına Etkisi: “Sosyal medya bir mekân tasarısına dönüştü...”

Çalışmanın bu bölümünde katılımcılara yöneltilen Covid-19 Pandemisi’nin mekân kullanımına ve algısına yönelik etkisi ile ilişkili değerlendirmelerine yer verilmiştir. Öncelikle Covid-19 Pandemisi döneminde kapanma/kapatılma dönemlerinde katılımcıların evlerinde kalmasıyla birlikte mekân anlayışının değiştiğini, bu dönemde hem iş ya da okul hayatının sürdürülmesi hem de yüz yüze sosyalleşme imkânının ortadan kalkması ile birlikte sosyal medya kullanımında artış olduğu tespit edilmiştir. Bu değişim mekân anlayışında da köklü bir değişikliğin ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Fazlı Covid-19 Pandemisi döneminde sosyal medya kullanımının arttığını, o dönemde evlerine internet bağlayanların çoğaldığını, fiziksel bir ortamda kitap okurken o kitabı dijital ortamda paylaştığını söylemiştir:

“O dönemde sosyal medya kullanımı daha çok arttı zaten son verilere bakarsanız zaten üç kat arttı sosyal medya kullanımı yani milyara çıktı artık. Ben hatta şöyle söyleyeyim eve internet bağlattım o sıra, görevliler “yetişemiyoruz” diyorlardı. Yani herkes internet bağlatıyor evine bunu da söylemiş olayım. Aklıma geldi ben kitap okuyordum okuduğum kitabı paylaşıyordum okuduğum kitaptan söz paylaşıyordum sosyal medyada yine onu gösteriyorum yani yine sosyal medyada da bulunuyordum” (Fazlı, Yüksek Lisans, Araştırma görevlisi, 27).

Leyla ve Zeynep Covid-19 Pandemisi döneminden önce de mekânın zaten bir değişim içerisinde olduğunu, Pandemi’nin bu dönüşümü hızlandığını, Leyla bu süreçte kapalı bir mekânda sınırlı kalırken aynı anda sosyal medya aracılığıyla da sınırsız bir mekânda gezindiğinden, Zeynep de dijitalleşmenin arttığından bahsetmiştir:

“Bence zaten mekân bir dönüşüm içerisindeydi Pandemi de bunu hızlandırdı. Ben öyle düşünüyorum ve bu dönüşüme ayak

uydurmamızı da sağladı aynı zamanda. Pandemi’de bir yandan kapalı bir mekânda sınırlı kalırken bir yandan da sınırsız bir mekânda gezindik” (Leyla, Lisans, Satış temsilcisi, 26).

“Zaten dijitalleşme çağındaydık Pandemi’den sonra iyice bu dijitalleşme dönemini artırdık ve hızlandırdık bence insanlar hep daha basit ve kolay olduğu için yani evimizde oturup bir insanla tanışabiliyoruz yani Pandemi’de dijitalleşme arttı.” (Zeynep, Yüksek Lisans, İşsiz, 26).

Kenan o dönemde yapacak bir şey olmadığını, canlı konsere katıldığını ve bunun güzel bir şey olduğunu belirtmiştir:

“Bana göre tatsız tuzsuz ama yapacak başka çare yoktu o yüzden mantıklı. Canlı konser mesela. Aşırı mantıklı bir şey. Bir de sanatçı birebir sizinle ilgileniyormuş gibi olduğu için mesela ben bir kere şahit oldum Teoman’ın konserine katıldım o zaman çok iyiydi mesela sanki sadece sana söylüyormuş gibiydi güzeldi” (Kenan, Lisans, Kendi işi, 26).

Elif Covid-19 Pandemisi’nde evlerde bulunduğu için yoğunluğun sosyal medyaya kaydığını, bu durumun da sosyal medyayı bir mekân tasarısına dönüştürdüğünü ifade etmiştir: “Evet Pandemi’de falan evlere tıkıldığımız için biraz yoğunluk sosyal medya üzerine falan kaydığı için bu da sosyal medyanın bir mekân tasarısı haline dönüşmesini sağlamıştır diye düşünüyorum” (Elif, Lisans, Memur, 25).

Esra Covid-19 Pandemisi’nde dijitalleşmenin faydalarını gördüğünü, bu dijitalleşmeyle mekân algısında değişiklikler olduğunu, bu süreçte bulunulan tek fiziksel mekânın ev olduğu ama dijitalleşme sayesinde yeni yerler keşfedildiğini belirtmiştir:

“Pandemi döneminde dijitalleşmenin faydalarını daha fazla kullandığımızı düşünüyorum ben. Bu dijitalleşmeyle birlikte de tabii ki mekân algımızda değişiklikler oldu. Pandemi’de bulunduğumuz tek mekân evimizdi. Ama dijitalleşmenin sayesinde dijital ağlarda vakit

geçirdik orda yeni yeni yerler keşfettik bu bizim için güzel bir şey oldu”
(Esra, Lise, Tezgahtar, 20).

Tarık Covid-19 Pandemisi’nin dijital mekân kullanımındaki değişikliğin en çok Twitter’da olduğunu, insanlar artık bir ortak mekânda görüşemedikleri için Twitter’da sohbet odalarında bir araya geldiğini, tanınan insanların bu sosyal medya platformu üzerinden sohbet odaları açıp diğer insanlarla iletişim kurduğunu, Instagram’da da SMA hastaları için sürekli canlı yayınlar açıldığını söylemiştir. Sanal ortamda bir araya gelmek için kullanılan bir dijital sistemin, bir yapının duvarlarla ayrılmış bir bölmesinin adı olan “oda” kelimesiyle tanımlandığından bahseden ilk katılımcı Tarık olmuştur:

“Özellikle Twitter’da sohbet odaları filan, her akşam oluyor artık insanlar gidip bir ortak mekânda görüşmek yerine Pandemi’den ötürü sohbet odalarından konuşuyorlar. Ya da bir televizyonda artık tartışma programlarının yerine özellikle bazı önemli insanlar Twitter üzerinden sohbet odası açıp tartışmaya giriyorlar yani bence bu şekilde oldu özellikle bu Instagram’a değil de Twitter’da oldu. Genelde Instagram’da bu acil durumlarda toplanmak için kullanıyorlar. Bu SMA hastaları falan...” (Tarık, Lisans, Öğretmen, 35).

Aslı Covid-19 Pandemisi’nde artık eskisi gibi arkadaşlarıyla belirli mekânlarda buluşamayacağını sanmış, mekânların insanlar için artık tehlikeli bir boyuta geldiğini ve bu sürecin geri dönüşü olmadığını düşündüğünü ifade etmiştir:

“Ben artık örneğin arkadaşlarımla görüştüğüm mekân olarak mesela kafelerin artık geride kaldığını düşünüyordum hani herkes böyle uzaktan telefon üzerinden sadece görüşebilecek. Belki fiziksel anlamda atıyorum sokakta falan ayaküstü bir şekilde görüşebileceğini çünkü hani Pandemi’nin olumsuz etkilerinden dolayı bu şekilde düşünüyordum hani mekânların insanlar için artık tehlikeli bir boyuta geldiğini düşünüyordum” (Aslı, Lise, Öğrenci, 21).

Canan Covid-19 Pandemisi döneminde sosyal medya kullanımının öncesine göre artmadığını, sadece WhatsApp kullanımının arttığını ifade etmiştir:

“Bence insanlar ne yapmak istiyorsa her şekilde gösteriyor Pandemi’nin çok etkili olduğunu düşünmüyorum ben bu sosyal medya kullanımında. Sadece bu WhatsApp’ta görüntülü görüşmeler, konuşmalar, konferans görüşmeleri hani bunun için arttığını düşünüyorum ama diğer şekilde paylaşımların arttığını düşünmüyorum.” (Canan, Lisans, İşsiz, 30).

Sonuç olarak genel olarak katılımcılar Covid-19 Pandemisi’nde sosyal medya kullanımının arttığını ve bu artışın o dönemde evde kaldıkları için sosyal medyaya daha fazla giriş yaptıklarını söylemişlerdir. Bu artışın nedenini de kapanma dönemlerinde fiziksel olarak sınırlı bir mekâdayken sınırsız bir mekânda gezindiklerini, yeni yerler keşfettiklerini, yeni insanlar tanıdıklarını, canlı konserlere katıldıklarını söylemişlerdir.

Covid-19 Pandemisi’nde dijitalleşmenin, mekânın dijital dönüşümünün hızlandığını belirtmişlerdir. Bu dönüşümde de sosyal medyanın bir mekân tasarısı haline geldiğini belirtmişlerdir. Bu değişimin sosyal medya platformu olarak en çok Twitter’da olduğunu, gerçek mekânlardan Twitter’da oluşan sohbet odalara geçiş olduğunu belirtmişlerdir. Bunun dışında Pandemi döneminde bir korku da oluşmuştur. Artık gerçek mekânlarda görüşme yapılamayacağını, sadece kısa süreli dışarı çıkmalar, görüşmeler yapılacağını düşünmüşlerdir.

Atipik olarak bu ortak tespitlerin dışında Pandemi döneminde sosyal medya kullanımının artmadığını düşünenler de olmuştur. Ancak bu katılımcı da sosyal medya olmasa da yeni kuşak dijital iletişim araçlarından biri olan WhatsApp kullanımının arttığını belirten ifadeler kullanarak dijitalleşmenin artışını kendi açısından aktarmıştır.

1.3. Dijitalleşme Algısı: “*Bu araştırmayı dijitalleşme sayesinde öğrendim...*”

Dijitalleşme ile mekân algısı ve anlamlandırmasının geçirdiği değişimi tespit amacıyla kurgulanan araştırmanın bu bölümünde katılımcılar için dijitalleşmenin ne anlama geldiği, dijitalleşme denildiğinde akıllarına nelerin geldiğini, dijitalleşmenin onlar için neler çağrıştırdığı incelenmiştir. Katılımcılar dijitalleşme ile ilgili görüşlerini çok farklı açılardan değerlendirmiştir. Görece yeni bir kavram olan dijitalleşmenin tanımlanmasında güçlük çekildiği gözlemlenmiştir. Dijitalleşmenin akıllı telefonlar üzerinden ifade edilmesi, teknoloji ve dijitalleşmeyi bağdaştırmaları bu görüşlerin arasındadır. Bunların dışında dijitalleşme olumlu ve olumsuz olarak da değerlendirilmiş, olumsuz etkilerinin dijitalleşmenin insanları tembelleştirdiğini, denetim altında tuttuğunu, olumlu etkilerinin ise bilgiye hızlı ulaşım olduğunu, zamanın iyi değerlendirildiğini belirtmişlerdir.

Mehmet, dijitalleşmeye olumlu yaklaştığını, dijitalleşmenin çok kapsamlı bir kavram olduğunu, hatta bu araştırmayı dijitalleşme sayesinde öğrendiğini, birçok bilgiye anında erişim sağlandığını ve bazı dijital platformların insanların mekân kullanımlarını nasıl etkilediğini açıklamıştır:

“Ben dijitalleşmeye hiç olumsuz bakmadım. Ben eşimle internetten tanıştım ve biz internetten tanıştığımızda 2005 yılıydı yani Twitter yoktu, Instagram yoktu, Facebook yoktu. Hayatımızda hiçbir şey yoktu. Dolayısıyla ben dijitalleşmeyi kötüleyemem. Ben hayatımı onun üzerinden kurmuşum ama bu dijitalleşme dediğimiz şey o kadar kapsamlı ki yani mesela bu telefonu nasıl kullanırsan o işine yarar dijitalleşme dediğimiz böyle bir şey. Sizinle kurduğum bu iletişim dijitalleşme sayesinde var mesela. Hatta ben sizin bu araştırmayı yürüttüğünüzü de yine dijitalleşmenin sayesinde öğrendim. Dolayısıyla ben genelde olumlu yönlerinden bakmaktayım. Örneğin bir şeyi ansiklopediden bulmakla Wikipedia’da bulmak arasında pratik olarak müthiş fark var bütün makalelere neredeyse legal ya da illegal bir şekilde erişebiliyoruz. Mesela sinemaya gidenlerin oranları neden düşüyor çünkü Netflix diye bir şey çıktı ya da Amazon çıktı ve artık evde izlemek istiyoruz çünkü çok uygun yani sinemada bir film

izleyeceğimiz paraya belki ayda bir sürü film izleyebiliyorsunuz dijitalleşme bunlara yaradı” (Mehmet, Yüksek Lisans, Akademisyen, 36).

Selma dijitalleşmeyi teknoloji ile kodladığını ifade ederek dijitalleşme denince aklına teknolojinin günlük yaşamın içerisine girmesi olarak tanımlamıştır ve akıllı kentlerden örnek vermiştir:

“Dijitalleşme denince benim aklıma doğrudan teknoloji geliyor, teknolojiyle dijitalleştirmeyi sanki birbirlerine eş anlamlı şeylermiş gibi kafamda kodlamışım. Dijitalleşme bana daha çok şeyleri hatırlatıyor akıllı kent. Burada mesela Konya’da bir uygulama var. Otobüsün kaç dakika sonra geleceğini görüyorsun ve o saatte oraya gittiğinde doğrudan geliyor böyle şeyler geliyor aklıma dijitalleşme denince teknolojinin günlük yaşamın içerisine girmesi geliyor” (Selma, Lisans, Supervizör, 25).

Esra dijitalleşmenin olumlu ve olumsuz olmak üzere iki yönlü olduğunu belirtmiş olumlu yönünün bilgiye erişimin daha kolay olması olduğunu, olumsuz yönünün ise çocukların telefona bağımlı olmasına sebebiyet verdiğini dile getirmiştir:

“Bu çok ikiye bölünüyor benim için. Ya olumlu yanları çok fazla var. Çünkü eskiden bir ansiklopedide bir şeyleri aramak çok zordu, çok vakit kaybıydı ve çok ağırdı. Gerçekten bir öğrenci için ama şu anda teknolojinin ilerlemesiyle Wikipedia olsun, Google olsun işte başka başka araştırma uygulamaları olsun bunlar sayesinde çok çabuk elde edebiliyoruz. Ama bu dijitalleşmenin kötü yanları da oldu. Mesela sosyal medya sadece araştırma yapan öğrenciler için değil, aynı şekilde başka tür amaçlar için de kullanıldığı için olumsuz etkileri de çok oldu. Çocukların çok küçük yaşta telefonlara bağımlı kalmaları, bütün günlerini onla geçirmeleri, sadece ona bağlı olarak yaşamaları çok çok kötü bir şey oldu” (Esra, Lise, Tezgahtar, 20).

Kenan kendini geleneklerine bağı bir insan olarak tanımlayarak bu tutumunu dijitalleşmeyi tanımlama şeklinin zeminine oturtmuştur. Dijitalleşme için “beni korkutan bir kelime” ifadesini kullanarak uzun vadede insanların dijitalleşme yüzünden robotlaşacağını dile getirmiştir:

“Dijitalleşme beni korkutan bir kelime. İnsanlar robotlaşacakmış gibi yani onun gerçek olduğunu düşünüyorum onun için dijitalleşme kelimesi beni korkutuyor. Birde ben gelenekselci bir insan olduğum için daha da korkutuyor gelenekselciden kastım eski usule alıştığım için, onu bildiğim için işin bu kadar dijitalleşmesi beni şaşırtıyor ve bir yandan da tedirgin ediyor” (Kenan, Lisans, Kendi işi, 26).

Ayşe de Kenan gibi dijitalleşmeyi olumsuz yönden değerlendirip dijitalleşmenin insanları tembelleştirdiğinden bahsetmiştir:

“Bence dijitalleşme konusunda evet bize çok artıları olduğu kadar bizi bence tembelliğe yöneltti. Şöyle ben mesela şunu örnek verebilirim: az önce yemek yemeye gidecektim, yürüyüş yapacaktım aslında bir yere gideceğim. AVM’ye gideyim dedim. O bile mesela tembellik yarattı bende. O an Trendyol yemekten sipariş verdim gibi yani ben aslında dijitalleşmenin artı yönü olduğu kadar eksi yönü daha fazla” (Ayşe, Lisans, İşsiz, 29).

Fazlı dijitalleşmeyi, kendi bakış açısı ile bir yandan özgür hissettiren bir yandan da kuramsal çerçevede de ele alınan bir konu olarak gözetim altında tutan bir yer olarak tanımlamıştır:

“Dijitalleşme denince ben böyle bir alana giriyorum, sanal bir alana giriyormuşum ve istediğim her şey oluyormuş gibi bir izlenim oluşuyor. Bir şeyler hissettiriyor bana istediğimi yapıyormuşum ediyormuşum gibisinden ama sürekli denetim altında. Bir yandan özgür hissettiriyor özgürleştiren, farklı insanlarla bile iletişim kurduran ya da işte ne bileyim benim istediğim bilgiye kolayca ulaşabileceğim

bir yer ama aynı zamanda da beni sürekli gözetleyen, gözetim altında tutan bir yermiş gibi görüyorum” (Fazlı, Yüksek Lisans, Araştırma görevlisi, 27).

Canan dijitalleşmenin zamanın daha iyi değerlendirildiği bir alan olduğundan bahsetmiştir: “Ya ben dijitallikten şu şekilde bahsedeyim. Zaman olarak zamanı daha iyi değerlendirebildiğim bir ortam, daha kısa zamanda daha çok şeyi yaptığım bir ortam” (Canan, Lisans, İşsiz, 30).

Leyla dijitalleşmeyi “her şeyin bir tık kadar uzağımızda olduğu” ifadesiyle aslında dijitalleşme sonrasında ortaya çıkmış bir tanımlama ile açıklamıştır. Bu anlamda zamansal ve mekânsal mesafeleri ortadan kaldıran bir kavram olarak değerlendirmiştir:

“Dijitalleşme bence teknolojinin ilerlemesiyle birlikte hayatımızın her alanında bulunuyor. Dijitalleşmenin etkisiyle her şey bir tık kadar uzağımızda oldu bir tuşa basarak evimizdeki kapı ayarından tutun alışverişe kadar her şey parmağımızın ucunda ve elimizin altında oldu. Dijitalleşmeyle zaman kavramı ortadan kalktı artık her şeye çok kısa sürede ulaşabiliyoruz ister somut ister soyut olsun her şeye yakınız mesela ben öyle düşünüyorum” (Leyla, Lisans, Satış temsilcisi, 26).

Zeynep dijitalleşme hakkında telefonların işlevselliğinden, uçsuz bucaksız bir özgürlük alanı sunduğundan hareketle açıklamalar yapmış ve yine Leyla gibi dijitalleşmeyi dijitalleşme sonrası ortaya çıkmış olan “tek tık ile” ifadesini kullanarak dijitalleşmenin işlerin halledilmesinde ve teknolojinin kullanımında sağladığı kolaylıklardan bahsetmiştir:

“Tabi biz zaten dijitalleşme çocuklarıyız yani dijitalleşme her alanımızda var. En basiti elimizdeki telefonlar, bizim Avrupa üzerindeki bir insanla bile konuşmamıza sebep olabiliyor sağlayabiliyor daha doğrusu. Dijitalleşme o kadar artık hayatımızda ki mesela telefonumuzdan bir kahve makinasını bile harekete

geçirebiliyoruz. Hani benim için ne çağrıştırıyor dersiniz uçsuz bucaksız bir özgürlük gibi bir şey; çünkü her şeye ulaşabiliyoruz. Tek tıkla istediğimizi alabiliyoruz yiyecekten tutun kıyafete kadar” (Zeynep, Yüksek Lisans, İşsiz, 26).

Elif dijitalleşme hakkında dijitalleşmeyi iletişimin eski yöntemleriyle kıyasladığını, telefonların çıkmasıyla haberleşmenin hızlanmasını ve sosyal medyanın etkisi ile dünyanın her yerindeki insanların birbirlerine erişebilir olması tespitiyle küreselleşme olgusunun olumlu bir yanına vurgu yapmıştır.

“Dijitalleşme yani ben genelde dijitalleşmeyi eskiyle kıyaslarım. Önceden mesela haberleşebilmek ya da bir yerden bir yere gitmek sıkıntılı olabiliyordu. Ama şu an mesela telefonun diğer ucunda telefonla dünyanın diğer ucundaki bir insanla iletişime geçebiliyoruz bunda özellikle sosyal medya daha etkili.” (Elif, Lisans, Memur, 25).

Eda dijitalleşme denince aklına telefonlar, teknoloji ve eğitimlerin online olması geldiğini söylemiştir: “Dijitalleşme denince aklıma telefonlar geliyor, teknoloji geliyor, toplantılar geliyor, eğitimlerin bile online olması geliyor” (Eda, Lisans, Satış uzmanı, 25).

Serhat dijitalleşme denince Eda, Elif ve Zeynep gibi telefonda ve onun işlevselliğinden bahsetmiş, görüntülü konuşma uygulamalarından ve internet kaynaklarını kullanmaktan, iletişim ve sosyalleşmenin yanında bilgiye erişimin kolaylaşmasına vurgu yapmıştır:

“Dijitalleşme denince aklıma ilk olarak telefonlar geliyor yani dijitalleşme üzerinden. Çünkü örneğin telefon faturaları, su faturası, elektrik faturası gibi günlük yani günlük derken insanın sıradan hayatında olan ödemeleri bunun üzerinden yapıyor olmasından dolayı. Ya da arkadaşlarımla görüşebilmemi sağlayan Zoom gibi ya da WhatsApp gibi programlar üzerinden iletişimle olan ilişkisi. Bir yandan yani akademik bir alanda olduğum için makale yazımı, kitap bölümü yazarken internetin, bilgisayarın bunu yazarken katkı sağlaması

dolayısıyla interneti bir açık kaynak olarak kullanmak genel olarak bunlar geliyor aklıma” (Serhat, Yüksek Lisans, İşsiz, 34).

Aslı dijitalleşmeyi sınırsız kişi ve yerle iletişim kurulabilen, bilgiye kolay ulaşılabilen bir yer olarak tanımlamış hatta bu tespiti güçlendirmek için duygularından bahsetmiş ve tanımında “büyülü” gibi bir sıfat kullanmayı tercih etmiştir:

“Bana daha sınırsız olmak geliyor sanırım çünkü gerçekten dünyadaki herkesle iletişim kurabilmek bence çok büyüğü bir şey. Ve ben bunun içinde de doğduğum için bana öyle geliyor olabilir. Mesela farklı ülkelerde benim bir sürü arkadaşım var. Bana böyle daha bağlar kurabilmişim hissiyatı veriyor ve şunu da ekleyebilirim bazı şeylere daha kolay ulaşabildiğimi düşünüyorum mesela bir bilgiye olabilir. Bir şey öğrenmek istiyorsam ona hemen ulaşabiliyorum bu herhâlde en çok yapılan şeylerden birisidir” (Aslı, Lise, Öğrenci, 21).

Yavuz dijitalleşme denince dünyanın aslında çok büyük bir yer olmadığından bahsederek uzamsal mesafelere vurgu yapmış ve bütün bilgilerin en kısa sürede ulaşıldığından bahsetmiştir: “Dijitalleşme deyince yani aslında dünyanın çok büyük bir yer olmadığı, artık her şeyin bilinebileceği, bilgilerin, derslerin, kişilerin, şahısların aslında kısacası insanın merak ettiği merak duygusunu en rahat şekilde giderebileceği bir alan aklıma geliyor” (Yavuz, Lisans, Öğretmen, 30).

Sonuç olarak katılımcılar dijitalleşme ile ilgili görüşlerini farklı açılardan belirtmişler. Bu da dijitalleşmenin çok yönlü ve geniş kapsamlı bir kavram olduğunu ortaya koymaktadır. Bu kadar farklı açılardan ele alınmasının yanında yine de ortak birkaç olgu oluşmuştur. Ortaklıklar bilgiye erişimin, insanlar arasındaki iletişimin, gündelik hayata özgü bazı faaliyetlerin kolaylaşması üzerinden sağlanmıştır. Bu vurgu küreselleşmenin olumlu yönüne yapılan bir vurgu olarak kabul edilebilir. Örneğin katılımcıların birkaçı dijitalleşmeyi telefon üzerinden anlatıp örneklemiştir. Dolayısıyla telefonun dijitalleşme ile bağı olduğu ortaya çıkmaktadır. Telefon sayesinde dijitalleşmenin getirmiş olduğu kolaylıkları örneğin fatura ödemeyi veya hızlı haberleşmeyi sağladığını söylemişlerdir.

Telefon dışında dijitalleşme denince akıllara gelen bir diğer kavram dijitalleşmenin sağlayıcısı ve destekçisi olarak teknoloji olmuştur. Dijitalleşme ile teknoloji kavramını kimi zaman eş anlamlı olarak kullanmışlardır. Bazı katılımcıların da belirttiği gibi dijitalleşme ile teknoloji onlara aynı şeyi ifade etmektedir. Dijitalleşme sayesinde teknolojinin günlük yaşamın içine girmesinden söz etmişlerdir. Oysa dijitalleşme ve teknoloji kavramları farklı şeylerdir. Teknoloji insanların ihtiyaçlarına uygun araçların yapılması ve üretilmesi için gerekli olan bilgi ve yetenektir. Dijitalleşme ve teknoloji arasındaki ilişki, ulaşılabilir bilgilerin herhangi bir bilgisayar, akıllı telefon, tablet vb. teknolojik araçlar sayesinde okunabiliyor olmasıdır(Çalışkan ve Mencik, 2015: 258). Bu kavramsal özdeşleştirme dijitalleşme kavramının halen sınırlarının çizilmesi zor bir kavram olduğunu tespit etmemizi sağlamıştır.

Dijitalleşmenin katılımcılar üzerindeki çağrışımlarına bakıldığında da olumlu ve olumsuz olarak belli bir karşıtlık içinde değerlendirdiklerini görmekteyiz. Dijitalleşmeyi olumsuz olarak değerlendirenler dijitalleşmenin bağımlı bir gençlik oluşturduğundan, insanları robotlaştırdığından ve tembelleştirdiğinden ve insanları denetim altında tuttuğundan söz etmişlerdir. Katılımcılarda oluşan dijitalleşme ile ilgili bir diğer bakış açısı da dijitalleşmeyi olumlu değerlendirme ile ilgilidir. Katılımcılar dijitalleşmenin bilgiye erişimdeki hızı ve kolaylığı nasıl etkilediğinden, dijitalleşme sayesinde artık sinema salonlarına değil de evlerinde film izlediklerinden, zaman kavramının ortadan kalkmasından ve zamanı çok iyi değerlendirdiklerinden, dijitalleşme sayesinde her şeyin bir tuş kadar yakınlaşmasından, iletişimi kolaylaştırdığından, artık internetin açık bir kaynak olmasından, dijitalleşmenin sınırsız bir mekân oluşundan ve aslında dünyanın sandığımız kadar büyük olmayıp dijitalleşmenin etkisiyle dünyadaki her bilgiye, olaya, kişiye rahatça ulaşılacağından bahsetmişlerdir.

1.4. Dijitalleşme ve Mekân Arasındaki İlişki: “Sınırsız mekân...”

Dijitalleşme ve mekân arasındaki ilişki hakkında değerlendirmelerin yer aldığı bu bölümünde katılımcılar dijitalleşmenin fiziksel mekân kavramını değiştirip sanal mekân yarattığını, bu iki kavramın insan ilişkilerini etkilediğini, mekân ve

dijitalleşmenin iç içe geçtiğini ve zaman ve mekân kavramının dönüştüğünü ifade etmişlerdir.

Mehmet, dijitalleşme ve mekân arasındaki ilişki hakkında dijitalleşmenin mekânı değiştirdiğini, fiziksel olarak sınırları çizilebilen bir mekânın artık sanal bir mekâna dönüştüğünü ifade etmiştir:

“Mekân dediğimiz şeyin anlamını da değiştirdi tabi dijitalleşme. Ne oldu biz sempozyum için falanca üniversitenin falanca yerine gitmek zorundaydık işte o yok artık buna benzer şeyler oluştu mekânın değişiminde, mekân buna dönüştü. Bir konferans salonu bir Zoom platformuna dönüştü. Haliyle insani ilişkilerimizde de değişiklik oldu. Twitter sohbet odaları mesela bitcoinin gidişatıyla ilgili bir sohbet odasında buluyoruz kendimizi ve tanımadığımız insanlar konuşuyor bir bakıyoruz altı yüz kişi var içerde birisi konuşuyor ötekiler dinliyor bunu gerçek mekânda asla bulamayız yapamayız yani. Dolayısıyla böyle bir yere evrildi sanal mekân” (Mehmet, Yüksek Lisans, Akademisyen, 36).

Ahmet de Mehmet gibi dijitalleşmenin mekânı değiştirdiğini ve farklı bir boyuta taşıyıp sanal mekân kavramını oluşturduğunu ve bu değişim sebebiyle kendisinin artık bu sanal mekânları da artık gerçek mekânlar kadar değerli bulduğunu ifade etmiştir. Bu tespitte dijitalleşme öncesi sadece fiziksel bir alan ile tanımlanan mekân ile sanal mekân arasında değer açısından bir kıyaslama ihtiyacı hissettiği görülmektedir:

“Bence dijitalleşme bilinen mekân kavramını farklı bir boyuta taşıdı. Nasıl farklı bir boyuta taşıdı aslında gerçek bir mekâna ihtiyacımız olmadığını, kendimiz bir sanal mekân yaratıp o mekân üzerinden toplantıları, konuşmaları, bu tarz ilişkileri gerçekleştirebileceğimizi gördük. Dolayısıyla ben artık mekânın böyle canlı fiziksel bir yer olmasından daha çok sosyal bir ağı da mekân olarak görmeye başladım” (Ahmet, Lisans, Öğretmen, 26).

Aslı dijitalleşme ve mekân arasındaki ilişki hakkında günlük hayatın dijitalleşmeye taşındığından, arkadaş çevresini dijitalleşme sayesinde oluşturduğundan bunun da mekânı sınırsız kıldığından söz etmiştir. Bu vurgu yine Harvey’in belirttiği gibi küreselleşmenin olumlu bir yanı olarak dünyanın küçülerek yoğunlaşmasına, iletişim ve bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin iletişimi kolaylaştırmasına odaklanıldığını göstermektedir. (Harvey, 2010: 306).

“Bu mekân algısı değiştiği için aslında bence günlük hayatımızda buraya taşınmaya başladı. Birazcık insanlar birbirleriyle vakit geçirmektense sosyal medyada vakit geçirmeye çalışıyorlar. Özellikle bence benim arkadaş çevrem ya da yaşıtılarım diyebilirim. Ben de tabii ki de öyleyim. Çünkü sosyalleşme olarak onu görüyoruz, oradan daha keyif alabileceğimiz şeyler oluyor. Belki kendimize daha uygun dünyanın her yerinden arkadaş edinebiliriz o mekânlarda. Oturmak yerine, vakit geçirmek yerine gerçekten kendimize daha uygun olan yerde bulabiliyoruz kendimizi sosyal medyayla birlikte ve bu dijitalleşmeyle birlikte oluyor. Çünkü ben mesela şu an buradayım işte yurt odamdayım ama aslında dijitalleşmenin faydası ben aslında her yerde olabilirim, istediğim herkesle konuşabilirim bu da mekânı sınırsız kılıyor. Herkesle konuşamam tabi ama iletişim kurabilme şansım var görebilme ve duyabilme” (Aslı, Lise, Öğrenci, 21).

Yukarıda Aslı dijitalleşme ile arkadaşlık ilişkileri kurduğunu ifade ederken Zeynep de bu açıdan değerlendirip artık insanların gerçek mekânlardan değil de dijital mekânlardan arkadaşlık ilişkileri kurduğunu belirtmiş ve bu ilişkilerin neticesinde insanların fiziksel mekânlarda bir araya gelememe ve birbirleri ile temas kuramamaları anlamında yalnızlaştığını ve uzaklaştığını belirtmiştir:

“Tabi artık insanlar sosyal medya üzerinden tanışıyorlar mesela bir mekândan sosyal medyaya taşındı bu arkadaşlık ilişkileri. Bu şekilde düşündüğümüz zaman aslında yalan bir mekân oldu mesela oradan işte insanlarla tanışıyoruz bu şekilde ne oluyor gerçek alanlardaki insanlardan uzaklaşıyoruz ve yalnızlaşıyoruz. Bir kutu içerisinden kendimize göre birilerini arıyoruz konuşacak, sohbet

edecek. Bence bir yandan kötü, insanları yalnızlaştırdığını düşünüyorum” (Zeynep, Yüksek Lisans, İşsiz, 26).

Serhat da Zeynep gibi mekânların dijitalleşmesinin insanların gerçek sosyal hayata yabancılaştığını, dijitalleşmenin konforuyla insanın daha izole bir yaşam sürdüğünü ve bunu olumsuz değerlendirdiğini söylemiştir. Bu noktada gerçekliğin uzamsallık ile ilişkilendirildiğini ve sanal alanın bu gerçekten daha az gerçek olarak tanımlandığı tespit edilmiş iki mekânsaldık arasında değer farkı tanımlandığı ve bu farkın yabancılaşma kavramı ile desteklendiği tespit edilmiştir:

“Bir ilişki var aralarında bu da insanı giderek kendisine daha da yabancılaşmaya götürüyor diye düşünüyorum. İnsanlar dijital yollarla iletişim sağladığı süre boyunca fiziki mekânlarda bulunma ihtiyacından geri kalıyorlar. Ben bir arkadaşım ile buluşmak istediğimde ya da konuşmak istediğimde işte telefonla sesli olarak ya da görüntülü olarak konuşabiliyorum çünkü bu kolay, hızlı. Bir araya gelebilmemiz hele büyük şehirlerde yaşayanlar için çok daha büyük bir dert işte trafiktir vs. dolayısıyla iletişim bu imkânları getirdiği için insanları birazcık geride tutmuş oluyor. Dolayısıyla bu dijitallik arttıkça daha izole daha kendi kendine bir hayat yaşamaya başlıyor insan. Mesela bir şeye ihtiyacı olduğu zaman işte telefonun ucunda ya da internetin bilgisayarın diğer tarafında hemen işlerini halledebilecek bir mecra var. Bu insanlara kolaylık sağlıyor ama bu da insanın tek başına daha izole bir yaşam içerisinde sıkışmasına neden oluyor dolayısıyla dijitalleşme ve mekân kavramları bende daha olumsuz çağrışımlar uyandırıyor diyebilirim” (Serhat, Yüksek Lisans, İşsiz, 34).

Kemal de mekân ve dijitalleşme arasındaki ilişkiyi olumsuz değerlendirip ve iki kavramın birbiriyle zıt oranda ilerlediğini belirtmiştir. Olumsuzluk “cellat” benzetmesi ile pekiştirilmiştir. Bu olumsuz tespitin temelinde diğer katılımcılardan farklı olarak Kemal’in dijitalleşmenin iş hayatına girmesi ile birlikte iş hayatının özel hayatın sınırlarını ihlal ettiği değerlendirmesi yer almaktadır. Mekânın dijitalleşmesi bu noktada çalışma hayatı ile özel hayat arasındaki sınırların ortadan kalkmasıyla çalışmanın insan hayatının tamamına yayılmasına neden olduğu tespit edilmiştir:

“Birisi birisinin celladı gibi bir şey oldu bence. Özellikle Pandemi döneminde işlerin çoğu online ortama geçti herkes bir başta sevindi tabi herkes şunu atladi: evin kendi içinde bir yaşam düzeni var yani normalde. Fiziksel anlamda bir işteysen sen gidiyorsun, mesaini orda harcıyorsun, bitiyor, eve geliyorsun yani mesaini dışarıda geçiriyorsun ama evde işlerini yaptığın zaman ev içi hayat ile iş hayatı birbirine kapışabiliyor evin düzeniyle işin düzeni bir olmayabiliyor. Şöyle diyeyim cellat demeyeyim de mekân dijitalleşmeyle birbirini etkiliyor ve dönüştürüyor, mekân azalırken dijitalleşme yükseliyor dijitalleşme yükselirken mekânın etkisinin daha az olduğunu görüyoruz” (Kemal. Lisans, E-ticaret, 34).

Selma dijitalleşme ve mekânın doğrudan iç içe geçtiğini söyleyip artık fiziksel mekânlarda kullanılan QR kod sisteminden söz etmiştir:

“Mekân ve dijitalleşme arasındaki ilişki denince benim aklıma direkt şey geldi. Hani böyle restoranlara gittiğimizde menülerin artık katalog şeklinde değil de QR kodla okutmalar geldi. Dijitalleşmeyle mekânın iç içe girdiği yer olarak doğrudan o geldi aklıma” (Selma, Lisans, Supervizör, 25).

Fazlı, mekân ve dijitalleşme arasındaki ilişki hakkında Aslı gibi iç içe geçtiklerini ve iletişim şekillerini etkilediğini belirtmiştir:

“Bu sosyolojik bir realite aslında. Nedir? Paylaşım yapıyoruz gidip sosyal medyadan bu şekilde iletişim kuruyoruz en büyük etkisi iletişim şekillerini etkiledi yani. Örnek veriyorum siz gelip de üniversiteye bizi ziyaret etmediniz. Bakın başlı başına bir sosyal medya üzerinden iletişim kurup tanışmış olduk. Çok fazla insanla bu şekilde tanışmaya başladınız. Bu şekilde dönüştük hani paylaşmak, iletişim, sosyalleşmek dediğimiz şeyi %90 oranında dijitalleştirdi yani. İç içe geçirdi hatta yüz yüze ile dijitaliği. Tamamen dijital de olabiliyor yüz yüze de olabiliyor falan hani böyle biraz bunu karmaşıktırdı gibi geliyor” (Fazlı, Yüksek Lisans, Araştırma görevlisi, 27).

Ayşe, mekân ve dijitalleşme arasındaki ilişki hakkında kendisinin gerçek mekândan kopup dijitalleşmenin etkisiyle oluşturduğu bir dijital mekândan bahsetmiştir ama bunun olumsuz tarafının da olduğunu belirtmiştir:

“Şimdi şöyle mesela eskiden fiziksel ortamda işte bire bir temas kurduğum arkadaşlarımla ders çalışırken, soru vs. sorarken şimdi ise dijitalleşmenin getirdiği konforu kullanarak ben Skype üzerinden kütüphane ortamı oluşturdum. Aslında yani bu bize avantaj mı sağladı evet avantaj sağladı. O an sonuçta ben boş vaktimde ders çalışma isteğim olmayınca arkadaşlarımla vakit geçirdim hani o ortama ayak uydurabilmek çalıştım yani aslında güzel bir şey dijitalleşmenin bize sunduğu faydaları var. Ama olumsuz yönleri de çok şu yönden işte kütüphanede mesela herkes sessiz ortamda ders çalışırken o an Skype üzerinde eve ben bir kütüphane ortamı oluşturmaya çalıştım ve arkadaşlarımla sohbet de ettim kütüphanedeki gibi sessiz kalmadım” (Ayşe, Lisans, İşsiz, 29).

Canan ve Esra mekân ve dijitalleşme arasındaki ilişkiyi aldığı online ders üzerinden açıklamıştır:

“Ben online ders almıştım. Online ders benim için daha iyiydi çünkü zaman olarak zamanımı çok daha iyi değerlendirdim, istediğim vakitte derslere girdim. Evde olduğum için, dışarı çıkmadan hem tasarruf olarak hem zaman olarak daha iyi değerlendirdiğim için online dersi bana çok konforlu gelmiştir. Ben dijitalleşme ile mekânı böyle bağdaştırabilirim” (Canan, Lisans, İşsiz, 30).

“Dijitalleşmeyle birlikte mekân değişti artık çünkü her şeyi işte yüz yüze eğitimde de olsun, kursların eğitimi olsun online oldu. Herkes istediği zaman istediği yerde girebildiği için eskisi gibi belirli bir saatte belirli bir kurumda bulunmak zorunda değiliz ve bu insanların hayatına çok kolaylık sağlamıştır” (Esra, Lise, Tezgahtar, 20).

Dijitalleşmeyle birlikte zaman ve mekân kavramının yok olduğunu söyleyen Leyla, kuramsal çerçevede söz edilen online gezilebilen mekânlardan, ya da fiziksel bir mekân hakkındaki yorumlara dijitalleşme sayesinde ulaşabildiğini ifade etmiştir:

“Bence dijitalleşmeyle bildiğimiz zaman ve mekân kavramı yok oldu yerini başka bir şey aldı. Mesela 360 derece mekânlar var internetten dünyadaki istediğiniz yeri sanki oradaymışsınız gibi gezebiliyorsunuz her köşesini. Ya da bir mekânı merak mı ediyorsunuz hemen orasıyla alakalı milyon tane yazı ve yorum bulabiliyorsunuz ona göre gitmeye karar veriyorsunuz ya da gidecek yer konusunda kararsızsanız yine internette zevkinize uygun mekânları bulabiliyorsunuz bence bunlar çok büyük lüks ve konfor” (Leyla, Lisans, Satış temsilcisi, 26).

Yavuz da Leyla gibi mekânın online bir şekilde gezilebileceğinden fiziksel olarak erişimin uzak olduğu yerlere erişimin saplanabilir hale gelmesinden bahsetmiştir:

“Dijitalleşmeyle beraber aslında mekân kavramını, merak etme kavramını ortadan kalkıyor. Bugün örneğin o Dolmabahçe sarayını ya da Topkapı sarayını sanal alemden de dijitalleşme sayesinde gezebiliyoruz. Aslında insanları bir nevi evinde oturarak gezmesine de sebep olabiliyor” (Yavuz, Lisans, Öğretmen, 30).

Kenan bu iki kavram arasındaki ilişki hakkında bankaları örnek vermiş, dijitalleşmenin bankaların gerçek mekân işleyişini nasıl değiştirdiğinden bahsetmiştir:

“Benim örnek vereceğim tek yer mesela bankalar. Bankalar dijitalleşme yolunda baya ilerlediler artık şubeye gitmeden işlem yapabiliyorsun aslında bu beni korkutuyor çünkü aksi bir durum olunca danışacağın biri yok mesela robot sonuçta. Onun dışında mesela uygulamada görüntülü konuşabiliyoruz para çekmek için. Artık ATM’ye dokunmuyorsun bile bu konularda iyi bir şey” (Kenan, Lisans, Kendi işi, 26).

Elif dijitalleşme ve mekân arasındaki ilişki hakkında bir filmi gerçek bir mekân olarak sinema salonlarından değil de bir sosyal medya platformu üzerinden izlenebildiği örneğini vermiştir:

“Şöyle bir şey söyleyebilirim Instagram’da mesela görüntülü konuşma esnasında arkadaşınla bir şeyler izleyebiliyorsunuz hani bunu bir mekân olarak gösterebilirim. Yani şöyle bir filmi sinemaya gitmeden herkes kendi evinde ama aynı anda arkadaşınla izleyebilirsiniz. Bu şekilde olunca ortak mekânda bulunmasak da ortak şeyleri paylaşabiliyoruz” (Elif, Lisans, Memur, 25).

Tarık bu ilişkinin ekonomik ve fiziksel boyutu olduğunu, artık mekân tasarımlarının dönüştüğünü, mobilyalara teknolojik aletlerin bağlanabilmesi için girişler yapıldığını söylemiştir:

“Şöyle ki bu işin bence birkaç boyutu var. Birisi ekonomik boyutu yani bir toplantı organize etmeniz için bir ofis, bir mekân kiralamanız ekonomik anlamda size daha fazla külfet sağlayacaktır ama aynı toplantıyı bir sosyal ortamda rahatlıkla sağlayabilirsiniz. İkinci boyutu ekonomik değil fiziksel olarak da yani çıkıp aracınızı kullanıp trafiğe takılıp bir toplantıya gitmek oradaki mekânda yorulmak filan aynı işi masa başınızdan sosyal ağda halledebilirsiniz. Tabi mekânların da buna bir dönüşümü oldu artık ofis mobilyalarında ya da masalarda şunu fark ediyoruz. Artık her masada teknolojik bağlantıların kurulabileceği, teknolojik aletlerin kullanılabileceği girişler bunlar bir mecburi hale geldi. Çünkü biz dijitalleştik, işlerimiz dijitalleşti bundan dolayı mekânlar da buna göre tasarımı değişmeye başladı” (Tarık, Lisans, Öğretmen, 35).

Sonuç itibarıyla bakıldığında dijitalleşme ve mekân arasındaki ilişki hakkında katılımcıların birkaç noktaya değindiklerini görülmüştür. Bu noktalardan ilki, dijitalleşmenin fiziksel mekân kavramını değiştirip sanal bir mekân yarattığıdır. İnsanlar artık gerçek mekânlarda görüşmeyi, toplanmayı, işlerini halletmeyi bırakıp bir dijital platform üzerinden daha hızlı ve rahat bir şekilde bu ihtiyaçlarını

gidermektedir. Fiziksel mekânlarda bir araya gelemeyecek bir topluluk, dijital mekânda çok rahat bir şekilde bir araya gelmektedir. Bu insanlar arası etkileşimin yerinin belli bir uzamsallık ile tanımlanamayacak kadar genişlediğini göstermektedir.

Katılımcıların belirttikleri bir diğer ortak fikir ise mekân ve dijitalleşme arasındaki ilişkinin insani ilişkileri değiştirdiği üzerinedir. İnsanlar artık fiziksel mekânlarda değil dijital mekânlarda ortak zevklere sahip, kendi düşünce yapısını göre birini tanıyor, arkadaş oluyor hatta evleniyordur. Bu duruma hem olumlu hem olumsuz taraftan bakılmıştır. Olumlu yönünün bir sosyal medya platformu üzerinden tanışıp kendisine uygun olan ve arkadaşlık ilişkisi kurulan kişinin varlığının, fiziksel mekânlarda kendilerine uymasa bile mecburi olarak aynı ortamı paylaştıkları kişilerin varlığından daha iyi olduğu söylenmiştir. Olumsuz yönünün ise insanların bu sanal mekânlarda kurdukları ilişkinin gerçek hayatta hiçbir değeri olmadığı yönündedir. Bu şekilde kurulan iletişimin insanı yalnızlaştırdığı ve yabancılaştırdığı düşünülmüştür. Bu tespit dijitalleşmenin olumlu ve olumsuz yönlerinin onlara verilen değer üzerinden tanımlandığını göstermektedir. Bu değer eski mekân kavrayışının ürettiği sosyalleşme biçimlerinin, ortaya çıkmasını sağladığı iletişim türlerinin yeni sanal mekâna göre olumlandığını ortaya koymaktadır.

Dijitalleşme ve mekân arasındaki ilişki hakkında söylenen bir diğer şey iki kavramın iç içe geçtiğidir. Artık mekân ve dijitalleşme birbirinden ayrılamaz hale gelmiştir. Buna verilen örnek ise fiziksel mekânlarda artık dijitalleşmenin etkisiyle menüler yazılı olarak değil bir QR kod sistemi ile telefonlarına gelmektedir. Bu değişim mekân ile dijitalleşme arasındaki ilişkiyi rahat bir şekilde gözler önüne sermektedir.

Diğer bir yandan özellikle Covid-19 Pandemisi'nin de etkisiyle fiziksel mekânların online mekânlara dönmüş olmasıdır. Katılımcılar mekân ve dijitalleşme arasındaki ilişki hakkında Covid-19 Pandemisi okullarının ya da kurslarının online ders olarak değiştiklerini ifade etmişlerdir. Bu değişim ile yüz yüze eğitim uzaktan eğitime dönüşmüştür ve bu dönüşüm dijitalleşme sayesinde olmuştur. Bu dönüşüm katılımcılara göre insanlara kolaylık sağlamış ve aynı zamanda mekân algısı ve tanımının dijitalleşme ile kazanacağı yeni anlamların hızlı bir şekilde ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Mekân ile dijitalleşme arasındaki ilişki hakkında değinilen bir diğer önemli husus zaman ve mekân kavramını ortadan kaldırdığını yönündedir. Giddens'in modernliğin 3 temel kaynağından biri olarak bahsettiği "sınırsız bir ölçekte zaman-uzam uzaklaşmasının bir koşuludur; zaman ve uzamın kesin biçimde dilimlenmesinin yollarını" (Giddens, 1994: 22-25) zaman ve uzamın ayrılmasının küreselleşme ile birlikte zaman/mekân "sıkışması"na dönüşmesi tespitine benzer bir vurgu tespit edilmiştir. Artık zaman ve mekân kavramının anlamı değişmiştir. Örneğin insanlar artık internetten online bir şekilde, merak edilen, dünyanın öbür ucundaki bir yere ulaşabilmektedir. Bu da aslında insanların fiziksel mekânda bulunurken bir dijital mekân yardımıyla birden fazla ve aynı anda yer görmesini ve gezmesini sağlamaktadır.

Mekân ve dijitalleşme arasındaki ilişki hakkında örnek verilen bir diğer nokta bankalar olmuştur. İnsanlar artık bankaya gitmeden birçok işini cep telefonu yardımıyla halledebilmektedir. Kuramsal çerçevede de ele alındığı gibi, Appadurai'nin küresel kültürel akışın 5 boyutundan biri olarak tanımladığı finans-mekânına (finanscapes) benzer bir tanımlama yapmıştır. (Appadurai, 1999: 222-224) Bu kolaylık da küresel döneme özgü bir değişim olarak dijitalleşme sayesinde olmuştur. Verilen bir başka örnek ise fiziksel mekânlar için üretilmiş eşyaların üzerinde artık dijital aygıtların kullanabilmesi için birtakım girişler, bağlantılar bulunmasıdır. Dijitalleşme bilinen mekân pratiklerimizi de etkilemektedir.

1.5. Dijitalleşmenin Gelişimi ve Mekânın Dönüşümü: “Jest, mimik, duygular...”

Araştırmanın bu bölümünde katılımcılara yöneltilen “Dijitalleşmenin gelişimi ve mekânın dönüşümü ile dijital mekânlar fiziksel mekânlara benziyor mu” sorusunun cevapları üzerinde yoğunlaşmıştır. Katılımcılardan biri hariç hepsi dijital mekânların fiziksel mekânlara benzemediğini belirtmişlerdir.

Aslı dijitalleşmenin artmasıyla gerçek mekânların yerini dijital mekânların almasının benzer olmadığını, iletişim açısından benzer ama jest ve mimikler açısından daha farklı olduğunu söylemiştir:

“Bence çok benzemiyor yani elbette iletişim kurmak açısından benziyor ama bence fiziksellik iletişime farklı bir anlamda katıyor diye düşünüyorum jestler, mimikler. Şu an mesela görüntülü konuşuyoruz ama karşılıklı olduğumuzda bence her şey daha farklı olabilirdi” (Aslı, Lise, Öğrenci, 21).

Ayşe dijital mekânların fiziksel mekânların verdiği tadı vermediğini, temas kurmak gibi olmadığını belirterek olumsuz bir yanı öne çıkarmıştır:

“Bence fiziksel mekânın verdiği tadı vermiyor. Sebebini de söyleyeyim: diyelim ki ben Instagram üzerinden yeğenimi görmek istedim o an yeğenimi aradım işte güldük eğlendik hareketler yaptı. Ama sonuçta ben mesela fiziksel temasta bulunduğum an, yüz yüze denk geldiğim zaman ben o yeğenimi ne bileyim şöyle örnek vereyim yanaklarını mıcıklayabilirim, sevebilirim ama internet üzerinden işte ne kadar hani temas kurabiliriz ya da ne kadar sevgi bağı oluşturabiliriz.” (Ayşe, Lisans, İşsiz, 29).

Fazlı dijital mekânların fiziksel mekânlara benzemediğini, insanların dijital mekânlarda bazı şeyleri söyleme hakkını daha rahat kendinde bulduğunu ifade etmiştir:

“Hayır, kesinlikle benzemiyor neden benzemiyor diye sorarsanız çok daha rahat bazı şeyleri söyleme hakkı buluyor kendinde. Ne bileyim. Birine hakaret etme, birinin üzerine gitmek yani selam, naber, nasılsın böyle direkt o şeyleri direkt söylüyorlar tırnak içerisinde söyleyeyim insanları taciz edebiliyorlar, su istimal edebiliyorlar bu kadınlara daha çok yapılıyor özellikle sosyal medya dediğimiz yerde böyle etkileri olduğunu düşünüyorum ben” (Fazlı, Yüksek Lisans, Araştırma Görevlisi, 27).

Samet dijital mekânların fiziksel mekânlara benzemediğini söylemiştir ve insanların dijital mekânlarda daha rahat konuşabildiğinden söz etmiştir fakat Fazlı’nın aksine bunu olumlu bir şey olarak ifade etmiştir:

“Benzemiyor ama fiziksel mekânlardan daha iyi bence çünkü yüz yüze gelmediği zaman insanlar biraz daha rahat olabiliyor, rahat konuşabiliyorlar. Mesela Twitter sohbet odalarında konuşma hakkı alıp her konuda rahatça konuşanlar normal fiziksel mekânlarda kendilerini geriye atabilirler, kendilerini belki rahatça ifade edemezler ama sosyal medyada çok daha rahat ifade edebiliyorlar bu açıdan onlar için güzel bir şey” (Samet, Lisans, Kendi işi, 48).

Zeynep de dijital mekânların fiziksel mekânlara benzemediğini, dijital mekânlarda daha cesur davranılıp insanlara sataşılabilindiğinden hatta kendini gizleyerek bu saldırının şiddetlendirilebildiğinden bahsetmiştir:

“Bence fiziksel mekânlara hiçbir şekilde benzemiyor. Çünkü gerçek hayattan daha cesuruz bence sosyal medya üzerinde. Anonim bir hesap oluşturabiliyoruz ve insanlara sataşabiliyoruz, rahatsız edebiliyoruz bunu kendi açımdan demiyorum genel konuşuyorum. Gidip mesela bir ünlünün hesabının altına bile en basiti nefretimizi kusabiliyoruz ya da bir arkadaşımıza bile bunu yapıyoruz fake hesap açıyoruz giriyoruz. Sohbet odalarında da aynı şekilde gerçek kimliğimizi gizleyebiliyoruz ve hiçbir şekilde gerçek hayata benzemiyor çünkü gerçek hayatta karşı karşıya gelsek bu şekilde davranmayacak insanlar orda bize nefretini kusabiliyor” (Zeynep, Yüksek Lisans, İşsiz, 26).

Leyla dijital mekânların fiziksel mekânlara benzemediğini ama iki mekânın da olması gerektiğini, iki mekânın da insanın farklı duyularına hitap ettiğini belirtmiştir. (Katılımcı yanıtında duygu kelimesini kullanmıştır ancak görme işitme dokunma örneklerini verdiği için aslında tespiti duyulara hitap etmektedir.):

“Tabii ki benzemiyor ama bu benzersizliği kötü olarak yorumlayamam ikisinin de tadı başka, ikisinin de olması gerekiyor sosyal varlıklarız çünkü. Ama tabi fiziksel mekân duyguları daha iyi ifade edebilmek için ve karşındakini da daha iyi anlayabilmek, dokunarak varlığını hissederek iletişim kurmak için birebir. Diğeri daha

çok diğerk duyğularımızı etkiliyor yani bir bağ kurmaya gerek yok orda daha soğuk bir iletişim. Ben böyle düşünüyorum” (Leyla, Lisans, Satış temsilcisi, 26).

Eda da Leyla’nın cevabına benzer bir cevap vererek dijital mekân ile fiziksel mekânın yerine göre birbirine benzeyip benzemediğini, ikisinin de bambaşka duygular taşıdığını söylemiştir:

“Yerine göre benziyor yerine göre benzemiyor çünkü yüz yüze olmak ayrı birbiriyle temas edebilmek çok ayrı. Online’in verdiği zevk bambaşka online’da örnek veriyorum ekran paylaşabiliyoruz, birlikte oyun oynayabiliyoruz, birlikte sohbet edebiliyoruz ama yüz yüze geldiğimizde de yan yana tatlı yemek, kahve içmek, yemek yemek, piknik yapmak, bir sahilde yürümek bambaşka ikisinin de çok farklı zevkleri var” (Eda, Lisans, Satış uzmanı, 25).

Dilek dijital mekânları fiziksel mekânlara benzetmediğini, artık bu mekânlar yüzünden insanların kendilerine özenmeyi bıraktığını belirtmiştir:

“Bence kesinlikle benzemiyor çünkü bir yere gittiğiniz zaman kendinize özen gösteriyorsunuz. Rujunuzu sürüyorsunuz, güzel giyiniyorsunuz... ne biliyim hani bir kendinize özen gösteriyorsunuz, o toplum içine çıkıyorsunuz ama evde oturup mesela çok toplantı yapıyoruz arkadaşlarımın birçoğu mesela “WhatsApp üzerinden yaptığımız toplantılarda altımda eşofman vardı” diyor işte ben o zaman üzülüyorum yani insanlar kendilerine özen göstermeyi bıraktılar dijitalleşmenin verdiği rahatlıkta” (Dilek, Yüksek Lisans, Memur emeklisi, 64).

Elif dijital mekânların fiziksel mekânlara benzemediğini sanal dünyada ekrana sığan küçük görüntünün ekrana sığmayan kısmı sakladığını ve aslında perde arkasını bilemediğimizi dile getirmiş ve bunu özellikle dijitalleşme ile ortaya çıkan yeni iş türleri üzerinden örneklendirmiştir:

“Ben benzediğini çok düşünmüyorum açıkçası yani şöyle örnek veririm mesela bir sürü sosyal medya fenomeni var mesela ya da influencerlar, bloggerlar onlar mesela canlı yayınlarda ya da atıyorum storylerinde çok böyle mutlu, güzel bir hayat yaşıyorlarmış gibi gösteriyorlar ama aslında neler yaşandığını tabii ki bilemiyoruz” (Elif, Lisans, Memur, 25).

Serhat da dijital mekânların fiziksel mekânlara benzemediğini, çünkü ikisinde kurulan iletişimin bir olmadığını, dijital ortamda kesintiler olması sebebiyle tek taraflı bir iletişim olduğunu söylemiştir:

“Fiziksel mekânlara benzemiyor çünkü insanların fiziksel mekânda bir araya gelip konuşmaları ile dijital bir ortam aracılığıyla buluşması aynı değil. İletişim de değil aynı zamanda tam olarak. Mesela ben ders dönemime Pandemi zamanında denk geldim derslerimizi Zoom gibi programlar aracılığıyla yaptık. Tabi dijital ortamların internet, elektrik problemlerinden kaynaklı derslerde işte kopmalar, sesin gelmemesi, gibi sıkıntılar yaşandı. Bunu aynı ortamdayken ‘pardon dediğini duyamadım tekrar eder misiniz’ demek daha kolayken dijital ortamlarda bu o kadar kolay değil bir süre sonra belki insanlarda bıkkınlık haline getireceği için tekrardan sormaktan çekiniyor. İnsanların sormaktan çekindiği ya da söyleyemediği şey de iletişime dâhil değil bu bir iletişim olmuyor ya da tek taraflı bir iletişim tek taraflı bir iletişim de koca bir soru işareti” (Serhat, Yüksek Lisans, İşsiz, 34).

Yavuz da dijital mekânların fiziksel mekânlara benzemediğini, benzeyebilmesi için birden fazla birbirini tanımayan insanın aynı anda aynı mekânda olması gerektiğini fakat bunun mümkün olamayacağını söylemiştir:

“Kesinlikle benzemiyor çünkü aynı dijital ortamdaki gibi mekânı fiziksel mekânda yaratabilmek için birden fazla birbirinden habersiz insanın da o alanda olması gerekiyor ama böyle bir teknolojiye

daha varamadığımız için çok farklı bence ikisi” (Yavuz, Lisans, Öğretmen, 30).

Mehmet de dijital mekânların fiziksel mekânlara benzemediğini ama aynı işlevi görmesi bakımından arasında benzerlik olduğunu ifade etmiş bir anlamda mekânın belirleyiciliğinden sıyrılıp onu işleve indirgemıştır:

“Yani fiziksel mekânlara fiziksel olarak benzemiyor bambaşka bir şey en azından kullanım biçimi olarak farklı alanlar ama aynı işlevi görebiliyor. Bu aynı işlevi görebilme durumundan ötürü de bir benzerlik var aralarında” (Mehmet, Yüksek Lisans, Akademisyen, 36).

Canan dijital mekânların fiziksel mekânlara benzediğini, istediği zaman dijital mekânlarda ailesiyle görüşebildiği için dijital mekânların kendisi için çok önemli olduğunu belirtmiştir:

“Çok fark olduğunu söyleyemem yani mesela ben kendi ailem için söyleyeyim ailem uzakta bu dijital görüntülü konuşmalar falan çıktıktan sonra ben ailemi daha az özleyorum, her şekilde görebiliyorum. Her istediğim saatte konuşma yapabildiğim için hani özlem olarak daha az. Tabii ki yan yana bulunduğumda çok iyi oluyor ama her istediğim vakitte yan yana bulunamayacağım halde dijital ortamlarda bulunduğum için benim için çok büyük bir artı” (Canan, Lisans, İşsiz, 30).

Sonuç olarak katılımcıların hemen hemen hepsi fiziksel mekânlar ile dijital mekânların birbirine benzemediğini ifade etmişlerdir. Buna sebep olarak dijital mekânlarda jest ve mimiklerin iyi belli olmamasını, his ve duyguların iyi iletilmemesini yani beş duyumuz yardımı ile anlamlandırdığımız birçok unsurun araya dijital araçlar girdiğinde olumsuz anlamda eksildiğini göstermişlerdir.

Sözlü iletişimin fiziksel mekâna özgü kurallarının dijital mekânda değiştiği de başka bir tespittir. Gerçek hayatta yüz yüze iletişimde yapılamayacak hareketlerin, söylenmeyecek sözlerin dijital ortamda çok daha rahat bir şekilde sarf edildiği

söylemişlerdir. Bu fiziksel mesafenin ortaya çıkmasıyla mekânın insanlar arası iletişimde yarattığı denetleme gücünün de ortadan kalktığı anlamına gelmektedir.

Bunun yanında insanların dijital mekânlarda zaman geçirmesiyle birlikte kendilerine gösterdikleri özenin de yok olduğunu dile getirmişlerdir. İnsanların görüntüleri dijital alanda yer alan ekran büyüklüğü ile sınırlandırıldığını, geri kalan alanlara özenin ortadan kalktığı tespit edilmiştir.

Dijital mekânlar ile fiziksel mekânların birbirine benzememesinin bir başka nedeni dijital mekânlarda teknik ihtiyaçlardan kaynaklandığı görülmektedir. Dijital mekânın varlığını sürdürmesi ancak internet sağlayıcısının devamlılığını sağlayacak teknik ve ekonomik koşullara bağlı olduğu tespit edilmiştir. İnternet servisinin yeterliliği ile ilgili sorunlardan dolayı iletişim kesintisi olabileceği durumlarda internet kesintisiyle birlikte o mekânda karşılıklı bir iletişim fiziksel mekândan farklı olarak kurmanın imkânsız olduğundan bahsetmişlerdir.

Son olarak da dijital mekân ve fiziksel mekânın birbirine benzememesini insanların dijital mekânlarda kendilerini olmadığı gibi tanıttıklarına, sosyal ekonomik ve psikolojik gereklikten uzak kendileri tarafından kurgulanmış hayat yaşadıklarına bağlamışlardır.

Dijital mekân ile fiziksel mekânın birbirine benzemediğini fakat daha iyi olduğunu savunanlar insanların kendilerini daha rahat ifade edebildiklerini, zaman ve mekân kavramını ortadan kaldırdığını ifade etmişlerdir. Bu tespit en genel anlamıyla küreselleşmenin olumlu bir sonucu olarak dünyanın her yerinden insanların birbirleri ile sosyal, siyasal, kültürel ve ekonomik anlamda ortaklaşabildikleri bir yeni mekân yarattığı tespit edilmiştir.

2. AİLE HAYATINDA MEKÂN VE DİJİTALLEŞME

Araştırma bulgularının değerlendirilmesinde ikinci ana başlık katılımcıların aile hayatındaki mekân ve dijitalleşme pratiklerinin ele alındığı tespitlerden oluşmaktadır. Mekân ve dijitalleşme kavramlarının tanımlanması katılımcıların aile ile ilişkilendirdikleri birçok açıklamayı da beraberinde getirmiştir. Bu çerçevede katılımcılara ilk olarak aile hayatı ve mekân arasındaki ilişki hakkında sorular

sorulmuştur. İkinci olarak katılımcıların ev içinde en sevdikleri yer sorulmuş, bunun ile alakalı yanıtlar değerlendirilmiştir. Üçüncü olarak da tüm aile fertleri evdeyken hep birlikte evde vakit geçirdikleri yer sorulmuştur. Son olarak katılımcıların dışardayken/evde değilken aileleri ile kurdukları iletişim şekillerine bakılmıştır. Bu çerçevede verilen cevaplar mekân ve dijitalleşme ilişkisinin değerlendirilmesine imkân vermiştir.

2.1. Aile Hayatı ve Mekân: “Aile mekânı evimizdir...”

Bu bölümde katılımcıların aile hayatına ilişkin bulguları ve aile ile mekân arasındaki ilişki hakkındaki görüşleri incelenecektir. Katılımcıların aile ve mekân arasındaki ilişki hakkındaki görüşlerinden yola çıkılarak ortak fikirlere ulaşılmıştır. Bu fikirlerden biri soyut bağlar olmuştur. Katılımcılar ev mekân arasındaki ilişkiyi soyut bağlar üzerinden kurmuştur. Bir diğer görüş ise somut tanımlardan oluşmaktadır. Katılımcılar bu ilişkiyi somut tanımlar üzerinden kurmuştur. Ayrıca ev-mekân ilişkisinde nostaljik bir vurgu olduğu da gözlenmiştir.

Aile ile ilgili niteliksel değerlendirmeye geçmeden önce araştırmanın ilk bölümünde yer alan demografik verilerin toplandığı soruların yardımıyla katılımcıların aile yapılarına dair nicel verilerin sıralanması katılımcıların yorumlarının çözümlenmesinde faydalı olmuştur. Bu nedenle aile ve mekân ilişkisinin değerlendirildiği bu bölüme katılımcıların aile yapılarına ilişkin nicel verilerin kısa sunumu ile giriş yapılmıştır.

Katılımcıların altısı evli on dördü bekârdır. Evli olanların birinin çocuğu yoktur, iki kişinin birer tane çocuğu vardır, iki kişinin ikişer tane çocukları vardır ve son olarak bir kişinin de üç tane çocuğu vardır. Katılımcıların ikisi evde tek yaşamakta, bir kişi evde eşiyile birlikte iki kişi yaşamakta, sekiz kişi evde üç kişi yaşamakta, beş kişi dört kişi olarak yaşamakta, üç kişi beş kişi olarak evde yaşamakta, bir kişi de evde altı kişi yaşamaktadır. Bütün katılımcıların biri hariç hepsinin kendilerine ait odaları vardır. Biri de yurttan kaldığından yurt odasını iki kişiyle daha paylaşmaktadır ama kendi ailesinin evinde kendisine ait odası vardır. Görüşmecilerin bir tanesi yurttan, iki tanesi müstakil bir evde, üç kişi sitede ve on dört kişi de apartmanda ikamet etmektedir.

Bekâr olan ve normalde anne ve babasıyla birlikte yaşayan ama şu an okul sebebiyle yurttan kalan Aslı, aile ve mekân arasındaki ilişkiyi düşününce aklına ev ve araba gelmiş mekân ve aile ilişkisini aile evi olan yapı ve o yapıya ulaşmak için kullandığı taşıt üzerinden yapmıştır:

“Benim aklıma ilk ev geldi şu an bu konu hakkında konuştuğumuz için mi yoksa başka bir şey için mi bilmiyorum ama ev geldi bir de araba. Araba sayılır mı bilmiyorum ama biz çok fazla yolculuk yapıyoruz arabayla. Bunlar geldi aklıma ve bana şeyi de çağrıştırdı. Şu an belki ailemden uzak olduğum için de olabilir mesela İstanbul’a gidince şey diye hissediyorum eve gelmişim gibi hissediyorum yani İstanbul topraklarında olmak bana ailemin yanında olmak gibi onlara yakın olmak gibi geliyor şu an” (Aslı, Lise, Öğrenci, 21).

Aslı ile benzer bir görüş bildiren Elif aile ve mekân arasındaki ilişkiyi ev üzerinden tanımlamıştır ve Elif de Selma gibi “yuva” kelimesini kullanmayı tercih etmiştir:

“Aile mekânı evimizdir. Yani genel anlamda baktığımız zaman dışarının koşturmacası, yoğunluğu bunların getirmiş olduğu dediğim gibi yorgunluk gelip evde ailemle o huzur içerisinde atabildiğimi düşünüyorum yani bu şekilde bağdaştırabilirim. Yani sıcak bir yuva tam anlamıyla” (Elif, Lisans, Memur, 25).

Evli olan ve eşiyle birlikte yaşayan Serhat da aile ve mekân arasındaki ilişkiyi şu an yaşadığı yapıya benzemiyor olsa da ilk çocukluk döneminde ilkokulda görsele dökmesi istenen ev fikri ve görüntüsü üzerinden tanımlamıştır:

“Ailece mekân denince öncelikle ev direkt ev fikri geliyor. Hatta belki ilkokulda çizdik iki dağ iki yükseklik arasında bir güneş sonra bir ev çatılı bir ev oradan yükselen bir dumanlar o ev aslında bir aileyi temsil eder yemeğin piştiği ee sıcak bir ortamda bulunduğumuz yer geliyor diyebilirim” (Serhat, Yüksek Lisans, İşsiz, 34).

Bekâr olan ve anne ve babasıyla birlikte yaşayan Selma, aile ve mekân arasındaki ilişkiyi “yuva” ve “sıcaklık” kelimeleri ile açıklamıştır: “Yuva, yuva geliyor aklıma direkt böyle biraz daha sıcaklık” (Selma, Lisans, Süpervizör, 25).

Aklına ev gelen bir diğer katılımcı da evli ve eşi ve çocuğuyla birlikte yaşayan Mehmet’tir. Mehmet aile ve mekân arasındaki ilişkiyi geçmişte çocukluğunda yaşadığı ev üzerinden tanımlamış bugün yaşadığı evi anlatmamıştır. Mekânla ilişkilendirdiği çocukluğunun geçtiği evden ailesi ile birlikte yaşadığı bir sobanın etrafında toplanılan anlardan bahsetmiş ve özellikle bunu dramatize etmeden ifade ettiğini dile getirmiştir:

“Şimdi aile ve mekân kavramları dediğimizde ben çok farklı olmasa da farklı biçimleri tecrübe ettim çocukluğumdan beri. Şimdi mekân dediğim bu ev olacak tabii ki burası evden bahsediyorum ben daha doğrusu. Benim çocukluğumda sobalı evimiz vardı soba her tarafı ısıtmayacağı için özellikle kışları insanlar aynı ortamda bulunmak zorunda oluyordu. Dijitalleşme ya da cep telefonları bu kadar gündelik hayatımıza sirayet etmedikleri için bunu çok nostaljik bir yerden söylemiyorum bu arada durumun kendisi böyleydi ve o günleri özleyorum gibi falan değil. Bu insanlar haliyle birbirlerine daha sık iletişim kurdukları bir dönemdi. Ama ben televizyonun içinde doğdum yani şimdiki çocuklar nasıl bilgisayar dünyasında doğuyorsa ben de televizyon içinde doğdum televizyonun olduğu yerlerde insanlar yine bir aradaydı böyle bir birleşme alanı oluyordu yani bu kavramlar da bana o yılları anımsattı” (Mehmet, Yüksek Lisans, Akademisyen, 36).

Bekâr olan ve annesi babası ve kardeşleriyle yaşayan Leyla, aile ve mekân arasındaki ilişkinin Mehmet gibi kendisine ailesiyle vakit geçirdiği bir mekânı hatırlattığından bahsetmiştir ve bunun kendisine olumlu duygular hissettirdiğini söylemiştir:

“Bence aile ve mekân kavramları bana nedense şunu hatırlattı. Babam eskiden Adana’da çalışıyordu ve üç dört ayda bir yanımıza gelir iki gün kalır giderdi biz de yazın onun yanına gider tüm yaz orda

kalırdık çalıştığı yer bir dinlenme tesisiydi otobüslerin durup mola verdiği. İşte yazın tüm ailece orda bulduğumuz yer, mekân, özellikle kaldığımız yerin terasında oturduğumuz sohbet ettiğimiz eğlendiğimiz zamanlar, bana bunu anımsattı yani benim için o dinlenme tesisi o mekân ailemle güzel anıları geçirdiğim yer olarak hafızamda” (Leyla, Lisans. Satış temsilcisi, 26).

Bekâr olan ve anne ve babasıyla birlikte yaşayan Eda da Leyla ve Mehmet gibi aile ve mekân arasındaki ilişkinin ona eski bir mekânda ailesiyle geçirdiği bir zamanı anımsatmıştır:

“Aile ve mekân dediğimizde aklıma şey geliyor. Şu anda kaldığımız yaşadığımız ev biz 26 Aralık’ta yeni taşındık. Eski evimiz aynı yerdeydi ve 25 yıl önce ben o evde doğmuştum. Bu dairede sürekli oturuyoruz dört aydır burada oturuyoruz ama sürekli aklıma evin eski hali geliyor burası eskiden benim odamdı şöyleydi böyleydi. Burası eskiden de salondur şöyleydi böyleydi diye hatırlıyorum. Mekân ve aileyi düşününce o anlar geldi aklıma” (Eda, Lisans, Satış uzmanı, 25).

Bekâr olan ve anne ve babasıyla birlikte yaşayan Ayşe, aile ve mekân arasındaki ilişki hakkında güzel sohbet edebilmek üzerinden tanımlamış yaşanan yapıya bir vurgu yapmamıştır: “Benim için mekân ailemle güzel sohbetler geçirebileceğim vakit geçirebileceğim ve bir şeyler paylaşabileceğim yerdir” (Ayşe, Lisans, İşsiz, 29).

Evli olan ve eşi ve kızıyla birlikte yaşayan Canan, ailesinin bulunduğu her mekânın kendisine aile kavramını hatırlattığını söylemiş yine belli bir yapıya gönderme yapmamıştır: “Kızım ve eşimle bulduğum her mekân hani bana aile kavramını hatırlatıyor. O şekilde ifade edeyim size” (Canan, Lisans, İşsiz, 30).

Bekâr olan ve annesi babası ve kardeşleriyle birlikte yaşayan Esra da Ayşe gibi fiziksel bir yapıya gönderme yapmadan sohbet edebileceği mekânları çağrıştırdığını ifade etmiştir: “Bana sıcaklık sohbet muhabbet çağrıştırıyor mekân ve aile kavramını iç içe düşündüğümde” (Esra, Lise, Tezgâhtar, 20).

Bekâr olan ve anne babası ve köpeğiyle birlikte yaşayan Kemal, mekân kavramının aile içi ilişkileri değiştirdiğini, artık internetin etkisi ile ailede mekânlar bir olmasa bile sanki yan yanaymış gibi hissettirdiğini açıklamıştır:

“Güzel şöyle bahsedeyim aslında güzel bir soru genelde aile denince hep böyle özellikle geleneksel medyada şey algısı vardır ya masa başında yemek yemek, dolayısıyla da ben aslında ona çok inanan birisi değilim. Biz aslında ailecek çok böyle içli dışlı büyümüşüz. Bizde mesela küçükken ayrı bir odada gidip kalmak hiç olmadı hep beraber büyüdük hatta biz abim ve kardeşimle beraber yani belli bir yaşa kadar aynı odada iki üç yatağı birleştirip beraber yattığımız zamanlar da oldu. Ama şu son dönemde artık bu algının değiştiğini düşünüyorum ben ailedeki herkese zaten aynı zamanda bu WhatsApp’ta falan telefondaki uygulamaları çok kullandıkları için o yüzden aile dediğimiz zaman önemli olan onlarla iletişim halinde olabilmek. Mesela benim babam birkaç aydır yurtdışındaydı bugün geliyor biz ama sanki hep yanımdaymışız gibi hatta bir gün aramadığımız zamanlarda trip yediğimiz oluyor sanki berabermişiz gibi. O yüzden mekân kavramı eskisi gibi değil yani mekân kavramında olan değişiklik aile ilişkilerine de yansıyor dolayısıyla mesela ben şimdi buradayım bir süre annem de bugüne kadar hep tekti benimle beraberdi. Dolayısıyla ben bir şey yapacağım zaman da salondaki masaya koyuyorum işte bilgisayardır kitaptır neyse onunla fiziksel olarak aynı yerdeyim ama mesela o televizyon izlerken ben burada laptopta bir şey yapıyorum mekânsal olarak aynı yerdeyiz ama iletişim olarak farklı yerlerdeyiz o yüzden mekân kavramının aile içi ilişkilerini de değiştirdiğini düşünüyorum” (Kemal, Lisans, E-ticaret, 34).

Bekâr olan ve yalnız yaşaya Fazlı mekân ve aile arasındaki ilişkiyi çocukluğunun geçtiği yerleri çağrıştırdığından bahsetmiş ve sosyal medyayla alakalı bir şey çağrıştırmadığını söylemiştir:

“Çocukluğumun geçtiği yer aklıma geliyor. Aile ve mekân denince doğduğum büyüdüğüm işte ne bileyim oyun oynadığım yani

kardeşlerimle bir arada olduğum yer aklıma geliyor. Aile mekânı denince onlar benim aklıma geliyor memleketim aklıma geliyor otomatikman aile mekân ilişkisi denince. Buraya dair bir şey yok yani öyle söyleyim size. Rüyalarımda da hatta şey ailemle kendimi şeyde görürüm kendi memleketimde görürüm. Aile mekânı denince ben bunlar aklıma geliyor. Hiç sosyal medyada bir şeyler gelmiyor yani” (Fazlı, Yüksek Lisans, Araştırma görevlisi, 27).

Bekâr olan ve annesi babası ve kardeşiyle birlikte yaşayan Kenan ve Yavuz benzer ifadeler kullanarak ailelerinin olduğu her yerin bir mekân olduğunu dile getirmişlerdir:

“Yani mekânın bir önemi kalmıyor orda bana göre ailenin olduğu her yer mekân oluyor zaten benim için öyledir” (Kenan, Lisans, Kendi işi, 26).

“Ya şöyle evin olduğu daha doğrusu ailenin olduğu yer mekândır benim için çünkü hani mekânın olduğu yerde aile olmaz ama ailenin olduğu yerde mekân kurabilirsiniz” (Yavuz, Lisans, Öğretmen, 30).

Bekâr olan ve yalnız yaşayan Ahmet, diğer katılımcıların aksine aile ve mekân arasında bir ilişki olmadığından söz etmiş aileyi kavramsal olarak uzamsallığın ötesinde bir yere koyduğunu belirtmiştir:

“Ben aslında aile ve mekân kavramını çok bağdaştırmıyorum çünkü aileyi böyle aynı mekânda olmalıyız ya da ailem yanımda olsun mekân fark etmez gibi beylik laflara sıkıştırmıyorum. Aile bağı çok daha farklı bir bağ yani aynı mekânda olmana gerek yok yakın mekânda olmaya gerek yok yani bir kalıba koyamazsınız. Uzak mekânda yakın mekânda şöyle mekânda böyle mekânda tarzında bir kalıba koyamazsınız. Bence mekân ile aile olayı birbirinden çok bağımsız bir olaylar” (Ahmet, Lisans, Öğretmen, 26).

Sonuç olarak katılımcıların aile ve mekân arasındaki ilişki hakkında akıllarına gelen ilk şeyin “ev” olduğu ortaya çıkmıştır. Çoğu katılımcılar evi aile mekânı olarak tanımlamış ve ev kavramı üzerinden açıklamış, aile kavramını içinde yaşanan mekân olan bir yapı üzerinden tanımlamışlardır. Bunun dışında aile ve mekân arasındaki ilişkinin belirli fiziksel bir mekândan ziyade daha soyut ve duygusal unsurlar çağrıştırdığı da görülmüştür. Bazı katılımcılar bu ilişkiyi sohbet edebilmek, vakit geçirebilmek ve bir şeyler paylaşmak olarak yorumlamışlardır.

Bir diğer yandan aile ve mekân arasındaki ilişki sorulduğunda bazı katılımcıların aklına eskiden ailesiyle birlikte yaşadığı bir mekânda olan anılar gelmiştir, onların gözünde ailesi ile birlikte zaman geçirdiği bu eski mekânlar canlanmıştır. Bu da aile mekân ilişkisinin nostaljik bir tarafı olduğunu da göstermektedir. Bir diğer sonuç ise ailenin olduğu her yerin mekân olduğu görüşüdür. Bazı katılımcılar aile ve mekân arasındaki ilişki hakkında ailelerinin olduğu her yerin mekân olacağını, fakat her mekânın aile demek olmadığını söylemişlerdir.

Son olarak bir katılımcı ise aile ve mekân arasında bir ilişki bulamadığını söylemiştir. Uzun yıllardır ailesinden ayrı yaşayan katılımcı bu mesafenin iki kavramın ilişkilendirilmesinde de zorluğa neden olduğu tespit edilmiştir.

2.2. Ev İçi Mekânda En Sevilen Yer: “*Kendi odam kendi dünyam...*”

Aile ve mekân ilişkilendirmesinin ardından bu bölümde ailenin doğrudan ilişkilendirildiği mekân olarak evin içindeki farklı mekânsal bölünmeler incelenmiştir. Katılımcıların ev içi mekânda en sevdikleri yer incelenmiştir. Verilen cevaplar neticesinde katılımcıların evlerindeki en sevdikleri yerin neresi olduğuna, neden oraya sevdiğine dair soruların cevaplarına ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan yirmi katılımcının genel olarak dört farklı mekân söylediği tespit edilmiştir. Bu mekânların ilki yatak odalarıdır. Katılımcılar yatak odalarında kendileri özgür ve kendi alanları olarak görmektedir. İkincisi balkondur. Evin içinde kalmayıp dışına çıkmalarının kendilerine iyi geldiklerini belirtmişlerdir. Üçüncüsü mutfak olmuştur. Mutfakta yemek yerken telefon ile uğraşmayı sevdiklerini söylemişlerdir. Dördüncü yer olarak da salondan söz etmişlerdir. Salonda tüm aile fertleriyle bir arada olmanın onları mutlu ettiğinden bahsetmişlerdir.

Zeynep, Kenan ve Leyla ev içerisinde en sevdiği yerin kendi odaları olduğunu belirtmiştir. Kendi odalarını özel alanları olarak fiziksel olarak doldurdıkları nesnelerden soyut olarak özgürlük kavramı ile ilişkilendirmeye ilerleyen geniş bir çerçevede sahiplendikleri tespit edilmiştir. Yatak odalarının kendi dünyası gibi olduğunu, kendi zevkine ait olduğunu, kendilerini rahat hissettiklerini ifade etmişlerdir:

“Kendi odam. Çünkü daha özgür olabiliyorum yani kendi alanım kendi dünyam gibi. Bana ait şeyler var” (Zeynep, Yüksek Lisans, İşsiz, 26).

“Kendi odam. Çünkü benim dünyam benim odam yani bu kadar. Çünkü kendimi en iyi en rahat hissettiğim yer orası” (Kenan, Lisans, Kendi işi, 26).

“Evimin en sevdiğim yeri odam çünkü en çok odamda vakit geçiriyorum. Odamdaki her eşya bana ait benim zevkime ait. Aslında çok ferah bir odam yok odamda pencere yok çünkü iç tarafa bakıyor odaya hiç güneş ışığı girmediğinden sabahları saatin kaç olduğunu anlayamıyorum mesela filan bunlar kötü benim için ama yine de en sevdiğim yer odam” (Leyla, Lisans, Satış temsilcisi, 26).

Yalnız yaşayan Fazlı da evinde en sevdiği yerin yatak odası olduğunu belirtmiştir. Bu odayı çalışma hayatı ile ilişkisini keserek internete girebildiği bir alan olduğu için o odanın daha konforlu hissettirdiği için sevdiğini belirtmiştir:

“Evimin en sevdiğim yeri hım galiba yatak odam. Neden ama yatak odam şundan dolayı gece yatıyorum ya telefonum şarjda telefonu elime alıyorum. Böyle orda daha rahat kurcalayabiliyorum böyle bana bir konfor alanı sağlıyor rahat hissettiriyor yani mesela oturma odasını hiç sevmiyorum sürekli bilgisayar var. Bilgisayarı ne zaman görsem iş yapıyormuşum gibi geliyor falan o yüzden burayı hiç sevmiyorum. Birazdan iş yapacakmışım gibi geliyor, yatak odamı daha çok

seviyorum yani orası konforlu hissettiriyor yani bir şekilde” (Fazlı, Yüksek Lisans, Araştırma görevlisi, 27).

Evinde tek başına yaşayan bir diğer katılımcı olan Ahmet, en sevdiği yerin balkon olduğunu çünkü açık havayı sevdiğini söylemiştir: “Evimin en sevdiğim yeri balkonum. Balkonumu çok seviyorum çünkü apartmanlar beni çok böyle sıkıyor açık havayı özlüyorum yani bir apartmanda kaçabileceğim en iyi yer balkonum. Balkonum ve oradaki sandalye” (Ahmet, Lisans, Öğretmen, 26).

Yavuz da Ahmet gibi evde en sevdiği yerin balkon olduğunu, orda oturup sanal alemde gezinmeyi sevdiğini söylemiştir: “Evimin en sevdiğim yeri balkon ve oradaki oturma çekyatım. Çünkü akşamları yorulduğum zaman oraya oturup sanal alemde sörf yapmayı seviyorum” (Yavuz, Lisans, Öğretmen, 30).

Kemal de ev içi mekânda en çok balkonu sevdiğini, özellikle mutfak balkonunu sevdiğini, güzel havalarda orada oturmayı sevdiğini ifade etmiştir:

“Bu evin ben mutfak balkonunu çok seviyorum. Aslında bu evin genel olarak kullanım alanını seviyorum hani her yeri hoşuma gidiyor o açıdan hani ev ortamı ve bana ait olduğunu hissedebiliyorum. Ama mutfak balkonunu niye söylüyorum çünkü o cadde üstünde ve kullanım açısından da rahat. Özellikle havalar güzelleştiği zaman zaten biz evde genelde orda oluruz o yüzden mutfak balkonu diyebilirim yani” (Kemal, Lisans, E-ticaret, 34).

Elif ise evde en sevdiği mekânın mutfak olduğunu, orada telefonda bir şeyler izleyerek vakit geçirmeyi sevdiğini söylemiştir:

“Mutfağımızı çok seviyorum. Orda oturmayı vakit geçirmeyi çok seviyorum. Genelde zaten yine dijitalleşmeye gidecek ama zaten yemek falan yerken telefon üzerinden bir şeyler izleyerek, dizi film izleyerek o şekilde vakit geçiriyorum. Mesela kitap okumak istediğim zaman da yani daha ferah geliyor” (Elif, Lisans, Memur, 25).

Selma da Elif gibi evin en sevdiği yerin mutfak olduğunu, orada bir şeyler yiyip içmeyi sevdiğini söylemiştir:

“Mutfağı seviyorum. Ben burada ne bileyim çay, kahve falan içiyorum ve seviyorum da burada olmayı. Şu anda da mutfaktayım, odamda da bir masa var aslında ama bilmiyorum mutfağı daha çok seviyorum burada çalışıyorum genelde” (Selma, Lisans, Supervizör, 25).

Esra da evde en sevdiği yerin mutfak olduğunu çünkü burada tüm aile bir arada vakit geçirdiğini ve bundan mutlu olduğunu söylemiştir: “Mutfak. Çünkü ailemle genelde mutfakta oturmayı tercih ediyoruz birazcık obur bir aileyiz mutfakta vakit geçiriyoruz. Onlarla birlikte burada olmak beni mutlu ediyor” (Esra, Lise, Tezgahtar, 20).

Ailesi ile birlikte yaşayan Eda evde en sevdiği yerin misafir salonu olduğunu, çünkü oraya girdiğinde kendini özel alana girmiş gibi hissettiğini belirtmiştir:

“Salon. Salonu çok severim çünkü genelde kapalıdır ve misafir gelince açılır. Oraya geçtiğimde böyle sanki özel alana girmiş gibi hissederim çünkü orası her daim temiz ve ferahdır. Böyle o odaya ait özel bir avize özel bir çiçek alınır falan hani oraya girdiğimde yasaklı bölge gibi bir tepki alırım annemden ve telefonla konuşacaksam ya da öze bir şey yapacaksam vs hemen gidip o koltuklara kurulmayı çok severim” (Eda, Lisans, Satış uzmanı, 25).

Dilek de evinin en sevdiği yerin salon olduğunu çünkü o odanın deniz gördüğünü ve denizin ona özgürlüğü hatırlattığını belirtmiştir: “Salonudur çünkü denizi görüyor. Benim deniz vazgeçilmezim olduğu için böyle özgür bir ruha da sahip olduğum için böyle denize baktıkça özgürlüğüm aklıma geliyor” (Dilek, Yüksek Lisans, Memur emeklisi, 64).

Samet en sevdiği yerin salon olduğunu çünkü daha ferah olduğunu söylemiştir: “Salon. Çünkü daha geniş daha rahat daha ferah. Oturma odası da var ama oturmam orda ben bir gün bile oturmamışımdır” (Samet, Lisans, Kendi işi, 48).

Canan da evinde ev sevdiği yerin salon olduğunu orda daha rahat ders çalışabildiğini söylemiştir: “Salon çünkü ders çalışıyorum orda biraz yatak odası da olabilir uyuduğum için ama en çok salon” (Canan, Lisans, İşsiz, 30).

Ayşe de evde en sevdiği mekânın salon olduğunu, bunun sebebinin de tüm ailesinin burada hoş vakitler geçiriyor olması olduğunu dile getirmiştir:

“Bence salon çünkü hep beraber en azından orda sohbet alanımız oluyor ya da kitap okuma saatlerimiz oluyor bazen bence paylaşabileceğimiz en güzel yer salon. Bütün aile fertleri orda toplandığı için o yüzden salon en sevdiğim yer” (Ayşe, Lisans, İşsiz, 29).

Aslı da ev içi mekânda en sevdiği yerin salon olduğunu söylemiştir ve oradaki koltuğu uzanmayı çok sevdiğini belirtmiştir: “Evimin en sevdiğim yeri salon. Çünkü salonda bir L koltuk var ve ona uzanmayı çok seviyorum” (Aslı, Lise, Öğrenci, 21).

Katılımcılara ev içi mekânda en sevdikleri yer sorulduğunda genel olarak dört ayrı mekân ismi sebepleri ile birlikte verilmiştir. En çok sevilen mekânlardan birisi katılımcının kendi odası/yatak odasıdır. Öncelikle aileleri için yaşayan katılımcılar için yatak odası bir mekân olarak daha özgür olabildiklerini, kendi dünyalarını yansıttıklarını, kendi zevklerine göre döşediklerini, kendilerini en iyi orada rahat hissettiklerini, daha konforlu olduğunu söyledikleri bir özel alan özelliği taşımaktadır.

İkinci yer olarak en sevilen yer balkon olarak görülmüştür. Çünkü açık havayı sevdiklerini, evin dışına çıkmanın temiz hava almanın kendilerine iyi geldiğini, orada oturup telefon ile uğraşmayı sevdiklerini, özellikle güzel havalarda balkonda bulunmayı sevdiklerini ifade etmişlerdir. Burada dikkat çeken şey evde en sevdiği yer olarak balkonu seçen katılımcıların hepsinin erkek olmasıdır. Bununla birlikte erkeklerin evdeyken bile evin en dışsal noktası olan balkonlarda vakit geçirmek istemesi tespit edilebilir.

Bir diğer ev içi mekânda en sevilen yerin mutfak olduğu açıklanmıştır. Çünkü orada oturmayı sevdiklerini, yemek yerken telefonla uğraşmayı sevdiklerini, ailesi ile birlikte burada mutlu olduklarını belirtmişlerdir. Bakıldığında ev içi mekânda nerede

vakit geçirilirse geçirilsin dijitalleşmenin hayatımıza kazandırdığı telefonların ellerden düşmediği, hep bir telefon ile uğraş içinde olduğu tespit edilebilir.

Dördüncü olarak ev içi mekânda en sevilen yer salon olarak gösterilmiştir. Bunun sebebi olarak o odanın her zaman temiz ve ferah olması, tüm aile fertleriyle burada zaman geçirmenin onları mutlu etmesi olduğunu dile getirmişlerdir. Salona merkezi ve en özenli mekân olması sebebiyle sevilen bir mekân olma özelliği yüklenmiştir.

Özel olarak ev içinde seçilen mekânın adının ötesinde ev içi mekânların tanımlanması ve anlamlandırılmasında belirgin bir toplumsal cinsiyet yapısı tespit edilmiştir. Genellikle kadın katılımcıların ev içi en çok sevdikleri mekânın mutfak veya salon olması, erkeklerin ise en sevdikleri yerin evin en dışı denebilecek balkon olmasıdır. Kadın katılımcıların en sevilen mekân olarak en ortak noktalar olan, tüm aile fertlerinin bulunduğu, yemek yapmak ve yemek yemek için bir araya gelinen mekânları seçmesi, erkek katılımcıların ise tam tersi en boş, kimsenin olmadığı eve ait ama evin dışında denilebilecek bir mekânı seçmesi toplumsal cinsiyetin ev içi mekânda gösterimi olarak kabul edilebilir. Evlerinde yalnız yaşamayan kadın katılımcıların en sevdikleri mekân olarak mutfak seçmeleri aynı zamanda ev içi ücretlendirilmemiş, süreğen emeğin mekânı ile aynı olması toplumsal cinsiyet kalıplarının devamlılığını göstermektedir. Erkek görüşmecilerin ise en sevdikleri mekân olarak balkonu belirtmeleri ev içi mekânlar ile olan ilişkilerinin ev içi bakım emeğinden sıyrılmış ve evin en dış alanına yönelmiş olduğunun göstergesi olarak tespit edilmiştir.

2.3. Ev İçi Sosyalleşme Mekânı: “Salon...”

Çalışmanın bu bölümünde katılımcıların ev içi sosyalleşme mekânları incelenmiştir. Katılımcılara tüm aile fertlerinin evde olduğu saatlerde ortak paylaşım alanının neresi olduğu sorulmuştur. Burada amaç katılımcıların aileleri ile birlikte ev içi mekânda en çok vakit geçirmekten hoşlandıkları yerleri açıklamaktır. Verilen cevaplarda bütün katılımcıların evin içinde sosyalleştikleri mekânın hiç kimsenin özel alanı olmayan bir ortak alan olarak salon olduğu görülmüştür.

Zeynep, tüm aile fertleri evdeyken ortak paylaşım alanı olarak salonu söylemiştir: “Ortak paylaşım alanı tabi salon oluyor. Yemek yerken, televizyon izlerken, bir konuyu konuşurken salonda oluyoruz genelde” (Zeynep, Yüksek Lisans, İşsiz, 26).

Yavuz ve Eda da ev içi sosyalleşme mekânı salonu söylemiş, orada muhabbet sohbet edildiğinden söz etmişlerdir:

“Ortak paylaşım alanımız televizyon odasıdır yani salon saat dokuz gibi çaylarla beraber muhabbet sohbet ya da televizyon programlarıyla günü geçiririz” (Yavuz, Lisans, Öğretmen, 30).

“Oturma odası yani salon. Televizyon izleriz, dizi izleriz, çay içeriz, hep birlikte vakit geçiririz” (Eda, Lisans, Satış uzmanı, 25).

Dilek de ortak paylaşım alanı salon olduğunu söylemiş ve salonda birlikte güzel vakitler geçirdiklerinden söz etmiştir:

“Salondur. Çünkü salonlar geniş mekânlar oluyor. Yani ortak bir şeyi paylaşabiliyorsun. Genelde çocuklar birbirleriyle olan şeyleri anlatırlar ya kart oynarlar ya da birbirlerine bir şeyler anlatırlar yani öyle şarkı söylerler doğal yani” (Dilek, Yüksek Lisans, Memur emeklisi, 64).

Leyla da diğerleri gibi ortak paylaşım alanı olarak salonu söyleyerek hemen hemen diğerleriyle aynı sebepleri göstermiştir: “Salondur çünkü orada yemek yeriz, televizyon izleriz, sohbet ederiz. Herkes evdeyken ortak bulunduğumuz yer salon oluyor genelde” (Leyla, Lisans, Satış temsilcisi, 26).

Elif de evde sosyalleşme mekânı olarak salonda bulunan yemek masasını tanımlayıp orada sohbet muhabbet ettiklerini söylemiştir:

“Genelde salonda bulunan yemek masalarında çok sosyalleşme olur onun haricinde televizyon karşısında çok sosyalleşme olmasa da arada muhabbet döner. Yani genel anlamda yemek masasında olur bizim sohbetlerimiz muhabbetlerimiz” (Elif, Lisans, Memur, 25).

Canan da yine bu ortak paylaşım alanının salon olduğunu ifade etmiştir: “Salon, salon evet genelde hep birlikte vakit geçirdiğimiz yer” (Canan, Lisans, İşsiz, 30).

Selma da evde sosyalleşme mekânı olarak salonu örnek gösterip babasıyla birlikte salında maç izlemeyi sevdiğini söylemiştir:

“Genelde mekân olarak salonda oturuyoruz ama televizyon izliyoruz genelde. Özellikle maç izlerken çok ben kendim de futbolu seviyorum babamla falan genelde futbol izleriz hani ailenin bir araya geldiği yer orası diyebilirim” (Selma, Lisans, Supervizör, 25).

Kenan da ev içi sosyalleşme mekânının televizyon izledikleri içini salon olduğunu ve yemek yedikleri için de mutfak olduğunu söylemiştir: “Mutfak ve salon. Mutfakta yemek yiyoruz ailecek akşamları salonda da ortak izleyeceğimiz bir şey varsa oturup izliyoruz güzel oluyor” (Kenan, Lisans, Kendi işi, 26).

Ayşe de diğerlerine benzer bir ifadeyle ev içi ortak paylaşım alanının salon olduğunu belirtmiştir:

“Bence salon çünkü hep beraber en azından orda sohbet alanımız oluyor ya da kitap okuma saatlerimiz oluyor bazen bence paylaşabileceğimiz en güzel yer salon. Bütün aile fertleri orda toplandığı için o yüzden salon en sevdiğim yer” (Ayşe, Lisans, İşsiz, 29).

Son olarak Kemal de ev içi sosyalleşme mekânı olarak salonu söyleyip orada birlikte çay içtiklerinden söz etmiştir:

“Bizim tamamen ortak paylaşım alanımız salondur. Bizim milli içeceğimiz var ya çay bizde mesela şeydir önemlidir. Herkes yemek yedikten sonra çay içilmezse sanki bir şeyimiz eksik kalmış gibi hissederiz o yüzden salon diyebiliriz mesela” (Kemal, Lisans, E-ticaret, 34).

Sonuç olarak bütün katılımcıların tüm aile fertleri ile ev içindeyken ortak paylaşım alanının salon olduğunu görülmüştür. Katılımcılar bu mekânda aileleri ile birlikte hoş vakitler geçirdiği ve yemek yedikleri için salonu ortak paylaşım alanı olarak göstermişlerdir. Yemek yemek ve sohbet etmek dışında salon televizyon izlemek, çay içmek, kitap okumak, gibi aktivitelerin yapıldığı da gözlemlenmiştir. Mekânın içindeki ilk elektronik alet olan televizyon halen tek yönlü konvansiyonel bir iletişim aracı olmasına rağmen tüm aile fertlerinin bir araya toplanmasında etkilidir.

2.4. Aile İçi İletişim ve Dijitalleşme: “*Babam daha dijitalleşme çağına geçmedi...*”

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların aileleri ile iletişim şekillerinin nasıl olduğunu, iletişim kurarken dijital mekânları kullanıp kullanmadıklarını tespit etmek amaçlanmıştır. Katılımcıların evdeyken ya da evde bulunmadıkları zamanlarda evde yaşayan diğer aile üyeleriyle olan iletişimleri açıklanmıştır.

Leyla ailesiyle iletişim kurarken sadece aramayla iletişim kurduğunu, bir şey isteyecekleri zaman onu aradıklarını, bu iletişimin en çok annesiyle olduğunu söylemiştir:

“Gündelik hayatta annem genelde o dışarda olup ben evde olduğumda ya da ben dışarda olup o evde olduğunda beni muhakkak arar hep söyleyecek bişey bulur. Bir de genelde evin fatura tarzı şeylerin sorumluluğu bende olduğu için hep bir şey çıkar ve annem hep beni arar. Kardeşlerim ve babamla öyle çok araşmayız bir şey halletmemi istediklerinde beni ararlar sadece” (Leyla, Lisans, Satış temsilcisi, 26).

Elif de Leyla gibi evde değilken yalnızca annesiyle iletişim kurduğunu ifade edip annesiyle konuştuğu zaman zaten diğer ev halkının ondan haberdar olduğunu söylemiştir: “Yani dışardayken genelde zaten aile fertlerinden annem benimle iletişim kurar. Telefonla iletişim kuruyoruz yani genelde arıyor zaten annem aradıktan sonra da bütün ev halkı haberdar oluyor” (Elif, Lisans, Memur, 25).

Selma babasının hala bir akıllı telefonunun olmadığını, bu yüzden de onunla sadece arayarak iletişim kurduğunu, annesinin ise mesajlaşmayı bir eğlence olarak gördüğünü, önemli bir şey söyleyeceği zaman aradığını mesaj atmadığını ifade etmiştir:

“Benim annem de WhatsApp kullanıcısı ama babam hala eski telefonlardan kullanıyor o hala dijitalleşme çağına geçmedi. Ama genelde biz birbirimizi arayarak iletişim kuruyoruz. Mesajlaşma olarak özellikle annem için söyleyim bir eğlenceymiş gibi geliyor ona. Orda kardeşleriyle vs. konuşuyor. Herhangi bir iletişim aracı değil de boş zamanı değerlendirme gibi görüyor mesajlaşmayı. Bana önemli bir şey söyleyeceğinde, en basitinden gelirken iki ekmek al diyeceği zaman bunu mesaj yoluyla yapmıyor doğrudan arıyor” (Selma, Lisans, Supervizör, 25).

Aslı ailesinden uzakta yurttaki kaldığı için onlarla sürekli arama, mesajlaşma ve görüntülü konuşma ile iletişim halinde olduğunu belirtmiştir:

“Gündelik hayatta da mesela şu an onlardan uzaktayım, beni ararlar, sorarlar, mesaj atarlar, görüntülü konuşuruz. Özellikle akşamları sürekli görüntülü konuşuruz annem ve babam aynı evdeler, abim de farklı bir şehirde yaşıyor üçümüz aynı anda görüntülü konuşuyoruz” (Aslı, Lise, Öğrenci, 21).

Esra ailesinin sadece eve geç kaldığı zamanlar onunla iletişim kurduğundan, onun dışında pek iletişim kurmadıklarından bahsetmiştir: “Dışarı çıktığım zaman diyelim ki saat dörtte gelicem dedim dörtte gelmedim beş, altı oldu hala benden ses yoksa tabikide herkes tek tek arar ama evin içindeyken çok da gelip soran olmaz” (Esra, Lise, Tezgahtar, 20).

Kemal ailesiyle sürekli iletişimde olduğunu, kimi zaman arayarak, kimi zaman görüntülü konuşmasak ya da sosyal medya platformları üzerinden birbirlerine video göndererek bu iletişimi sağladığını ifade etmiştir:

“Şimdi genelde hepsi zaten çalışıyor normalde babam emekli ama o da çalışıyor o yüzden genelde gün içinde ya mesaj atarlar ya da mesela sosyal medyada buldukları hoşuna giden videoları atarlar bunu hemen hemen babam hariç hepsi yaparlar. Ondan sonra gün içerisinde aynı mekanda olmasak da kendilerini hissettirirler ararlar, kimi zaman görüntülü ararlar” (Kemal, Lisans, E-ticaret, 34).

Ailesinden uzakta yaşayan Fazlı ailesiyle iletişiminde daha çok mesajlaşma uygulamalarını tercih ettiğini, ara sıra arama ile iletişim kurduğunu söylemiştir: “WhatsApp’tan görüntülü konuşmak ya da Messenger’dan görüntülü konuşmak yani başka bir şey yok iletişimimiz böyle ya da telefonda arayıp alo demek ara sıra öyle” (Fazlı, Yüksek Lisans, Araştırma görevlisi, 27).

Kenan ailesiyle yüz yüze çok sık vakit geçirdiklerinden bahsedip birbirlerinin yanında değilken pek iletişim kurmadıklarını belirtmiştir: “Gündelik hayatta ailemle iletişimim yan yana değilsek kesiktir çünkü zaten günümün birçok zamanı onlarla olduğu için başka bir yerdeysem ne onlar beni arar ne de ben onları ararım” (Kenan, Lisans, Kendi işi, 26).

Serhat ailesiyle iletişim kurarken arama ve mesajlaşmayı kullandığından söz etmiştir:

“Şöyle tabi ben şu an doktora yapıyor olduğum için çalışmıyorum dolayısıyla gün içerisinde eşimle WhatsApp gibi mecralar vasıtasıyla iletişim kuruyorum. Ailemden yani anne ve babamdan farklı bir şehirde yaşadığım için de onlarla telefon üzerinden konuşuyorum sık sık da görüşürüm, sorarım (Serhat, Yüksek Lisans, İşsiz, 34).

Yavuz dışardayken ailesiyle herhangi bir iletişim şeklini kullanmadığını, sadece yüz yüze iletişim kurduklarını söylemiştir:

“Evdeyken de olsa dışarda da olsa genellikle aile iletişimim yüz yüze oluyor ve samimi şekilde genellikle konuşarak anlaşarak telefonda fazla iletişim kurmuyoruz. Akşamları zaten genellikle çay

saatlerimiz var sabahları da öyle keza o zaman herkesle birlikte yüz yüze geldiğimiz güzel bir muhabbet sohbet havası oluyor” (Yavuz, Lisans, Öğretmen, 30).

Zeynep evin dışındayken ailesiyle mesajlaşma ve arama yoluyla iletişim kurduğunu açıklamıştır: “Tabii evin içerisinde sözlü bir şekilde iletişim kuruyoruz telefonla mesajlaşmıyoruz şu anda. Evin dışında telefon, mesaj, WhatsApp değişiyor arama da yapıyoruz” (Zeynep, Yüksek Lisans, İşsiz, 26).

Ailesinden uzakta yaşayan Ahmet onlarla çok sık iletişim kurmadığını, aile bağları kuvvetli biri olmadığını, sürekli iletişim kurma ihtiyacı duymadığını dile getirmiştir:

“Ailem benden uzakta. Onlarla iletişimim olumlu yani olumsuz bir iletişimim yok sadece çok sık iletişim kurma gereği duymuyorum, aile bağları çok güçlü olan biri değilimdir. Sürekli konuşma sürekli arama gereği duymam benim için kıymetlidirlerdir tabii ki ama belli ölçüde görüşmem benim için yeterlidir. Ben çünkü 18 yaşını geçtikten sonra biraz bireyselleşmeyi savunuyorum” (Ahmet, Lisans, Öğretmen, 26).

Sonuç olarak katılımcıların aileleri ile yan yana değilken kurdukları iletişimin ağırlıkla arama olduğu tespit edilmiştir. Aramanın dışında, arama kadar yoğun olmasa da mesajlaşma yolu ile de iletişim kurmuşlardır. Bakıldığında bir kişi hariç hiç kimse ailesiyle ile sosyal medya üzerinden iletişim kurmamaktadır. Bu da günümüzde yaygın bir şekilde kullanılan sosyal medyanın/dijital mekânların aile ile iletişim kurarken pek yaygın olmadığını göstermektedir.

3. KAMUSAL MEKÂNDAN DİJİTALLEŞME VE MEKÂNSAL DÖNÜŞÜM

Araştırma bulgularının değerlendirildiği son ana başlıkta görüşmeye katılan bireylerin çalışma hayatındaki mekânı nasıl algıladıklarına, bu mekânları nasıl kullandıklarına ve çalışma hayatında dijitalleşmenin rolüne odaklanılmıştır. Öncelikle görüşme sırasında katılımcılara mekân kavramı ile ilgili sorulan sorularda mekânın iş

hayatı ile ilişkilendirilmediğinin gözlemlendiğini ancak araştırmacı iş hayatı ile ilgili sorular sormaya başladığında katılımcılar iş hayatlarının geçtiği ya da işe giderken geçtikleri mekânlardan bahsettikleri tespit edildiğini belirtmekte fayda vardır. Bu bölümde bulguların çözümlemesinde Lefebvre'nin mekân kavramı üzerine geliştirdiği mekânın toplumsal bir ürün olduğu, bu sebeple de o mekânda yaşayan toplumun dinamiklerine göre dönüştüğü görüşünden hareketle yapılmıştır. (Lefebvre, 2014: 110). Katılımcıların çalışma hayatında iş mekânlarını algılama biçimleri, mesai saatleri içerisinde dijital ağ kullanımı, dijitalleşmenin çalışanlar üzerindeki yarattığı etkiler hakkındaki gözlemleri, Covid-19 Pandemisi sürecinde değişen iş hayatı pratikleri ve gelecekteki dijital çalışma ortamı hakkındaki görüşleri ele alınmıştır. Katılımcıların görüşlerinden yola çıkılarak ortak fikirlere ulaşılmıştır. Birbirleriyle ortak olan görüşlerin yanında zıt olan görüşler de ele alınarak bütüncül bir inceleme gerçekleştirilmiştir.

3.1. Çalışılan Mekân Algılama Biçimi: “Kendimi mutlu hissettiğim yer...”

Katılımcılar mekân ve dijitalleşme üzerine sorulan açık uçlu sorularda nadiren çalışma hayatları ile bağlantılar kurarak yanıt verdikleri gözlemlenmiştir. Görüşme kılavuzunun “Çalışma Hayatı” bölümünde yer alan sorular kılavuzun hazırlanma aşamasında çalışan katılımcıların çalıştıkları mekânı nasıl tanımladıklarına dair yanıt üretecekleri düşünülerek oluşturulmuştur. Çalışma mekânı hakkında katılımcıların tespitlerinin bütünlüklü bir değerlendirmeye tabi tutulması için aile ve mekân ilişkisinin incelenmesinde yapıldığı gibi öncelikle katılımcıların çalışma hayatlarına dair somut veriler sıralanmış, ardından verdikleri yanıtlar üzerinden niteliksel bir analiz yapılmıştır.

Toplam yirmi katılımcıdan oluşan bu araştırmada bir öğrenci dört işsiz, emekli ama aynı zamanda sivil toplum kuruluşlarındaki projelerde görev alan bir kişiyle birlikte toplamda on beş çalışan bulunmaktadır. Bu çerçevede aktif çalışma hayatı içinde olan on beş kişiden dört kişi sıfır ile on iki ay arasında; altı kişi bir ile beş yıl arasında; kalan beş kişi de on yıl ve üzeri kadar çalışmışlardır.

Aktif olarak çalışma hayatı içinde olan on beş katılımcıya çalışma hayatı ve mekânı ilişkilendirme ile ilgili yöneltilen sorular iş ile ilgili olarak katılımcıların

öncelikle mekânın “iş yerine erişmek için geçilen mekân” ve “işin yapıldığı mekân” olarak ikiye ayırarak tanımladıkları tespit edilmiştir. Çalışan katılımcılardan ikisi işlerini internet üzerinden yürütebildikleri için belirli bir işyeri tanımlamadıkları gibi bu işyerine gidiş için kullanılacak ikinci mekândan da bahsetmezken diğer on üç katılımcı iş yerine erişmek için kullandıkları ulaşım araçlarını ve iş yerlerini fiziksel özellikleri ile tanımlamışlardır.

İşyerlerine erişim ve işin yapıldığı mekân arasındaki farklar şu şekilde elde edilmiştir. Çalışanların altısı iş yerine toplu taşımalarla; dördü kendi aracıyla; üçü de yürüyerek ulaşım sağlamaktadır. Kalan iki kişinin işi internet üzerinden olduğundan belli bir iş yeri mekânı yoktur. Son olarak çalışanlara nasıl bir binada çalışıyorsunuz sorusu sorulduğunda bir çalışan iş yerinin bir dükkân olduğunu; üç çalışan iş yerinin iş merkezinde olduğunu; dokuz çalışan müstakil bir binada çalıştığını belirtmişlerdir.

Mekânın tanımlanması istendiğinde çalışan on beş kişi katılımcıların on iki kişi çalıştıkları mekânın fiziksel özelliklerinden bahsetmiştir. Sadece bir katılımcı çalıştığı mekânın fiziksel özelliklerinden ziyade duygusal olarak ona hissettirdiğinden, mekânın işlevinin önemli olduğundan ve çalışma mekânında bulunan çalışma arkadaşlarının verdiği emekten söz etmiştir. Kalan iki kişi ise fiziksel olarak bir mekânda çalışmayıp internet üzerinden satışlar yaptığı için onların mekân tanımı daha soyut olmuştur. Mekânın soyut ve somut özellikleri ile algılanması noktasında önce mekânı fiziksel özellikleriyle tanımlayan katılımcıların ortaklıkları değerlendirilmiş ardından duygusal bağ kuran katılımcı ele alınmış, en sonda da fiziksel bir mekânda çalışmayan katılımcının sözlerine yer verilmiştir.

Diğer üç tespitte yer alan ortaklıklardan farklı olarak çalışılan mekânın algılanmasında soyut ve somut özelliklerden bir arada bahseden tek kişi olan Selma, mekânın fiziksel özelliklerinden söz etmiş, fiziksel özelliklerinin yanı sıra mekânın ona duygusal ne hissettirdiklerinden, iş arkadaşlarıyla olan ilişkisinden de bahsetmiştir:

“Çalıştığım yer aşırı derecede büyük bir yer değil ama şirin. Böyle bir masa var etrafında orda genelde toplantılar falan oluyor iş yaşamımdaki o mekânı hissedebiliyorum ben iş yeriymiş gibi geliyor

banâ ve küçük olması aslında nasıl desem? Sevimlilik katıyor. Zaten diğçer çalışanlarla aramızdaki ilişki de işçi işveren tarzında değil de gayet samimi bir ortam var ve yaptığım işi seviyorum aslında kendimi mutlu hissettiğim bir yer” (Selma, Lisans, Supervizör, 25).

Mekânı fiziksel özellikleriyle tanımlayıp bulunduğuş çalışma ortamını kendisi şekillendirmeyi, mekânı kişiselleştirmek için kendine özgü nesnelerle mekânı doldurmayı sevdiğini söyleyen Fazlı, üç yıldır müstakil bir binada çalışmaktadır.

“Mekânı şöyle tarif edebilirim üç tane ofis bir tane de salon var büyük bir salon toplantı salonu. Her tarafta kıyıda köşede kitaplar var kütüphane var etrafında onlar geliyor. Onun dışında bilgisayar var koltuklar var yan tarafta, mekânı böyle tanımlıyorum benim aklıma direkt kütüphane rafları geliyor nedense çünkü sürekli kitaplara falan bakıyorum. Bir de ben seviyorum kıyıya köşeye incik boncuk dizmeyi oyuncaklar falan böyle minyonlar falan o tarz şeyler kıyıya köşeye koymayı seviyorum öyle şeyler var odada yani onları söyleyebilirim” (Fazlı, Yüksek Lisans, Araştırma Görevlisi, 27).

İki yıldır müstakil bir binada bebek ürünleri satan bir mağazada çalışan Leyla, çalıştığı mekânın genelde müşteriler için, onların konforu için düzenlendiğinden, kendisinin özelleştirdiğı bir yanı olmadığını söyleyip mekânı bu yönde tanımlamıştır:

“İki katlı baya büyük içinde neredeyse elli çalışanı olan sadece çocuklu insanlara hitap eden bir yer. İçinde bir sürü kıyafetler oyuncaklar bebek kozmetikleri satılan bir mağaza çok geniş ve hamile müşteriler için oturacak alanlar var çocuklar için oyun parkı var hatta müşteriler için kafe tarzı tv ve masalar olan bir yer bile var müşteriler orda oturup dinleyebiliyorlar yani tam müşterilerin rahat edebileceğı konforlu bir alan” (Leyla, Lisans, Satış Temsilcisi, 26).

Beş yıldır kendi işinde çalışan Kenan, iş yeri mekânını fiziksel olarak tanımlayıp aynı zamanda kendisini orda rahat hissettiğinden de bahsetmiştir. Rahat

hissedişini güven duygusu ile pekiştirmiştir. Kendi iş yeri olması sebebiyle çalıştığı yeri aynı zamanda evi gibi de tanımlamıştır:

“Daire aslında daire gibi. Kendimi orada rahat ve mutlu hissediyorum hatta güvende hissediyorum ve ev gibi olduğunu düşünüyorum içerisinde mutfak da var yatak da var duş da var deri koltuk ve televizyon da var. Ofiste her türlü şey mevcut olduğu için çalışırken yorulduğumda vs odama geçip dinlenebiliyorum evim gibi bir nevi” (Kenan, Lisans, Kendi işi, 26).

İşe başlayalı bir hafta olan ve müstakil bir binada çalışan Elif, çalıştığı iş yerinin mekânını fiziksel özellikleriyle tanıttıktan sonra mekânı beğenmediğinden kendisini o mekâna ait hissetmediğinden bahsetmiştir:

“Daha çok resmî devlet kurumu hepimizin bildiği tarzda. Herkesin bir masası bilgisayarı var herkes kendi işiyle meşgul mekânın görünüşü olarak soğuk bir yer hiçbir aksesuar ortamı canlandıracak herhangi bir şey yok baya insan kendisini oraya ait hissetmiyor yani bir an önce mesai saatim bitsin de evime gideyim istiyorum” (Elif, Lisans, Memur, 25).

Altı aydır müstakil bir binada büyük bir dijital ürün üreticisinin perakende satış mağazasında çalıştığını söyleyen Eda, çalıştığı mekânın fiziksel özelliklerini en ince ayrıntılarına kadar anlatmış, mimarisinden bahsetmiş ve mekânını tüm dünyada aynı şekilde düzenlendiğini ve bunun güzel ve eşsiz olduğundan söz etmiştir:

“Ben Bağdat Caddesi Apple Store’da çalışıyorum. Şöyle ki Türkiye’de zaten üç tane Apple Store var Akasya AVM, Zorlu Center ve Bağdat caddesi. Daha önceki Apple Store’lara gittiyseniz zaten şeffaf mağazalar olduğunu bilirsiniz gayet minimalist düzenlenmiş iki katlı ve bütün ürünler erişilebilir bir vaziyette zaten. Nezih bir ortam, ışık çok güzel, ayna tasarımlarıyla gün boyu ışık alır. Mimarisine baktığımızda aynalarla işte duvardaki granitlerle yerlerdeki travertenlerle gayet güzel ve iç açıcı bir mekân kapıları şeffaf yani

demek istiyor ki kapılarımız herkese açık ve yaptığımız iş de herkese açık. Apple Store’ların İtalya’ya da gitseniz Amerika’ya da gitseniz mağaza tasarımları aynıdır gayet güzel bir ortam” (Eda, Lisans, Satış Uzmanı, 25).

On yıldır iş merkezinde kendi işi olan Samet, iş yeri mekânını tanıtırken mekânın içinde bulunan eşyalardan bahsetmiştir: “Benim için önemli olan bilgisayarlarım benim masamda dört ekran iki bilgisayar vardır. Her bilgisayar iki ekrana bağlıdır kokpit gibidir. Kendi masam çalışanlarımın masası da öyle çift ekran çalışılır” (Samet, Üniversite, Kendi işi, 48).

Dört yıldır müstakil bir binada çalışan Ahmet, çalıştığı mekânı tanımlarken eğitim için dizayn edildiğinden bahsetmiş mekânın özelliklerini mesleğin ihtiyaçları ile ilişkilendirerek tanımlamıştır: “Tamamen eğitim için dizayn edilmiş boyasıyla mekânıyla, birçok bileşeniyle beraber eğitim için tasarlanmış küçük bir bahçesi olan sınıfları olan öğretmen odası olan bir bina dersane” (Ahmet, Lisans, Öğretmen, 25).

On yıldır müstakil bir binada çalışan Mehmet, iş yeri mekânının tarihi dokusu olduğunu ve eski bir yapı olduğunu anlatmıştır: “Tarihi bir dokusu var eski bir mekân eski her anlamda yani hem tarih bakımından eski hem de biraz pespayelik var açıkçası çok modern değil herhalde ilk olarak bunlar geliyor aklıma” (Mehmet, Yüksek Lisans, Akademisyen, 36).

On beş yıldır müstakil bir binada çalışan, aslında emekli öğretmen olan ama şu an sivil toplum kuruluşlarında görev alan Dilek, mekânı fiziksel özellikleriyle tanımlayan katılımcıların aksine mekânı tanımlarken oradan para kazanan işçilerden, mekânın işlevinden bahsetmiştir fiziksel güzelliğini değersiz bulmuştur:

“Orada birçok ekmek parası kazanmak için bekleyen işçiler geliyor dışı önemli değil yani. Benim için işlevi, içi önemli orda çalışan insanların amacı önemli herkes birilerine bir yardım telaşında ve bu içinde bulunduğumuz mekânın dış güzelliğini değersizleştiriyor dışı nasıl olursa olsun içi pırıl pırıl, cıvıl cıvıl canla başla çalışan insanlarla dolu” (Dilek, Yüksek Lisans, 64).

Daha yeni işe başlayan ve E-ticaretle uğraşan Kemal'in fiziksel bir iş yeri mekânı olmadığı için tanımlamanın zor olduğundan, mekân olarak işyerini alışveriş siteleri ve sayfalar olarak tanımlamıştır ve mekânını bilgisayarıyla birlikte her yere götürebileceğinden bahsetmiştir. Bu noktada çalışma mekânında ilk kez mekânın dijitalleşmesi ile birlikte nasıl bir değişime uğradığını tespit edilmiştir. Mekânı somut bir uzamsallık üzerinden tanımlamamıştır. Burada mekânın klasik algısının dışında sanal mekândan söz edilmiştir:

“Şimdi benim herhangi bir yerde bir dükkânım, mağazam olmadığı için mekânın tanımını yapmak benim için zor ama benim mekânım da alışveriş siteleri bazı sayfalar bu gibi yerler benim çalıştığım mekânı tarif edişim bu şekilde. Esnek yani bide şey gibi düşünün mesela bir AVM’de ya da sokakta bir mağazanız var orada bir iş yapıyorsunuz ne kadar çok uğraşırsanız kendiniz kazanıyorsunuz ama burada mekânım esnek. Aynı zamanda sizin konunuzla da benzer sabit bir fiziksel mekâna bağlı olmadığı için her yerde yapabiliyorum. Bu zaten daha çok Kanada, Amerika gibi yurtdışı odaklı bir çalışma şekli ama şöyle ben mesela bundan bir ay önce İzmir’deydim, İzmir’de başladım şimdi Ankara’dayım yani benim mağazam bu bilgisayarla beraber her yere gelebiliyor o yüzden bu açıdan güzel” (Kemal, Lisans, E-ticaret, 34).

Sonuç olarak, katılımcıların çalışılan mekânı algılama biçimleri mekânın dijitalleşmesini tespit ederken halen işi fiziksel mekâna bağlı olanlar fiziksel olarak tanımlamaktan geçmiştir. Bunun sebebi çalıştıkları yeri düşündüklerinde gözlerinin önüne gelen kapalı bir ortam olması, duvarlarla kaplı olması ve içindeki eşyalardan ibaret olması ve bütün bunların ilk akla gelmesidir. Bu da insanların bulundukları çalışma ortamlarında fiziksel görüntüye ne kadar odaklandıklarını belli etmektedir. Tam bu noktada Lefebvre'nin mekânı statik değil diyalektik bir şekilde kavraması ortaya çıkar: “Mekân pasif ya da boş bir şey olarak ya da yalnızca bir ürün olarak değişim değerine sahip tüketilen bir ‘şey’den farklıdır. Toplumsal ilişkiler ancak mekânın içinde ve mekân aracılığıyla gerçek bir varlık bulur. Toplumsal ilişkilerin dayanağı mekânsaldır. Bu mekânsal bağlantı noktası mekânı dönüştürmüş olan

kurumların, mekânın neyle ikame edildiğinin eleştirel bir analizini mümkün kılar” (Lefebvre, 2000: 402).

Dijitalleşme ile birlikte mekânın uzamsal özelliğinin dönüşüp sanal alanda yeni mekânların üretildiğini tespit eden katılımcı ise iş hayatını zaten internet üzerinden sürdüren katılımcı olmuştur.

3.2. Mesai Saatlerinde Dijital Ağ Kullanımı

Çalışma alanları fiziksel mekân olan katılımcıların yoğunlukta olması iş hayatlarında internet ve dijital ağlar ile ilişkilerinin ne kadarının iş ne kadarının özel ihtiyaçlarından kaynaklandığı tespit edilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bu çerçevede mesai saatleri içinde özel alanın nasıl sınırlandırıldığı ve buna dijitalleşmenin nasıl bir etkisi olduğu araştırılmıştır. Araştırmanın bu kısmında iki başlıkta sonuçlar aranmıştır ilki dijitalleşmenin işin yapılması için zorunlu olmasının etkisi ikincisi ise kişisel, özel beklentileri çerçevesinde iş hayatı sırasında dijital ağların nasıl bir yeri olduğuna odaklanılmıştır.

Esnek çalışma mesaisi olan Esra, işlerini yürütebilmek için dijital ağlarda vakit geçirdiğinden hatta mesai saatleri dışında da vakit geçirdiğinden bahsetmiştir:

“Bir sipariş olduğu zaman direkt benimle başka insanların iletişim kurması, müşterilerin iletişim kurması, patronumuzun, tatlıcının bir sürü insanın benimle iletişim kurması gerekiyor çünkü o işin başında tezgâhta ben varım o yüzden dijital ağlardan yaralanıyoruz. Genelde sadece mesai saatleri içinde değil mesai saatleri dışında da bu işleri yapıyorum” (Esra, Lise, Tezgâhtar, 20).

Esra kişisel işleri için de mesai saatlerinde vakit geçirdiğinden bahsetmiştir:

“Kendim için mesai saatlerinde geçiriyorum şöyle ki genelde nöbetli çalışıyoruz. Haftada bir değişiyor. Eğer akşamcı olduğum zamana denk gelirse akşam bir iki saat boş vaktim kalıyor o zaman film izleyebiliyorum, sosyal medyaya girebiliyorum, birileriyle görüntülü

konusabiliyorum, telefonda konuşabiliyorum bu tarz şeyleri yapmaya vaktim oluyor” (Esra, Lise, Tezgâhtar, 20).

Bebek ürünleri satan bir mağazasında çalışan Leyla, iş yerine girip çıkarken dijital ağırları kullandığından ama bazen internetin olmadığı zamanlarda zorluk yaşadığından söz etmiştir:

“Mesela işe gelirken giderken ve molalara çıkarken sürekli bir uygulamaya girip bildiriyoruz geldiğimizi gittiğimizi bildiriyoruz ama onun için de internet gerekiyor ve bazen internetimiz olmadığıda sıkıntı yaşayabiliyoruz. Onun dışında mesela bir müşteri geldiğinde bir ürünün stoğunu sorgulamak istiyor ben de telefonda ya da bilgisayardan diğer mağazalardaki stoğunu kontrol ediyorum onun dışında çalıştığım firmanın uygulaması var oraya da girip ürün kontrolleri filan yapıyorum” (Leyla, Lisans, Satış temsilcisi, 26).

Leyla, mesai saatlerinde kişisel işleri için dijital ağırlarda çalışırken vakit geçiremediğini sadece molalarında bakabildiğini söylemiştir:

“Molalar mesai saatlerine dahil ise evet geçiriyorum ama sadece molalarda zaman geçiriyorum çalışırken maalesef kişisel ihtiyaçlarım için telefon kullanamıyorum molalarda da ortalama yarım saat filan zaman geçiriyorum dijital ağırlarda” (Leyla, Lisans, Satış temsilcisi, 26).

Sosyal bilgiler öğretmeni olan Yavuz, çalışma hayatındaki dijital ağ kullanımında akıllı tahtalardan bahsetmiştir:

“Kesinlikle işlerim için dijital ağırları kullanıyorum. Fatih projesiyle gelen akıllı tahtalar var oralardan ders materyalleri açabiliyorum indirebiliyorum çocuklara görsel anlamda da destek oluyor bunlar onların daha çabuk öğrenmesi açısından çok verimli oluyor. Telefonlara ya da diğer androidlere indirilen Zoom programlarıyla bu dijital ağırları kullanıyoruz” (Yavuz, Lisans, Öğretmen, 30).

Yavuz kişisel işleri için dijital ağlarda teneffüste ya da boş derslerde vakit geçirdiğini ifade etmiştir: “Teneffüslerde on dakika yirmi dakika ya da boş derslerde telefon uygulamalarından Facebook hariç diğer hepsini aktif kullanıyorum” (Yavuz, Lisans, Öğretmen, 30).

Araştırma görevlisi olan Fazlı işlerini dijital ağlar olmadan işlerini zaten yürütemeyeceğini söylemiş, kendisini bu bağımlılığın otürü diyaliz hastasına benzetmiş, yani dijital bir ağı son derece somut biyolojik ve fizyolojik bir ihtiyaç ile ilişkilendirmiştir. WhatsApp olmadan işlerini yapamayacağını söylemiş ve işlerini dijital ağlardan yürütme pratiklerinden bahsetmiştir:

“Kesinlikle zaten ben dijital ağ olmadan üretim yapamıyorum. Şu anda ben bir tane kitap bölümü kaleme alıyorum. O aldığım kitap bölümünde işte genelde yabancı literatürden faydalaniyorum eğitim dili yabancı olduğu için çalışmalarda ders materyallerinde falan o bakımdan dijital ağları çokça kullanıyorum. İşim dolayısıyla araştırma yapmak için onun dışında idari işler için de kullanıyorum. Zaten üniversitelerde şu anda EBYS denen bir şey var Elektronik Belge Yönetim Sistemi diye oradan üst makamlara yazılan yazılar olsun, resmi yazılar olsun oradan takip ediyorum bütün işleri. Şu anda dijital ağlar zaten bütün devlet kurumlarında bu şekilde kullanılıyor. Bu arada ben işimi yapabilmem için şu anda hem akademik hem de idari anlamda dijital ağı bağımlıyım tamamen bağımlı yaşıyorum diyaliz hastası gibi tabiri caizse.

WhatsApp bu arada çok işlevsel bir şey burada WhatsApp olmadan işlerimizi yapamıyoruz. Tamamen hocalarla kendi aramızda mesajlaşmalar, hocalarla gruplarımız, öğrencilerin yazması filan çok oluyor. Ama ben öğrencilerin bana WhatsApp’tan yazmalarına cevap vermiyorum. Bana mail atacaklar kurumsal adresimden o şekilde. Mesela bizim kurumsal mail adreslerimiz de var o mail adresleri üzerinden ben bilhassa oradan iletişim kurmalarını istiyorum ki yaptığım ettiğim her şey resmi olsun. Öğrencilerle ilişkim daha güvenli oluyor benim için” (Fazlı, Yüksek Lisans, Araştırma görevlisi, 27).

Akademisyen olan Mehmet işleri için dijital ağ pratiklerinden Covid-19 Pandemi döneminde kullandıkları Zoom programı üzerinden anlatmıştır ve o dönemden beri yapmaya da devam ettiğini belirtmiştir:

“Dijital ağlar özellikle Pandemi döneminde Zoom ya da Google Meet vs gibi platformlar üzerinden derslere katılma veya sempozyumlara katılıp seyredebilmek için katılımcı olarak oralarda yer aldım toplantıları o platform üzerinden düzenledik yani işimin parçası olarak kısımlar bunlar diyebilirim bundan sonra da muhtemelen Pandemi’nin etkisi geçse bile bu platformları kullanmaya buralarda ders vermeye tez savunmalarına vs devam edicez diye tahmin ediyorum” (Mehmet, Yüksek Lisans, Akademisyen, 36).

Kendi işi olan Kenan, işlerini halletmek için dijital ağ platformlarından söz edip kendisine müşteri bulmak için dijital ağları sık sık kullanıldığını ifade etmiştir:

“Instagram, Facebook, Twitter, YouTube. İşimi yapmak için bu sosyal medyalar üzerinden reklam veriyorum. Baya vakit geçiriyorum işim en çok reklam üzerine döndüğü için siz ne kadar kendinizi tanıtırsanız reklam verirsiniz o kadar müşteri gelir o yüzden bu sosyal medyalarda vakit geçiriyorum. Ayrıca iş yerimin sitesi var orada da aktif vakit geçiriyorum ilgileniyorum falan çünkü oradan da iletişime geçiyorlar” (Kenan, Lisans, Kendi işi, 26).

Kenan kendi kişisel zevkleri için de dijital ağları kullandığını ve bunun bir sınırı, kısıtı olmadığını söylemiştir: “Evet zaman geçiriyorum iki saat geçiriyordumdur herhalde kendi işimiz olduğu için bu konuda sıkıntı yaşamıyorum istediğim zaman telefonumda dijital ağlarda zaman geçiriyorum” (Kenan, Lisans, Üniversite, 26).

Samet de Kenan gibi kendi iş yerine sahip olduğu için işini zaten dijital ağlar yoluyla yürüttüğünü söylemiştir fakat kendisinden çok çalışanların bu platformları kullandığından bahsetmiştir: “Biz internetten para kazanıyoruz zaten internet olmazsa kazanamayız. Teknolojiyi, interneti sürekli kullanıyoruz. Ben pek geçirmiyorum ama daha çok çalışanlarım ilgileniyor” (Samet, Lisans, Kendi işi, 48).

Samet kişisel zevkleri için de dijital ağlarda vakit geçirdiğinden bahsetmiştir ama buna yakın zamanda başladığını ve baya vaktini aldığını belirtmiştir:

“Sosyal medyada zaman geçiriyorum ama o da yeni başladı aslında sosyal medya geçmişim çok fazla yok benim Pandemi’de başladı daha önce kullanmıyordum. Pandemi’de iş olmadığı için giriş yaptım. Pandemi’de kapalıydım Pandemi’den sonra açtım çünkü uluslararası bizim işler dolayısıyla şimdi dikkat ediyorum baya günün üç dört saatini ayırmaya başladım işyerinde sadece” (Samet, Lisans, Kendi işi, 48).

Dilek mesai saatlerinde işleri için dijital platformları kendisinin fazla kullanmadığını daha çok kendisinden yaşça küçük iş arkadaşlarının kullandığını ifade etmiştir:

“Zaten dijitalsiz olmaz yani şöyle söyleyim internet üzerinden birçok satışlar yurt dışına maille oluyor. Ama tabi ben onu çok kullanmıyorum kullanabildiği kadar kullanıyorum, ama çok detaylı değil gençler daha çok kullanıyorlar” (Dilek, Yüksek Lisans, 64).

Dilek mesai saatleri içerisinde kişisel işleri için dijital ağlarda vakit geçirmediğini belirtmiştir:

“Şöyle doğal olarak Instagram’da sayfa olduğu için kim girmiş diye yurt dışından kimler girmiş kimler girmemiş diye bakıyorum. Kendi zevklerim için şöyle tabii ki giriyorum ama akşamüstleri kafamı rahatlatmak için bakıyorum yani bir yarım saat kadar bakıyorum” (Dilek, Yüksek Lisans, 64).

Memur olan Elif kendi iş hayatında dijital ağı kullanma pratiklerinden bahsederken işe yeni başlamış olması sebebiyle kendisinin henüz tam olarak kullanmaya başlamadığını belirtmiştir:

“Şu an için bir haftadır başladığım için bundan tam olarak emin olamıyorum. Çünkü hani henüz bir odam ya da bir bilgisayarım falan

yok ama genel anlamda orda çalıştığım kurumda internet üzerinden de mailler, bakanlıklara gönderilen belgeler internet üzerinden gerçekleştiriliyor” (Elif, Lisans, Memur, 25).

Elif kişisel işleri için dijital ağlarda geçirdiği zamandan ve neler yaptığından bahsetmiştir. Dijital ağlarda geçirdiği süreyi mesai araları ve sonrasında kullandığını belirtmiştir:

“Yani şöyle söyleyeyim öğle arası bir, bir buçuk saat falan oluyor o zamanlarda da WhatsApp’tan arkadaşlarımla işte sosyal çevremle görüşmelerim oluyor işte yine Instagram’dan birbirimizle görüşmeler, videolar falan atmalar oluyor o şekilde yani. Böyle bir, bir buçuk saat falan zaman harcıyorum” (Elif, Lisans, Memur, 25).

Ahmet işleri için dijital ağları kullanma sebebi olarak mekânda zaman kısıtının olduğunu bu kısıt dışında özellikle uzaktan eğitim olanağı sağladığı noktalarda dijital ağları kullandığını söylemiştir:

“Mekânda zaman kısıtımız oluyor. Zaman kısıtım olduğu için bütün elindekileri kullanamıyorsun bundan dolayı bazen uzaktan eğitimi kullanıyorum. Elimdeki programları kullanarak uzaktan eğitimle soru çözümü yapıyoruz ve öğrencilerle sürekli iletişim halinde oluyoruz. Bu bizim için büyük bir avantaj” (Ahmet, Lisans, Öğretmen, 26).

Ahmet kişisel işleri için de dijital ağları kullandığını fakat internette çok zaman harcamadığını belirtmiştir: “Zaman geçiriyorum ama çok diyemem çok az bir süre geçiriyorum. Şöyle örneklendirebilirim mesai saatleri içinde toplam yarım saat 40 dakika.” (Ahmet, Lisans, Öğretmen, 26).

Eda ise kendi iş hayatı için dijital ağ pratiklerinden söz edip, Covid-19 Pandemisi döneminde kendisi çalışmamasına rağmen çalışma arkadaşlarının tecrübeleri üzerinden o dönemde işlerin dijital olarak nasıl değiştiğine, çalışmanın nasıl sanal ortama taşındığına değinmiştir:

“İşim için sadece örnek veriyorum bir ürünün özelliğini bilmiyorsak veya işte şu şunu çalıştırır mı gibi deneme yanılma yöntemini kullanacaksak ya da karşılaştırma yapacaksak evet internetle birlikte giriyoruz bakıyoruz. Şöyle aslında Pandemi’deyken Apple Store tamamen kapanmış online’a geçmiş. Yani siz Apple Store’dan iki tık tıkla alışveriş yapabilirken altta bir uzmanla görüşün diye bir sekme var ve evden çalışan uzman dediğimiz bizim şu an yaptığımız işi Online’a taşınmış ve bu iş için bazı cihazlar evlere yollanmış ve tüm çalışanların evine bir bilgisayar gitmiş. Örnek veriyorum siz bir iPhone alacaksınız hemen oradan bir zamanla görüşüne basıyorsunuz oradan bir telefon numarası çıkıyor size ve arıyorsunuz örnek veriyorum bana bağlandınız ben işte sizle sohbet etmeye başlıyorum eğer ki daha önce Apple desteği aradıysanız aynı onun gibi işte. iPhone mu almak istiyorsunuz, bunu hangi amaçla kullanacaksınız, kamerasını kullanıyor musunuz, kullanıyorsanız pro ve pro max’i öneririm gibi gibi alternatif çözümler sunduğumuz bir platformmuş. Eskiden varmış ama artık her yer açılınca da öyle bir pozisyona ihtiyaç kalmamış” (Eda, Lisans, Satış uzmanı, 25).

Eda iş yerinde kişisel işleri için dijital ağırları kullanmayı doğru bulmadığını ve hatta biriyle iletişim kurmak için bile telefonu eline almadığını akıllı saatini kullandığını belirtmiştir:

“Ben bunu mantıklı bulmuyorum. Yani iş yerindeysem ve o an çalışma esnasındaysam genelde telefonumu açmıyorum bile. Zaten aynı anda akıllı saat de kullandığım için direkt hani saatimden bakıp kim arıyorsa önemliyse zaten ardından mesaj da attığı için şu an müsait değilim çalışıyorum diye hızlı mesaj oluşturdum direkt onu atıyorum bu şekilde yani” (Eda, Lisans, Satış uzmanı, 25).

Selma işleri için dijital ağırlarda anket analizleri için SPSS programını kullanarak zaman geçirdiğinden bahsetmiştir: “Bazen yapılan anketler tabletler üzerinden vs. yapılıyor zaten SPSS programı kullanıyoruz kesinlikle ihtiyaç oluyor” (Selma, Lisans, Supervizör, 25).

Selma da Eda, Leyla ve Ahmet gibi kişisel işleri için mesai saatleri içerisinde dijital ağlarda çok vakit geçiremediğini ifade etmiştir: “Yani iş esnasında çok fazla sosyal medyaya vakit ayıramıyorum açıkçası. Zaten dijital ağları çok fazla kullandığım da söylenemez mesai saatleri içerisinde. Ama yine de aralarda falan bakıyorum” (Selma, Lisans, Süpervizör, 25).

Mesai saatlerinde dijital ağ kullanımına odaklanılan bu bölümde çalışan bütün katılımcıların mesai saatleri içerisinde iş hayatı pratiklerini yürütebilmek için her birinin kendi meslek sektörü pratiklerinin getirmiş olduğu iş yükümlülüğü dahilinde dijital ağları kullandıkları tespit edilmiştir. Özellikle iş hayatında işlerini yürütebilmek için kendi kişisel cihazlarını kullanan çalışanların sayısının çok olması da bulgular arasındadır. Ama genel olarak kimse bu durumdan şikayet etmemiş, dijitalleşmeyi olumsuz olarak tanımlamamış, bu dijitalleşme sürecinin işin bir parçasıymış gibi içselleştirdikleri tespit edilmiştir.

Mesai saatleri içerisinde çalışanların kendi işleri ya da zevkleri için dijital ağlarda zaman geçiriyor olması özellikle kendi işi olmayan bireyler için daha kısıtlı ve az olmuştur. Genelde sadece mola zamanlarında cep telefonlarıyla dijital ağlara erişip zaman geçirdikleri tespit edilmiştir. Fark edilmiştir ki mola zamanları dışında iş başındayken kendi işleri için dijital ağlarda vakit geçirmeleri birçok meslek tarafından hoş karşılanmamaktadır.

Temel olarak iki ana konuya odaklanıldığı tespit edilmiştir. Bunlardan ilkinde çalışan katılımcıların mesai saatleri içerisinde işlerini yürütmek için kullandıkları dijital ağ pratikleridir. Yapılan araştırma sonucunda çalışan on beş kişinin de iş hayatında işlerini yapabilmek için dijital ağları kullandığı tespit edilmiştir.

Çalışanların işlerini yapabilmesi için dijital ağlarda zaman geçirdiği cihaz ya da cihazlar sorulduğunda öğretmen olan iki kişi sınıflarındaki akıllı tahtaları ve cep telefonlarını kullandıklarını, E-ticarette uğraşan iki kişi kişisel bilgisayarlarını ve cep telefonlarını kullandıklarını, üç kişi hem işyeri bilgisayarını hem kişisel bilgisayarını hem de cep telefonlarını kullandıklarını, beş kişi iş yeri bilgisayarı ve cep telefonu kullandıklarını, iki kişi telefon ve tablet kullandıklarını, bir kişi iş yeri bilgisayarını kullandığını ve bir kişi de yalnızca cep telefonunu kullandığını belirtmişlerdir.

Diğer bir yandan yine mesai saatleri içerisinde kendi kişisel işleri ve zevkleri için dijital ağ kullanımıdır. Mesai saatleri içerisinde kişisel işler ya da zevkler için dört kişi vakit çok az vakit geçirdiğini, bir kişi de vakit geçirmeyi uygun bulmadığını belirtmiştir.

Katılımcılar arasında aktif çalışma hayatı içine olan on beş çalışanın mesai saatleri içerisinde kişisel işleri ya da zevkleri için dijital ağlarda zaman geçirdiği cihaz ya da cihazlar sorulduğunda dört kişi kişisel bilgisayarını ve cep telefonunu kullandıklarını, iki kişi hem işyeri bilgisayarını hem kişisel bilgisayarını hem de cep telefonunu kullandıklarını, bir kişi akıllı saatini kullandığını, sekiz kişi ise yalnızca cep telefonlarını kullandıklarını ifade etmişlerdir.

Bunlar dışında diğer çalışanlar mesai saatlerinde özellikle molalarında dijital ağlarda zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir. Burada amaç katılımcıların dijital ağlara erişiminin mekânsallık ile ilişkisi olup olmadığı, fiziksel olarak hangi mekânda bulunursak bulunalım yeni uzamsal olmayan mekân olarak dijital alana geçiş olup olmadığını, dijitalleşmenin hayatımıza ne yoğunlukta girdiğini görmektir. Bu bölümde mekânın dijitalleşmesini anlamak için öncelikli olarak dijitalleşmenin hayatımıza girişini bakmak gerektiğinden hareket edilmiştir. Bu bağlamda katılımcıların çalışma hayatında işlerini yürütmek ve kendi kişisel işlerini yürütmek için dijital ağları nasıl kullandıkları açıklanmıştır.

3.3. Dijitalleşmenin Çalışanlar Üzerindeki Etkisi: “İnsanları tembelleştirdi...”

Çalışmanın bu bölümünde iş hayatında dijitalleşmenin çalışanlar üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkisini, yine çalışanların gözünden görmek amaçlanmıştır. Şu çerçevede sorulan sorulara alınan yanıtlarda genel olarak dijitalleşmenin çalışanlar üzerindeki olumlu etkisinin iletişimi hızlandırması, iş vaktini kısaltması, zaman kaybını önlemesi olduğu tespit edilmiştir. Olumsuz etkilerinin ise eski iletişim şekillerini bozduğu, yani yüz yüze yapılan iletişimde değişimler olduğu, insanların tembelleştiği tespit edilmiştir. Burada hedef mekânı değil, dijitalleşmenin hayatımıza ne yoğunlukta girdiğini görmektir.

Kendi işi olanlardan biri olan Kenan dijitalleşmenin olumsuz etkisi olarak çalışanlarının mesai saatlerinde bazen telefonla vakit geçirmesinden bahsetmiş fakat olumlu etkilerinin daha çok olmasından söz etmiştir:

“İş vaktini biraz kısalttı çünkü bazen işçiler telefona dalyorlar mesela o konuda sıkıntı olabiliyor. Ayrıca çalışanlar böyle olunca da biraz gevşedi yani iş konusunda tembelleşti diyebilirim. Ama yararları daha çok o yüzden bir şey diyemem. Yani mesela reklam dediğim gibi müşteri bulabilmek için birebir. Çalışanlarla iş konuşması yapmak için toplantı yapabiliyorsun mesela bu güzel bir şey. Yani bir araya gelmene gerek yok Zoom ya da WhatsApp üzerinden toplu mesajlarla, toplu konuşmalarla konferans filan yaparak iletişim kurabiliyoruz bu konularda olumlu” (Kenan, Lisans, Kendi işi, 26).

Leyla’da Kenan gibi dijitalleşmenin olumlu etkilerinin daha fazla olduğunu söylemiş ama yine de olumsuz etkilerinden de bahsetmiştir:

“Çalışanların bence sadece kendi işimle sınırlı tutmazsam çok fazla olumlu etkileri var. Özellikle bu küresel hastalıkla beraber insanlar temasa daha çok dikkat etti ve internet üzerinden alışverişe yöneldi böyle olunca da çalışanların illa iş yerine gelmesine gerek kalmadı evden de çalışabildiler. Çevremde home office çalışan insanlar çoğaldı. Onun dışında dijitalleşme her şeyi daha kolaylaştırdı bu kolaylık da insanlar nasıl desem bir rehavete kapıldılar her şeyin bu kadar kolay ulaşılabilir olması hem çalışanları hem insanları tembelleştirdi bunu da olumsuz etki olarak söyleyebilirim” (Leyla, Lisans, Satış temsilcisi, 26).

Yavuz dijitalleşmenin etkisinin artık her şeyin cebimizde olmasından, ama bunun da dijitale bağımlı yaşamaya sebep olmasından bahsetmiştir:

“Olumlu etkisi öncelikle artık haberleşmenin ve bilgi alışverişinin çok akıcı olması, yani kısaca tüm bilgilerin herkesin cebinde olmasıdır. Olumsuz etkisi ise insanların git gide bu rahatlığa

alışıp dijitalleşmeye bağımlı olup sosyal hayatta kalıp gerçek hayata uzaklaşmasıdır. Olumlu bir diğer özellik de akıllı tahtaların gelmesiyle mesela öğrencilerin bilmediği bilgilerin bizim de bilmediğimiz bilgilere rahatça ulaşımını sağlamıştır” (Yavuz, Lisans, Öğretmen, 30).

Öğretmen olan Ahmet ise dijitalleşmenin eğitim öğretim için hem faydasının hem zararının olduğunu belirtmiştir:

“Olumlu etkisi bir kere sürekli iletişim halinde olabiliyoruz, birçok konuda yan yana gelmeden fiziksel olarak yan yana bulunmadan da o konuyu tartışabiliyoruz, öğrenebiliyoruz, konuşabiliyoruz, bununla alakalı toplantılar düzenleyebiliyoruz. Olumsuz tarafı ise bir eğitimci olarak ben göz göze bakılarak yapılan iletişimi hiçbir şekilde diğer iletişimlerin yerini tutmayacağını düşünüyorum. Bilgisayar başında yaptığınız bir iletişim, bir uzaktan eğitim vb görüşme karşılıklı bir iletişim gibi olmayacaktır göz göze temas kurarak yapılan iletişim gibi olmayacaktır” (Ahmet, Lisans, Öğretmen, 26).

Elif dijitalleşmenin etkisini kendisi ve işe yeni başladığı için iş yerinde çalışan iş arkadaşlarının davranışları üzerinden vermiştir ve sadece olumsuz etkisinden bahsetmiştir:

“Yani ben kendi açımdan özellikle söylersem telefonla falan sosyal medyada çok vakit harcadığım zaman oturma şeklim bile mesela değişiyor, o yüzden mesela sırt ağrısı ya da mesela kurum içerisinde bilgisayar başında sürekli işle meşgul oldukları için internet üzerinden aynı şekilde onların da o şekilde sırt ağrıları falan olduğunu düşünüyorum ki söylüyorlar da zaten. Olumsuz yönde bu şekilde etkileri olmuştur” (Elif, Lisans, Memur, 25).

Dilek de Yavuz ve Ahmet gibi dijitalleşmenin olumsuz etkisinin yüz yüze iletişimde bozukluk oluşturduğundan bahsetmiş; olumlu etkisi olarak da çalışanların araştırmacı oluşundan söz etmiş ve kendinden örnek vermiştir:

“Olumsuz yönleri kişisel yüz yüze diyaloglar bozuldu, arkadaşlık, dostluk hepsi bunlar bir anda bitti gibi. İnsan dokunmak ister ben gazeteyi bile bilgisayardan okumayı sevmiyorum ille o gazetenin hıştısını duyacağım. Olumlu bir yanı şöyle bu kadar tabii ki araştırmacı olmuyorsunuz şimdi zoom üzerinde bu kadar toplantılar yoktu. Açıkça söyleyeyim araştırıyorsunuz nasıl girebilirim veya işte şifre geliyor bu ne anlama geliyor diye bilgi dağarcığınızı geliştiriyorsunuz. Bana göre benim yaşımdakiler için yani. Gençler bu konu da çok iyi de ama ben 64 yaşındaki bir öğretmen olarak kendimi sürekli araştırarak geliştiriyorum ve birçok arkadaşım da öyle” (Dilek, Yüksek Lisans, Öğretmen, 64).

Fazlı dijitalleşmenin çalışanlar üzerindeki etkisini tamamen olumsuz olarak değerlendirmiş, dijitalleşme kullanımını ayak izi bırakmaya benzetmiştir:

“İletişim şekillerini bozuyor insanların, klasik yani yüz yüze konuşarak daha rahat problemini çözecekken. Çünkü insanlar yüz yüze geldikleri zaman birbirlerine güven duymaya başlıyor. Bunu sosyal medya üzerinden ya da telefon üzerinden falan bir dijital ağ üzerinden yaptığın zaman insanların bi güven duygusu sarsılıyor çünkü o iletişim ortamı risk ortamı da aynı zamanda. Çünkü sürekli bir takip edilme, her şeyin kayıt altına alınması durumu falan. İnsan ister istemez böyle bir risk hissediyor. Riskli bir şey olduğunu da düşünüyorum yani sürekli seni kayıt altına alan işe bunu da ilerde senin aleyhine kullanabilecek bir şey hani ben dijital kullanım eşittir ayak izi bırakma olarak görüyorum ayak izi bırakıyorsun yani oraya ben bunu çok olumsuz değerlendiriyorum. Olumlu yönü de yok değil bir iş olacağı zaman mesafe kalktı ortadan evet fiziksel anlamda kaldırdı mesafeyi ama zihinsel anlamda uzaklaştırdı diye düşünüyorum ben, fiziksel anlamda yok etse de aradaki mesafeyi zihinsel olarak uzaklaştırdı. Ben biraz daha kötümser bir bakış açısına sahibim genel anlamda hayata karşı da eleştirel ve kötümser bakan bir insanım o yüzden ben biraz daha

olumsuzlukların olduğunu düşünüyorum” (Fazlı, Yüksek Lisans, Araştırma görevlisi, 27).

Esra dijitalleşmenin çalışanlar üzerindeki olumlu etkisinin müşterilerin ürün ile alakalı birtakım bilgilere rahat ulaştığından, olumsuz etkisinin de dijital araçlar ile rahatsız edilmesi olduğundan bahsetmiştir:

“Olumlu etkisi müşteriler telefonla arayıp hemen fiyat sorma şekillendirme biçimlendirme her şeyi rahat koşulda yapabiliyorlar ama bunun yanı sıra olumsuz etkisi de numaramızın çok fazla yayılmasıyla araya sapıklıklar girebiliyor çok fazla rahatsız edici taciz olayları da girebiliyor” (Esra, Lise, Tezgâhtar, 20).

Mehmet dijitalleşmenin mesai saatlerinin ortadan kaldırdığını, her zaman herkesin istediği zaman birbirine ulaşabileceğini, bu durumu da hem olumlu hem de olumsuz değerlendirilebileceğini söylemiştir:

“Şimdi şöyle bir şey var insani ilişkiler olarak bakarsak dijitalleşme biraz mesai mefhumunu ortadan kaldırdı diyebilirim yani insanların her zaman herkesin birbirine ulaşabileceği yani en azından teorik düzeyde bunu yapabileceği algısı oluştu dijitalleşmenin böyle bir etkisi var. Ha bunu olumlu olarak da yorumlayabiliriz olumsuz olarak da yorumlayabiliriz. Kimisi kimi akademisyen yine o saatlerin dışında mail bile atılmasını rahatsız edici buluyor zaten cevaplamıyor gelen maili bile görmek pek hoşuna gitmiyor ama kimisi için de bu esnek zamanlar işlerin daha kolay elde edilebilir olması bakımından işe yarıyor. Bu nerden baktığımıza göre değişiyor sanki biraz nasıl yorumladığımıza göre değişiyor” (Mehmet, Yüksek Lisans, Akademisyen, 36).

Son olarak Selma dijitalleşmenin çalışanlar üzerindeki olumlu etkisinin haberleşme ve iletişim konusunda çığır açmasının olduğundan bahsedip olumsuz etkilerinin diğer katılımcıların aksine dijitalleşmenin değil çalışanların kendi hataları olduğunu dile getirmiştir:

“Ya bence dijitalleşme özellikle haberleşme ve iletişim konusunda iş yaşamında çığır açmıştır diyebilirim o yüzden ben olumlu bakıyorum dijitalleşmeye. Nasıl söylesem zaten bu iş yaşamı sürecinde işin aksatılması, dijital ortam yüzünden aksatılması kişinin kendisiyle alakalı bir durum bunun sorumluluğunu dijitalleşmeye yükleyemeyiz” (Selma, Lisans, Süpervizör, 25).

Genel olarak bütün katılımcılar dijitalleşmenin olumlu ya da olumsuz etkilerinin neler olduğuna dair gözlemlerini belirtmişlerdir. Sonuç olarak dijitalleşmenin olumlu etkilerinin iş zamanını kısaltması, çalışanların iş yükünü hafifletmesi, çalışanlarla bir araya gelmek için gerçek mekânlara gerek duymadan dijital platformlar üzerinden görüşülmesi yani çalışanlar arasındaki haberleşme ve iletişim şeklini değiştirip hızlandırması bulgularına ulaşılmıştır.

Verilen cevaplara bakıldığında dijitalleşmenin çalışanlar üzerinde çalışma hayatının özel alanlarına müdahale etmesi anlamında olumsuz etkileri daha fazla olduğu saptanmıştır. Katılımcılar dijitalleşmenin çalışanlar üzerindeki olumsuz etkilerinin başında çalışmanın özel alanı da kapsayacak bir şekilde genişlemesi ve ev hayatına girmesine ek olarak bazı başka olumsuz sonuçlarda tespit etmişlerdir. Bu diğer olumsuzluklar çalışanları tembelleştirdiği, her şeyin bu kadar kolay ve rahat ulaşılabilir olmasının verdiği bir rehabet ortamının oluşması, çalışanların sanal hayata bağımlı kalıp gerçek hayattan uzaklaşması, yüz yüze olan iletişimi bozması, sürekli bilgisayar başında çalışanlar için belirli vücut ağrıları yapması, mesai saatlerini ortadan kaldırdığını gibi birtakım etkilerinin olduğunu sonucuna varılmıştır.

3.4. Covid-19 Pandemi Döneminde Değişen İş Hayatında Mekân:

“Uzaktan eğitim diye bir bela...”

Bu bölümde Covid-19 Pandemisi’nin özellikle ilk zamanlarında, kısıtlamaların yoğun olduğu dönemde çalışan katılımcıların bu dönemde değişen iş ve ev mekânı pratiklerinden söz edilmiştir. Bu dönemde çalışan on katılımcıya bu dönemdeki iş hayatı pratikleri sorulmuştur. Bu on katılımcıdan beşi öğretmen olduğu için genel olarak uzaktan eğitimden hem iş hayatlarının değişmesi hem de eve taşınan

çalışma hayatlarının kendi çocuklarının uzaktan eğitime geçişiyle birlikte mekânsal anlamda iç içe geçmesinden söz edilmiştir.

Tezgâhtar olan Esra, bu dönemde insanların ilk başta mekânsal bir doluluk olduğunu, toplu alışveriş yaptıklarını sonra da korktukları için artık eskisi gibi gelmediğini anlatmıştır:

“Tabii ki şimdi Pandemi’den dolayı insanlar bir korkudan çok çok fazla ekmek almak istedi ve bu çok yoğunluk oluşturup bizi baya yordu ama bir iki gün geçtikten sonra artık boşalma bir tenhalaşma normal yaşantıdaki gibi olmadı gayet sakin geçti. İnsanlar ilk bir aç kalacaklarından ekmeksiz kalacaklarından korktuğu için akın etti, sonra da baktı ki virüs bizi öldürüyor bu sefer de virüsten korktukları için gelmediler” (Esra, Lise, Tezgahtar, 20).

Bir mağazada satış temsilcisi olan Leyla çalıştığı yerin o dönemde kapandığını, daha sonra açıldığını ve bu açılma sürecinin işinin günlük akışını nasıl değiştirdiğini söylemiştir:

“Pandemi döneminde çalıştığım yer bir süre tamamen kapadı. İş yerindeki herkes evdeydi, daha sonrasında temel bebek ihtiyaçları satıldığından yarım günlüğüne açıldı. O sıra evde kaldım ben sonrasında işe gittiğimde de günlük birkaç saat çalışıyordum. O da sürekli maskeyi değiştiriyordum ve sürekli ellerimi ve dokunduğum yerleri dezenfekte ediyordum. Normalleşmeye geçince insanlar da yavaş yavaş alışveriş yapmaya geldiler herkes yine çok korkuyordu ama eskisi gibi dikkat edilmiyordu. Çalışma saatlerimiz de normalleşmişti” (Leyla, Lisans, Satış temsilcisi, 26).

Sivil toplum kuruluşlarında görev olan Dilek Covid-19 Pandemisi’nde hijyen kurallarına uyarak işini aksatmadığını hatta yurt dışı seyahatlerine çıktığını, ama o dönemde işlerin daha çok bilgisayar üzerinden yürütüldüğünü ifade etmiştir:

“Vallahi şöyle çocuklar iş yerine çok gidip gelmemi istemiyorlardı ama ben yine de gittim. Maske ve hijyen kurallarına

uyarak hem yurt içi hem yurt dışı gezilerine gittim kendimi böyle bir fanusa kapatmadım açıkçası. O dönemde iş hayatı pratiklerim tabii ki değişti, o koşuşturma olmadı açıkçası hep bilgisayar üzerinden oluyordu. İş yerindeki gibi şu koliyi yapayım şunu yapayım bunu yapayım durumu olmadı yani biraz tabi işler yavaşladı” (Dilek, Yüksek Lisans, 64).

Eğitimci olan Fazlı, Yavuz, Ahmet ve Mehmet Covid-19 Pandemisi döneminde uzaktan eğitime geçmelerinden bahsetmişlerdir. Bunlardan Araştırma görevlisi ve Akademisyen olan Fazlı ve Mehmet bu durumu olumsuz değerlendirirken Lisede öğretmen olan Yavuz ve Ahmet faydalı olarak değerlendirmiştir. Eğitimin dijitalleşmesi ve eğitim mekânın aynı zamanda eve dönüşmesi hem dijital mekân hem de özel alan olarak ev okul özelliği kazandığı tespit edilmiştir:

“Uzaktan eğitime geçtik biz uzaktan eğitim diye bir bela geldi başımıza. Şundan dolayı öyle tabir ediyorum; işler tamamen bilgisayar ekranı üzerinden yapılmaya başladı, öğrencilere oradan mail atıyorsun, derslerle alakalı bilgileri hocalar tek tek oradan göndermeye çalışıyorlar falan. Böyle çok yani eğitsel açıdan eğitim açısından gerçekten çok büyük bir değişime dönüşüme yol açtı Covid-19 salgını. Özellikle uzaktan eğitim diye bir şey getirdi en büyük yaptığı şey bu oldu. Onun dışında mekânın kullanımıyla ilgili sürekli şey yapıyorsun mekânın temiz tutulması, sosyal mesafe kurallarına uyulması falan o yüzden bir mekânda mesela sınıfta insanlar arası mesafe oluyor, derslerde yüz yüze derslere girdiğiniz zaman da o mesafe var mesela herkes yan yana oturamıyor. Sınavlarda da hakeza öyle, belli bir kapasitesi oluyor sınıflara daha az öğrenci girmeye başlıyor. Şu anda bütün devlet kurumlarında derslerin %60’ı yüz yüze %40’ı online ilk başta tamamen online’dı yani bu şekilde benim çalıştığım ortamda. Zaten her gün gitmiyorduk en başta esnek çalışma saatleri vardı ama her gün gitmeye de başladık ya da vardiyalı çalışma diye bir şey çıktı bazı günler siz gidiyorsunuz bazı günler başka hoca

gidiyor yani bizdeki değişimler bu şekilde” (Fazlı, Yüksek Lisans, Araştırma görevlisi, 27).

“Benim için çok radikal derecede değiştirdi bizim için diyeyim daha doğrusu eğitimciler olarak. Bu belki her kurumda çalışan öğretmenler için geçerlidir sanırım bu durum. Bende evli ve çocuklu olmam münasebetiyle olumsuz bir etki yarattı. Çünkü çalışma ortamım çok verimli değildi işte bide küçük çocuk olunca o da okula gitmiyor sürekli evde ve ben çok iyi çalışamadım bu sürede. Yapmam gerekenleri ya geç saatlerde yapmaya çalıştım ya da hiç yapamadım erteledim o yüzden çok iyi değildi benim için. Ama evde kalmak kurumsal bir çözülmeye yol açtı burada kurum içinde yaptığımız ki ben ders vermiyorum araştırma görevlisi olduğum için ama ders veren hocalarımız derslerini işte evde vermeye çalıştılar. Bu hem hoca için hem öğrenci için çözüme. Öğrenciler de bu derslere katılmadı kimisi gelmedi katılan kamerasını açmadı orda mı değil mi belli değil vs böyle olumsuz geçti yani eğitim anlamında çok verimli geçtiğini düşünmüyorum. Ama dediğim gibi bu bize işlerin öyle de olabileceğini göstermesi bakımından da olumlu bir sonuca varmamıza yardımcı oldu bence bu süreç biraz böyle bakıyorum ben.” (Mehmet, Yüksek Lisans, Akademisyen, 36).

“Pandemi’de çalıştım. Değişiklik oldu evet yüz yüze eğitimden Zoom üzerinden uzaktan eğitime geçildi. Burada işte internetin, sanal alemin daha doğrusu yapılan bu uygulamaların ne kadar gerekli olduğu internetin ne kadar gerekli olduğu da bir nevi anlaşılıyor aslında” (Yavuz, Lisans, Öğretmen, 30).

“Evet, yani daha önce uzaktan eğitim çok da aslında bizim işimizin içinde değildi o kadar. Sadece biz belli bir kısmımız para kazanmak için bunu uzaktan eğitim olarak yapıyorduk ama Pandemi’nin gelmesiyle bu bir mecburiyet haline dönüştü. Okullar kapandı biliyorsunuz okullar kapandığı için öğrenciyle bir şekilde iletişim sağlanması gerekiyordu aslında bir yandan da iyi oldu böyle bir

alan olduğunu bunu kullanabileceğimizi fark ettik. Uzaktan eğitimle kendimizi geliştirmemiz gerektiğini bunla alakalı çeşitli programlar kullanmamız gerektiğini aslında sadece okuldaki vaktimizde kısıtlı olmadığımızı fark ettik Pandemi bu şeyi sağladı bize. Demek ki bu şekilde olabiliyormuş hem olabiliyormuş hem de geliştirilebiliyormuş.” (Ahmet, Lisans, Öğretmen, 26).

Covid-19 Pandemisi döneminde değişen iş hayatında mekâna dair ne gibi değişimler getirdiğinin araştırıldığı bu bölümde genel olarak Pandemi döneminin kısıtlarının fazla olduğu zamanlarında işlerin yolunda gitmediği, kendi işi olanların iş yerinin kapanma noktasına geldiği hatta birinin kapandığı, başkasının işinde çalışanların müşterilerde azalma olduğunun sonucuna mekân anlayışının değişimi bağlamında o güne kadar belli bir mekân ile sınırlandırılmış olan iş hayatının değişimi ekonomik zorluklarla iç içe bir şekilde değerlendirildiği görülmüştür. Özellikle uzaktan eğitime geçişle birlikte eğitim sisteminde yaşanan mekânsal değişiklik ve evin bir mekân olarak okula ve öğretmenler için işyerine dönüştüğüne vurgu yapılmıştır. Öğretmenlerin hepsi bu dönemde uzaktan eğitim modelini kullanmıştır. İster üniversitede akademisyen olsun isterse lisede öğretmen olsun eğitim öğretim hayatının her kademesinde bu sistem kullanılmıştır. Bu sisteme hem öğretmen hem de öğrenci olarak mecbur kaldıklarını belirtmişlerdir. Özellikle evli ve çocuklu olan öğretmenler için bu durumun daha zorlayıcı olduğu, ev ve iş ortamının birbirine karışmasından ötürü iki olguyu aynı anda yürütmenin zor olduğuna varılmıştır. Ayrıca eğitimin dijitalleşmesi kamusal-özel alan ayrımını da kaldırmıştır. Uzaktan eğitim sistemi ile öğretmenler ve öğrenciler özel yaşamları olan evinde eğitim görmüşlerdir. Bu durum ev hayatı ile okul hayatının iç içe geçmesini sağlamıştır.

İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İnsan Hakları Araştırma Merkezinin hazırlamış olduğu “Covid-19 Salgını Döneminde ‘Zorunlu’ Evden Çalışma: İş ve Özel Yaşama Etkileri” başlıklı raporunda bu konu ile alakalı benzer sonuçlar bulunduğu görülmüştür. Bu raporun araştırma bulgularına göre zorunlu olarak evden çalışmanın özel yaşama etkisi bakımından olumlu etkilerden sadece aile bağlarının güçlenmesi, sağlıklı beslenme ve trafikte harcanan zamandan tasarruf etme gerçekleşmiştir. Olumsuz etkilerin ise aileye ve özel yaşama daha az zaman ayırma, kişisel ihtiyaçlara

zaman kalmaması, sosyalleşme imkanlarının sınırlandırılması, kilo alma ve ailevi sorumluluklarının artması olduğu görülmektedir. Bu araştırmaya göre 7/24 çalışmaya imkân veren dijital teknolojiler sayesinde evden çalışmada işin zamana ve mekâna bağlı olmadan yapılabilmesi, ev ve iş arasındaki ayrımı giderek bulanıklaştırmakta ve bu durum iş-dışı ve iş rolleri arasında bir dengesizlik oluşturmaktadır. Bu çalışma kapsamında Covid-19 Pandemi'sinde evden çalışmanın günlük çalışma süresinin artması, normal mesai saatinin dışında da çalışmaya ve hem iş hem ailevi sorumluluklar nedeniyle iş yükünün artmasına sebep olduğu açıklanmıştır (İnkAM, 2020). Buradan da anlaşılacağı üzere bu araştırmanın da bulduğu tespitler, İstanbul Üniversitesi'nin yapmış olduğu araştırma bulgularıyla benzer sonuçlar doğurmuştur.

3.5. Gelecekteki Dijital Çalışma Ortamı: “Bizler olmayacağız herhalde...”

Covid-19 Pandemisi'nin çalışma hayatında yarattığı hem dijital hem de mekânsal dönüşümün gelecekte neler yaratabileceğine dair katılımcıların düşüncelerinin çözümlenmesinin hedeflendiği bu bölümde katılımcılar gelecekteki dijital çalışma ortamında neler değişebileceğine dair düşüncelerine yer verilmiştir. Katılımcılara yöneltilen “Gelecekteki dijital çalışma ortamında sizce neler değişecektir?” sorusuna verilen yanıtlar çerçevesinde temelde iki görüş çerçevesinde toparlanan yorumlar yapıldığı tespit edilmiştir. Birinci görüş, dijitalleşmenin artışı ile artık insan iş gücüne gerek kalmaması, her işi robotların halledecek olması yönündedir. Bu fikir katılımcıları korkutmuştur. Dijitalleşmenin insanı yok edeceğinden korkmuşlardır. İkinci görüş ise, artık işyerine ihtiyaç duyulmayacağı, her işin home office'e dönüşeceği ve dolayısıyla (doğrudan çok az söze dökülmekle birlikte) iş ile evin yani özel alan ile çalışma alanının birbiri ile iç içe geçmesi ve özel alanın özel olmaktan çıkması şeklindedir.

Leyla, insanlara ihtiyacın azalacağından robotların çoğalacağından söz etmiştir, ayrıca home officelerin de artacağına değinmiştir:

“Bence evlere nasıl robotlar giriyorsa yavaş yavaş iş yerlerine de girecek zaten fabrikalarda insanların yapacağı birçok işi makinalar yapıyor bunun daha ilerisi de olur. İnsanlara olan ihtiyaç yavaş yavaş azalıyor insanlar da tek bir hareketle işlerini yürütebilecekler. Home

officeler çoğalacak hatta daha iddialı bir şey söyleyeyim artık işyerlerinde insanlar değil robotlar makinalar olacak insanlar da onları uzaktan evlerinden ya da bulundukları yerden kontrol edebilecekler” (Leyla, Lisans, Satış temsilcisi, 26).

Serhat ve Kenan, gelecekteki dijital çalışma ortamı için insanlara ihtiyaç kalmayacağından bahsederek bunu olumsuz değerlendirmiştir. Dilek de aynı şekilde değerlendirip yapay zekâdan bahsetmiştir:

“Ya şöyle giderek dijitalleşmeyle birlikte insan sayısına olan talep sanki azalacak gibi. Yani bir işi on kişi yapabiliyorken bu gelecekte beşe üçe ya da belki de tek kişinin yapabileceği bir işe dönebilecektir. Zaman zaman sosyal medyada denk geldiğim Amerika’da bir kargo şirketinde kargo çalışanları insan gücü yerine işte ağır eşyaların, ağır kargoların robotlar aracılığıyla kaldırıldığına denk geldim. Yine lojistik sektöründe dronlar aracılığıyla ulaşımda bu dronların kullanıldığına denk geldim. Dolayısıyla insanların çalışma hayatındaki insan sayısı zaman geçtikçe azalacak gibi. Bu anlamda tabi olumsuz olarak bunu nitelendirerek ifade ediyorum. Kimisi daha böyle determinist yaklaşarak teknolojinin her şeyi belirlediği ve her şeyin olumlu ilerleyeceğini işaret eder ama insan faktörünü unutarak bu açıklamalar genelde yapılır teknolojiyi iyi yorumlamak adına. Dolayısıyla biz de muhtemelen yaşamımızda göreceğiz çalışanların sayısı giderek azalacak. Dijitalleşmeyle birlikte insana olan gereksinim daha da azalacak belki daha nitelikli iş gücü ortaya çıkacak bu da uzmanlaşmayı belirli alanlarda gerektirecek diye düşünüyorum” (Serhat, Yüksek Lisans, İşsiz, 34).

“Yani valla şunu söyleyeyim bizler olmayacağız herhalde robotlar yapacak bu işler öyle görünüyor yani artık her şey bilgisayar internet üzerinden ne biliyim aklına ne geliyorsa. Bir de şey var ya yapay zekâ onun üzerinde çalışan çok yakından tanıdığım doçent arkadaşlarım var hani çok daha şey olacak yani uzay filmini seyreliyorduk eskiden onun gibi olacağız. Artık gerçek hayata

dönüştürüyorlar o bir hazırlama dönemiymiş gibi geliyor bana bir yirmi otuz yıl önceden başladılar bir hazırlık dönemiymiş. Toplumsal bir değişim dünyada var ama bu sadece Türkiye’de değil. Çin’de birçok yerinde Japonya’da hiç kimse elini bir şeye sürmüyor yani robotlar yapıyor otellere gidin hele bu Pandemi döneminde size robotlar hizmet ediyor. Ben yapay zekâyı da çok önemsiyorum yani büyük bir gelişme kaydediyorlar çok çalışma yapıyorlar yapay zekâ üzerine (Dilek, Yüksek Lisans, Memur Emeklisi, 64).

“Ben size söyleyeyim pek insana gerek kalmayacak desem yeridir. Artık robotlar çıkacak çünkü bir de bizim işimiz işte çok gerçekten makineleşme olduğu için kumaşı kesecek robot da çıkar insana gerek kalmaz. Kumaşı dikecek overlok makinesi var ama başında insan duruyor bence ona da gerek kalmayacak. Ben bunun hayalini de kurmuyorum bunun olacağını düşünüyorum yani gelecekteki çalışma ortamında bize gerek kalmayacak” (Kenan, Lisans, Kendi işi, 26).

Eda, gelecekte iş hayatındaki her şeyin makineleşeceğinden ve otomatikleşeceğinden, yazılımlardan söz etmiştir:

“Bununla ilgili zaten bir sürü yazılım yapıyor mesela muhasebeyle ilgili bir sürü yazılım var, insan kaynaklarıyla ilgili bir sürü yazılım var artık. İnsanlar bir işe başvurduktan sonra o havuza düştükten sonra bile o kadar hızlı bir şekilde algoritma var ki insanları otomatik eliyor yani bu her işte böyle olacak tekstilde, yazılımda, fabrikada bir sürü sektörde teknoloji ilerledikçe zaten buna yönelik insanlar da bu tarz donanımlar hazırlayacak git gide robotikleşecek. Endüstri bile 4.0’dan 5.0’a geçti git gide her şey dijitalleşiyor (Eda, Lisans, Satış uzmanı, 25).

Ahmet gelecekteki çalışma ortamı için Covid-19 Pandemisi’ni bir simülasyon olarak görmüş, o da home office’lerden bahsetmiştir. İçinde bulunduğu durumu simülatif bir gerçeklik olarak görmektedir. Bu da kuramsal çerçevede ele alınan

Baudrillard’ın simülasyon kuramıyla ilişkilendirilebilir. Baudrillard’a göre “içinde bulunan güncel durum modernliğin ve her alanda özgürlüğün patladığı andır. Modernlik gittiğine göre şimdi olan simülasyon durumudur. Yani bütün senaryolar gerçek ya da sanal olarak gerçekleştiğine, önceden vukuu bulduğuna göre tüm bu senaryoları yeniden oynatmaktan başka bir şey yapılamaz. Şimdi yapılacak tek şey, bitip tükenmez simülasyonlar içinde onları hiper-gerçekleştirmektir” (Baudrillard, 2011: 10).

“Gelecekte bu kaçınılmaz zaten Pandemi bunun bir simülasyonu gibi oldu artık birçok işte ofislere gitmemize, trafik derdi çekmemize, bir ofis kiralamamıza hiç gerek kalmıyor. Aslında evimizde masamızın başında bütün işlerimizi halledebiliyoruz. Bu bir dönüşüm olacaktır belli sektörler dışında yani belli sektörler dediğim gibi fiziksel bağlantıyı kurmamız gerekiyor hastane gibi ya da okul öncesi düzeyindeki öğrenci gibi. Ama onun dışındaki alanlarda bir değişim olacaktır yani insanlar dediğim gibi mekânlara çeşitli ofislere büyük reklam tabelalarına ihtiyaç duymayacaktır masa başından da aynı işlerin yapılabilmesini fark edecektir ki fark ettiler de” (Ahmet, Lisans, Öğretmen, 26).

Yavuz da aynı şekilde gelecekte home officelerin artacağından ve internetin öneminden bahsetmiştir:

“Şöyle emeğe değil de internet üzerinden sanal alışverişin daha da yaygınlaşacağı, bu yüzden home office’lerin artacağı, internet üzerinden artık evden işlerin yoğunlaşacağı bu yüzden de herkesin aslında bir nevi yazılıma ya da internet ağlarına böyle bilgi sahibi olup bu işleri biraz öğrenmesi kanaatimdeyim” (Yavuz, Lisans, Öğretmen, 30).

Elif de Ahmet gibi Covid-19 Pandemisi’nin bu dijitalleşme ortamını hızlandırdığını söyleyip home officelerden söz etmiştir:

“Yani zaten okullar falan da bildiğiniz gibi online eğitime falan döndü. Pandemi’de biraz aslında buna ön ayak oldu diyebilirim. Normalde evet dijitalleşme fazlasıyla arttı Pandemi de bunu aslında biraz daha hızlandırdı. Bu şekilde yani her şeyin artık home office tarzı olabileceğini düşünüyorum artık işlerin tam anlamıyla evden yürütülmesi. İnsanların artık oturdukları yerden çalışabilme imkânı doğabileceğini gösterdi bu durum bize” (Elif, Lisans, Memur, 25).

Selma da home officelerin yaygınlaşacağından bahsetmiştir ve o da Covid-19 Pandemisi’nin etkisinden söz etmiştir:

“Ya ben nasıl söylesem bu dijital ortam home office kavramı zaten var. Covid süreciyle iyice girdi ama Covid’den bağımsız olarak home office’nin yaygınlaşacağını düşünüyorum artık. Herkes evden çalışacak evden çalışmıyorsa bile günlük yaşamda farklı aktivitelere yönelecek. İş yaşamının çalışma süresinin oldukça kısılacağını düşünüyorum” (Selma, Lisans, Supervizör, 25).

Fazlı gelecekteki dijital çalışma ortamından beklentilerini dile getirip iş yükünü hafifletecek şeylerin olmasını ve yapay zekânın gelişmesini istediğini söylemiştir:

“Neler değişecektir ben şöyle düşünüyorum kendi açımdan bize şu anda verdikleri bilgisayar üzerinden bir sistem var o sistem belki şey olabilir yapay zekâ gibi bir şey olabilir ne biliyim böyle yenilikler gelerek umarım ki bize kurtaracak iş yükümüzü hafifleteceklerdi bir şeyler hayal ediyorum. Daha ses komutuna göre ya da görüntü olabilir. İş yerine girerken bizden parmak izi basmamızı istiyorlar artık onu biyometrik gözle iş yerlerine giriş çıkışların olabileceğini düşünüyorum o şekilde yani kolaylıklar getirir” (Fazlı, Yüksek Lisans, Araştırma görevlisi, 27).

Mehmet de dijitalleşmenin gelecekteki değişimine home office örneğini vermiş, ama eğitim hayatında bu dönüşümün daha fazla olmayacağını söylemiştir:

“Eğitimde örneğin ne kadar dijitalleşme ne kadar ileri boyutlara varırsa varsın bu yüz yüceliği bu teması ortadan kaldıracığını düşünmüyorum. Ama farklı sektörlerde özellikle insanlarla teması zaten çok fazla gerektirmeyen ya da telefon veya bilgisayar üzerinden halledilebilen işlerde yani o meslek grupları iyice kenara çekilip home office dediğimiz ne şekilde tanımlanıyorsa o şekilde gerçekleşebilir diye düşünüyorum ilerde” (Mehmet, Yüksek Lisans, Akademisyen, 36).

Samet gelecekteki çalışma ortamında dijital paraların kullanılacağını belirtmiştir:

“Yani dijital dünyaya hâkim olmayan artık nefes bile alamaz. Her şey dijital daha da dijitalleşecek bundan sonraki aşamalarda para dâhil, alışverişler hepsi dâhil dijitalleşecek. Dijital paralar kullanılacak zaten gerçek paralar ortadan kalkacak bence çalışma hayatında yaşanan en büyük değişiklik bu olacak” (Samet, Lisans, Kendi işi, 48).

Kemal gelecekteki dijital çalışma ortamında hologramların olacağını ve kuramsal çerçevede de ele alınan metaverselerin yaygınlaşacağını dile getirmiştir:

“Artık başka boyutların olabileceği alanlar ortaya çıktı bu son zamanlarda mesela metaverse diye bir şey çıktı baya bir gündem olmaya başladı daha önce söyleniyordu da komik geliyordu. Mesela telefonlar için bunu söylüyorlardı birisini aradığınız zaman hologramı orda belirecek ve sanki yanındaymış gibi görüşebileceksin deniyordu şu an bunu metaverse ile de beraber iyice hem bilimsel anlamda hem de teknik anlamda çalışmaya başladılar. Dolayısıyla iş anlamında da olacak tabi bu bir yandan da büyük bir toplumsal dönüşümü tetikleyecek. Hani nasıl ki geleneksel yapıdan çekirdek yapıya sanayi devrimiyle geçtiysek şu anda da teknolojik devrimle beraber insanların artık böyle daha esnek çalışabildiği daha çok kazandığı daha özgür olabildiği alanlar olacak. Hani belki ilerde nasıl olur ben mağazamı ilerde metaverse gibi bir alanda sanal bir mağazayı belki orda insanların

görüp girebileceği şekle çevirebilirim ya da işte biz buradayken Kanada’da toplantılar yapılabilir. Aslında inşallah bu çok geç bir zamanda olmaz da biz de bunu böyle yaşlarımız daha gençken görebiliriz. Gençken görmek isterim yani bunu bizzat yaşamak da isterim. Mesela ben şu an buradayken dünyanın başka herhangi bir yerinde hologramik olarak bir toplantıya katılmak isterim bunlar beni heyecanlandırıyor” (Kemal, Lisans, E-ticaret, 34).

Dijital çalışma ortamında gelecekte nelerin değişeceğine dair verilen cevaplara bakıldığında tüm katılımcıların genel olarak iki görüş üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür. Birinci görüş artık insan iş gücüne gerek kalmayacağı yönündedir. Gelecekte insanların yapacağı işleri daha az insanın ya da robotların, makinelerin veya dronların yapacağı düşünülmüştür. Çalışma ortamında her şeyin makineleşeceğinden, otomatikleşeceğinden bu ilerlemelerin olabilmesi için birtakım yazılımlar ve yapay zekâlar üzerinde çalışıldığı vurgulanmıştır. Ve bunun bir korku oluşturduğu görülmüştür. Covid-19 Pandemisi ile birlikte distopik anlatılara özgü pratikler gündelik hayatımıza daha çok girdiği için bu korku oluşmuştur.

İkinci bir görüş ise gelecekte home office çalışanların daha fazla olacağı yönündedir. Dijitalleşme ile birlikte artık insanların belli bir çalışma alanına gitmesine, orada toplanmasına gerek kalamayacak herkes o an nerede bulunuyorsa oradan işlerini yürütebilecektir. Artık masa başından işler halledilecek, temas ve yüz yüze iletişim kurma gerektirmeyecek bir çalışma modeli ortaya çıkmıştır.

Bu iki genel görüş dışında dijital çalışma ortamında artık dijital paraların kullanılacağı da tespit edilmiştir. Gelecekte artık gerçek paraları ortadan kalkacağı, artık dijital paralarla bütün alışverişlerin yapılacağı söylenmiştir. Bir diğer tespit ise konu ise kuramsal çerçevede de ele alınan metaverselerin yaygınlaşacak olmasıdır. Metaverse, kullanıcıların web tabanlı bir dünyaya bağlanmasını sağlayan sanal bir evrendir (Güngör, 2021: 195). Gelecekteki çalışma ortamında bu sanal evrenler üzerinden sanal mekân oluşturulup sanal alışveriş yapılabileceği söylenmiştir. Ayrıca yine dijital çalışma ortamında gelecekte hologramların da kullanılacağı çıkan sonuçlar arasındadır.

SONUÇ

İçinde bulunduğumuz Covid-19 Pandemisi döneminde bulaşıcı hastalıktan korunmak için özel ve sosyal yaşamın yeniden düzenlenmesi gerekmiş bu yeni düzenleme insanların bir araya geldikleri mekânların yeniden düzenlenmesi ile sonuçlanmıştır. İnsanların özellikle kapalı mekânlarda bir araya gelmelerinin zorlaşması mekânların fiziksel özelliklerini değişmesini gerektirirken insanların bir arada olma ve sosyalleşme ihtiyaçları eskiye benzer kaldığı için insanlar sanal platformlarda sosyalleşmeye başlamışlardır.

Bu araştırmada yukarıdaki sorunsal çerçevesinde Covid-19 Pandemisi'nin başladığı dönemde bir süre bu yeni yaşam biçiminin düzenlenmesi konusunda bocalayan insanların kısa bir süre sonra, özellikle 2020 yılı sonlarından itibaren, dijitalleşmenin insan hayatına daha fazla girmesiyle birlikte dijital ağların bugün mekân anlayışını nasıl etkilediği incelenmiştir. Günümüzde teknoloji çağının getirisiyle dijitalleşme hayatımızın her alanına girmiş ve mekân algımızı da değiştirmiştir. Mekanın bu dönüşümü dijitalizasyonun hakimiyet kazanmasıyla birlikte özellikle 2000'li yılların başından itibaren bir çok farklı sosyal bilim alanının ilgisini çekmiş ve sanal mekân ya da dijital mekân kavramsal bir değer kazanmıştır. Bu araştırma özel olarak Covid-19 Pandemisi ile birlikte dijitalleşmeyle gelen mekânın kamusal ve özel alandaki değişimini ve dönüşümünü, toplumun mekân algısının değişimini açıklamıştır.

Araştırma metodolojisi kapsamında katılımcılarla gerçekleşen görüşmelerin sonucunda mekânın dijitalleşmesine ve gündelik yaşamdaki kullanımına ilişkin birtakım farklılıklar tespit edilmiştir. Yapılan yirmi görüşmenin sonuçları, mekânın ve dijital mekânların toplumsal anlamda kişilere göre farklılık gösteren bireysel boyutları olduğunu göstermiştir. Bulguların analizi bu çerçevede diyalektik mekân temelinde gerçekleştirilmiş hem toplumsal bir ürün hem de toplumu belirleyen bir unsur olarak mekân görüşmelerin tamamında farklı farklı şekillerde kendini göstermiştir.

Araştırmada mekânın anlamlandırılması ile ilgili birkaç husus dikkat çekmiştir. Mekânın ilk olarak kapalı bir alan, bir yapı olarak tanımlanmış olması tespit

edilmiştir. Mekân sadece kapalı, dört duvar arasında olan bir alan olarak tanımlamıştır. Mekân ile ilgili bir başka tanım, mekânın insan ile bağlantılı olmasıdır. Bir yerin mekân olabilmesi için o yerde insan olması gereklidir. Mekân insan ile ayrı düşünülemeyecek bir yerdir. Mekân bir var oluş alanıdır ve sadece çatısı ve duvarları olan bir yerden ibaret değildir, başka insanlarla temas halinde bulunabilen bir yerdir. Mekânın tanımlamasında insan ile bağımlı bir mekân tanımlaması yapılmıştır ve hatta mekânı tanımlamak için mutlaka insanların varlığından, sohbet etmek, gezmek eğlenmek gibi içinde yapılan etkinliklerden hareket edilmesi gerektiğini belirtilmiştir. Bu etkinlikler tanımlanırken ise evde ya da iş yerinde çalışmak gibi zorunlu gündelik faaliyetlerden pek bahsedilmediği daha çok gündelik rutinlerden uzak boş zamanların geçirildiği mekânların akıllarına geldiği tespit edilmiştir.

Mekân kavramının anlamlandırılmasının, algılanmasının ve tanımlanmasının araştırıldığı bu ilk bölümde mekân ile ilgili sorulan soruların öncelikle gündelik yaşamın zorunlu edimleri olan ev işleri, iş hayatı gibi unsurlarla ve olumsuz etkinliklerin gerçekleştiği ya da gerçekleşebileceği yerlerle ilişkilendirilmedikleri tespit edilmiştir. Mekânın ilk tanımlaması yapılırken mekân kavramı sanal mekânlar ile hiç ilişkilendirilmemiştir

Covid-19 Pandemisi döneminde evde kalma ile birlikte mekân anlayışında değişiklikler olmuştur. Covid-19 Pandemisi'nde sosyal medya kullanımının artmış ve bu artışın o dönemde evde kalındığı için sosyal medyaya daha fazla giriş yapılmıştır. Bu artışın nedeni kapanma dönemlerinde fiziksel olarak sınırlı bir mekândaiken sınırsız bir mekânda gezinmek, yeni yerler keşfetmek, yeni insanlar tanımak ve canlı konserlere katılmak insanlara cazip gelmiştir.

Mekân kavramından sonra dijitalleşme kavramı ele alınmış, bu kavram farklı açılardan açıklanmıştır. Bu da dijitalleşmenin çok yönlü ve geniş kapsamlı bir kavram olduğunu ortaya koymaktadır. Dijitalleşmenin bilgiye erişimde, insanlar arasındaki iletişimde ve gündelik hayata özgü bazı faaliyetlerin kolaylaşmasında etkili olduğu görülmüştür. Bunun dışında dijitalleşme tanımında telefonun sürekli var olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum da telefonun dijitalleşme ile bağı olduğunu ortaya koymaktadır. Telefon sayesinde dijitalleşmenin getirmiş olduğu kolaylıklar daha hızlı ve pratik şekilde kullanılmaktadır.

Telefon dışında dijitalleşme denince akıllara gelen bir diğer kavram dijitalleşmenin sağlayıcısı ve destekçisi olarak teknoloji olmaktadır. Dijitalleşme ile teknoloji kavramını kimi zaman eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Dijitalleşme ve teknoloji kavramları eş olarak görülmektedir. Dijitalleşme sayesinde teknoloji günlük yaşamın içine girmektedir. Oysa dijitalleşme ve teknoloji kavramları farklı şeylerdir. Teknoloji insanların ihtiyaçlarına uygun araçların yapılması ve üretilmesi için gerekli olan bilgi ve yetenektir. Dijitalleşme ve teknoloji arasındaki ilişki, ulaşılabilir bilgilerin herhangi bir bilgisayar, akıllı telefon, tablet vb. teknolojik araçlar sayesinde okunabiliyor olmasıdır. Bu kavramsal özdeşleştirme dijitalleşme kavramının halen sınırlarının çizilmesi zor bir kavram olduğunu tespit edilmesini sağlamıştır.

Araştırmanın sonuçlarına bakılırsa mekânın dönüşümü gözle görülmektedir. Mekânlar hızlı bir şekilde yok edilmiş, yeniden tasarlanıp dönüştürülmüştür. Dijital teknolojinin ortaya çıkmasıyla birlikte mekânın dönüşümü yeni bir boyut kazanmıştır. Sanal mekânlar olarak niteleyebileceğimiz yeni mekânlar insanların iletişimsel ortamlarının yanı sıra geleneksel mekânlar ile ilgili deneyimleri de farklılaştırmış ve değiştirmiştir.

Dijitalleşme, birey/toplum ve mekân kavramları arasındaki ilişki konu bakımından önemlidir. Dijitalleşme ve mekân arasındaki ilişki hakkında birkaç önemli noktaya değinilmiştir. Bu noktalardan ilki, dijitalleşmenin fiziksel mekân kavramını değiştirip sanal bir mekân yarattığıdır. İnsanlar artık gerçek mekânlarda görüşmeyi, toplanmayı, işlerini halletmeyi bırakıp bir dijital platform üzerinden daha hızlı ve rahat bir şekilde bu ihtiyaçlarını gidermektedir. Fiziksel mekânlarda bir araya gelemeyecek bir topluluk, dijital mekânda çok rahat bir şekilde bir araya gelmektedir. Bu insanlar arası etkileşimin yerinin belli bir uzamsallık ile tanımlanamayacak kadar genişlediğini göstermektedir.

Mekân ve dijitalleşme arasındaki ilişkinin insani ilişkileri değiştirdiği görülmüştür. İnsanlar artık fiziksel mekânlarda değil dijital mekânlarda ortak zevklere sahip kendi düşünce yapısını göre birini tanıyor, arkadaş oluyor hatta evleniyordur. Bu duruma hem olumlu hem olumsuz taraftan bakılmıştır. Olumlu yönünün bir sosyal medya platformu üzerinden tanışıp kendisine uygun olan ve arkadaşlık ilişkisi kurulan kişinin varlığının, fiziksel mekânlarda kendilerine uymasa bile mecburi olarak aynı

ortamı paylaştıkları kişilerin varlığından daha iyi olduğudur. Olumsuz yönünün ise insanların bu sanal mekânlarda kurdukları ilişkinin gerçek hayatta hiçbir değeri olmadığı yönündedir. Bu şekilde kurulan iletişimin insanı yalnızlaştırdığı ve yabancılaştırdığı düşünülmüştür. Bu tespit dijitalleşmenin olumlu ve olumsuz yönlerinin onlara verilen değer üzerinden tanımlandığını göstermektedir. Bu değer eski mekân kavrayışının ürettiği sosyalleşme biçimlerinin, ortaya çıkmasını sağladığı iletişim türlerinin yeni sanal mekâna göre olumlandığını ortaya koymaktadır.

Dijitalleşme ve mekân arasındaki ilişki hakkındaki ortaya çıkan bir diğer şey iki kavramın iç içe geçtiğidir. Artık mekân ve dijitalleşme birbirinden ayrılamaz hale gelmiştir. Buna verilen örnek ise fiziksel mekânlarda artık dijitalleşmenin etkisiyle menüler yazılı olarak değil bir QR kod sistemi ile telefonlarımıza gelmektedir. Bu değişim mekân ile dijitalleşme arasındaki ilişkiyi rahat bir şekilde gözler önüne sermektedir. Diğer bir yandan özellikle Covid-19 Pandemisi'nin de etkisiyle fiziksel mekânların online mekânlara dönmüş olmasıdır. Mekân ve dijitalleşme arasındaki ilişkinin Covid-19 Pandemisi'nin de etkisiyle okullarının ya da kurslarının online ders olarak değiştikleri görülmektedir. Bu değişim ile yüz yüze eğitim uzaktan eğitime dönüşmüştür ve bu dönüşüm dijitalleşme sayesinde olmuştur. Bu dönüşüm insanlara kolaylık sağlamış ve aynı zamanda mekân algısı ve tanımının dijitalleşme ile kazanacağı yeni anlamların hızlı bir şekilde ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu bağlamda fiziksel mekânlar ile dijital mekânların birbirinden farklı olduğu ortaya çıkmıştır. Buna sebep olarak dijital mekânlarda jest ve mimiklerin iyi belli olmamasını, his ve duyguların iyi iletilememesini yani beş duyumuz yardımı ile anlamlandırdığımız birçok unsurun araya dijital araçlar girdiğinde olumsuz anlamda eksildiğini tespit edilmiştir.

Sonuç olarak bu araştırma, mekânın dönüşümünü dijitalleşme ile bağlantılı tutarak sosyal medya üzerinden anlamlandırmış ve açıklamıştır. Günümüzde dijital mekânların kullanımı Covid-19 Pandemisi'nin de etkisiyle daha hızlı bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Ve zamanla bu durum insanlar tarafından benimsenmiş, hatta dijital mekânları kullanmak daha cazip gelmiştir. Dijital mekân kullanımının insan ilişkilerini olumsuz yönde etkilediğini düşünülse de bu mekânların hızlı, ulaşılabilir ve sınırsız olması insanları bu mekânları kullanmaya itmiştir.

Çok özel bir araştırma alanı olan “mekân sosyolojisi”, özellikle mekânın dijitalleşme ile açıklanması bağlamında üzerinde çok fazla araştırma yapılmamış bir alan olarak varlığını sürdürmektedir. Bu açıdan bu çalışmanın gelecekte bu alanda yapılacak diğer birçok çalışmalara yol açacağını ümit ediyorum. Sadece sosyolojik alanda değil, felsefe ve mimarlık dahil birçok alanda bir kaynak oluşturabilecektir. Covid-19 Pandemisi’yle beraber zaten dijitalleşen dünya mekânı da dijitalleştirmiştir. İnsanlar mekân algılarının dijital mekânlara kaydığını göstermiştir. Bu araştırmaya uzun vadede, sanal mekânların kalıcı bir şey olup olmadığına, ya da Pandemi dolayısıyla mı yaşamda var olduğuna, Pandemi’nin tamamen ortadan kalkmasıyla birlikte insanların bu sanal mekânları aynı şekilde kullanıp kullanmadığına bakılabilir.



KAYNAKÇA

Kitap

- Appadurai A. (1999). Disjuncture and Difference in The Global Cultural Economy. The Cultural Studies Reader, Simon During. (Ed.). London and Newyork: Routledge. 222-224.
- Aristoteles, (2001). Fizik. Saffet Babür. (Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Ayan, B. (2016). Sosyal Ağlar Tarihi. İstanbul: Abaküs.
- Aydınlı, S. (2002). Mimarlık ve Felsefe. Ayşe Şentürer, Şafak Ural, Ayla Atasoy. (Der.). içindeki makale; Epistemolojik Açıdan Mekan Yorumu. 40-51, İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi.
- Aytekin, Ç. (2012). Yeni Medyada Sosyal Ağ Uygulaması Olarak Twitter ve Fikir Madenciliği. Deniz Yengin. (Ed.). İstanbul: Anahtar Kitapları. 102-120.
- Baudrillard, J. (2014). Simülakrlar ve Simülasyon. Oğuz Adanır (Çev.). İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Bauman, Z. (2012). Küreselleşme. Abdullah Yılmaz. (Çev.). 4. Baskı. İstanbul: Ayrıntı.
- Boer, R. (2013). Cennetin Eleştirisi: Marksizm ve Teoloji. Melih Pekdemir. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Castells, M. (2008). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve. Kültür. Cilt 1. Ağ Toplumunun Yükselişi. Ebru Kılıç. (Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Castells, M. (2015). Kent, Sınıf, İktidar. Konuralp İren. (Çev.). İstanbul: Phoenix.
- Cevizci, A. (1999). Felsefe Sözlüğü. İstanbul: Paradigma.

- Çetin, E. (2010). Gündelik Hayatın Sosyolojisi. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- Dalkıran, Ö. (2019). Ağ Kuşağının Bilgi Davranışları. İstanbul: Hiperlink.
- Descartes, R. (2016). Ruhun İhtirasları. Murat Ersen. (Çev.). İstanbul: Say.
- Descartes, R. (2020). Felsefenin İlkeleri. Mesut Akın. (Ed.). İstanbul: Say.
- Devellioğlu, F. (2013). Osmanlıca Türkçe Ansiklopedik Lügat. İstanbul: Akayadın Kitabevi.
- Doru, İ. (2020). Türkiye’de Lisansüstü Düzeyde Youtube Üzerine Yapılan Tez Çalışmalarının Bibliyografik Analizi. Ahmet Güven (Ed.). İstanbul: Kriter. 249-267.
- Durkheim, E. (2006). Toplumsal İş Bölümü. Prof. Dr. Özer Ozankaya. (Çev.). İstanbul: Cem.
- Foucault, M. (2005). Özne ve İktidar Seçme Yazılar. Işık Ergüden, Ferda Keskin. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Foucault, M. (2006). Kelimeler ve Şeyler. Mehmet Ali Kılıçbay. (Çev.). Ankara: İmge.
- Giddens, A. (1994). Modernliğin Sonuçları. Ersin Kuşdil. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Giddens, A. (2000). Sosyoloji. Hüseyin Özel, Cemal Güzel. (Çev.). İstanbul: Ayraç.
- Giddens, A. (2012). Sosyoloji. Emine Arzu Kayhan. (Çev.). İstanbul: Kırmızı.
- GSB, (2013). Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu. Dr. Mehmet Bulut. (Ed.). Ankara: Afşar Matbaacılık.
- Güngör, N. (2016). İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar. Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Harvey, D. (2002). Sınıfsal Yapı ve Mekânsal Farklılaşma Kuramı. Ayten Alkan, Bülent Duru. (Çev.). Ankara: İmge.
- Harvey, D. (2008). Umut Mekânları. Zeynep Gambetti. (Çev.). İstanbul: Metis.
- Harvey, D. (2010). Postmodernliğin durumu: Kültürel Değişimin Kökenleri. Sungur Savran. (Çev.). İstanbul: Metis.
- Harvey, D. (2013). Sosyal Adalet ve Şehir. Mehmet Morali. (Çev.). İstanbul: Metis.
- Hornby, A. (1989). Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. Oxford University Press.
- İzgi, U. (1991). Mimarlıkta Süreç, Kavramlar – İlişkiler. İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi.
- Joedicke, J. (1976). Bir Mimari Mekân Kuramına Giriş ve Aynı Zamanda Mimarının Durumunun Saptanması İçin Deneme. Atilla Arpat. (Çev.). İstanbul: İTÜ Mimarlık Fakültesi.
- Kaçalın, M. (2017). Divanu Lügatit Türk-Kaşgarlı Mahmud. Divanü Lügatit Türk Kaşgarlı Mahmud Paneli
- Kahraman, M. (2013). Sosyal Medya 101. İstanbul: MediaCat.
- Kümbetoğlu, B. (2017). Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma. İstanbul: Bağlam.
- Laughey, D. (2010). Medya Çalışmalar: Teoriler ve Yaklaşımlar. Ali Toprak. (Çev.). İstanbul: Kalkedon.
- Lefebvre, H. (2014). Mekânın Üretimi. Işık Ergüden. (Çev.). 2. Baskı, İstanbul: Sel.
- Leibniz, G.W. (1951). Selections. Philip P. Wiener. (Ed.). New York: Charles Scribner's Sons. 216.

- McLuhan, M., Powers, B.R. (2001). Global Köy: 21. Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler. Bahar Öcal Düzgören. (Çev.). İstanbul: Scala.
- McLuhan, M. (2014). Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu. Gül Çağalı Güven. (Çev.). İstanbul: YKY.
- Merleau-Ponty, M. (2005). Algılanan Dünya. Ömer Aygün. (Çev.). İstanbul: Metis.
- Morley, D., Kevin, R. (2011). Kimlik Mekânları Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar. Emrehan Zeybekoğlu. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Neuman, W.L. (2014). Toplumsal Araştırma Yöntemleri, Nitel ve Nicel Yaklaşımlar 1. Cilt. Neslihan Demir, Sedef Özge. (Der. ve Çev). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Newton, I. (2011). Doğal Felsefenin Matematiksel İlkeleri Principia- Seçmeler. Aziz Yardımlı. (Çev.). İstanbul: İdea.
- Platon, (2001). Timaios. Erol Güngör. (Çev.). İstanbul: Çağdaş Matbaacılık.
- Platon, (2009). Kritias. Lütfi Ay, Erol Güney. (Çev.). İstanbul: Sosyal.
- Poynter, R. (2012). İnternet ve Sosyal Medya Araştırmaları El Kitabı. Ümit Şensoy (Çev.). İstanbul: Optimist.
- Priest, S. (1992). Hegel's Critique of Kant. Birleşik Krallık: Oxford University Press.
- Schultz, C. N. (1971). Existence, space and architecture. New York: Praeger Publishers Inc.
- Soja, E. W. (2017). Postmodern Coğrafyalar. Yunus Çetin. (Çev.). İstanbul: Sel.
- Tekeli, İ. (2010). Mekânsal ve Toplumsal Olanın Bilgi Bilimi Yazıları. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Toprak, A. (2021). Dijital Medya ve Mekânın Dönüşümü. İstanbul: Ütopya.

Urry, J. (1999). Mekânları Tüketmek. Rahmi G. Ögdül. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.

Yaylagül, L. (2018). Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. Ankara: Dipnot.

Weber, M. (2010). Şehir, Modern Kentin Oluşumu. Musa Ceylan. (Çev.). İstanbul: Yarın.

Sürekli Yayınlar

Acun, F. (2008). Küresel Rekabette Dijital Kültür. Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Çalışmaları (HÜTAD), Cilt: 4, Sayı: 9, 11-46.

Akgül, H., Akgül, B., Ayer, Z. (2018). Sanayi 4.0 Sürecinde Gazetecilik Bölümü Eğitim Programı Oluşturmada Yeni Yaklaşımlar. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD), Cilt:5, Sayı:8, 190-197.

Akıncı Vural Z.B., Bat M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi'ne Yönelik Bir Araştırma. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, Cilt: 20, Sayı: 5, 3348-3382.

Altunay, M. (2010). Gündelik Yaşam ve Sosyal Paylaşım Ağları: Twitter ya da Pıt Pıt Net. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, Sayı:12, 31-56.

Bozkurt, A. (2014). Ağ Toplumu ve Bilgi. Türk Kütüphaneciliği. Cilt: 28, Sayı: 4, 510-525.

Bozkurt, A., Hamutoğlu, N.B., Kaban, A.L., Taşçı, G., Aykul, M. (2021). Dijital Bilgi Çağı: Dijital Toplum, Dijital Dönüşüm, Dijital Eğitim ve Dijital Yeterlilikler. Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi, Cilt: 7, Sayı: 2, 35-63.

Çağlak, E., Çalık Bağlama, M., Mısıroğlu, B. (2021). Marshall McLuhan'ın Global Köy'ünde Starbucks. Ahi Evran Akademi, Cilt: 2, Sayı: 2, 132-140.

- Çalışkan, M. Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. Akademik Bakış Uluslararası Hakemler Sosyal Bilimler Dergisi Cilt:1, Sayı:50, 254-277.
- Çetinkaya, A., Özdemir, Z. (2014). Sosyal Ağların Pazarlama Disiplinleri İçinde Kullanımı: Instagram Üzerine Bir İnceleme. Digital Communication Impact, Cilt: 1, 580-595.
- Çiftçi, A., Karakaş, Y. (2019). Dijitalleşen Zamanın İzdüşümünde: Kimliğin, Bedenin ve İletişimin Dönüşümü. AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi, Cilt:10, Sayı:37, 7-30.
- Deniz, A.K. (2020). Covid-19 Salgını Sürecinde Dijitalleşen Eğlence Anlayışı: Çevrim İçi Konserler. Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 2, 191-206.
- Dalan Polat, G. (2016). Küresel Kültür. Global Media Journal Turkish Edition, Cilt: 6, Sayı: 12, 615-628.
- Dijital Dönüşüm Dergisi. (2020). Dijital Dönüşümün En Önemli 9 Özelliği: Dijital Dönüşüm Nedir?
- Fırat, S. (2002). Kentsel Mekânda Kamusal Alan. Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Cilt:11, Sayı: 4, 41-72.
- Foucault, M. (2016). Öteki Mekânlara Dair. Burak Boysan, Deniz Erksan. (Çev.). DeFTER Dergisi, Cilt:4, 292.
- Karataş, Z. (2020). COVID-19 Pandemisi'nin Toplumsal Etkileri, Değişim ve Güçlenme. Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 1, 3-15.
- Kayri, M., Tanhan, F. & Tanrıverdi, S. (2014). Ortaöğretim Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı ile Algılanan Sosyal Destek Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying, Cilt:1, Sayı:1, 33-59.

- Kurtar, S. (2015). Mekânı Yaşamak: Lefebvre ve Mekânın Diyalektik Oluşumu. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Felsefe Bölümü TUCAUM, Cilt: 7, Sayı: 41, 349-356.
- Mert, Ç. (2010). İstanbul’da Bir Üçüncü Mekân Okuması: Pozitif Titreşimler ve Babylon. İdeal Kent Dergisi, Sayı: 2, 86-112.
- Özcan, M. (2021). Dijitalleşmenin Kurumlar Sosyolojisine Etkisi Üzerine Bir Tartışma. HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 27, 363-377.
- Özgenç Erdoğan, N., Ertop, S. (2021). Foucault’nun Heterotopyaları: Kapatma ve Kapanma Pratiklerinin Çağdaş Sanata Yansıması. Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi, Cilt: 7, Sayı: 25, 133-146.
- Polat, N. (2012). İnternetin Alışkanlıklarımız Üzerine Etkileri. Selçuk İletişim, Cilt: 2, Sayı: 2, 12-22.
- Soja, E. (1996). Afterword. Stanford Law Review, Cilt: 48, Sayı: 5, 1421-1429.
- Şah, U. (2015). Jean Baudrillard ve Simülasyon Kuramı. Onto – Online Psikoloji Dergisi, Sayı: 8, 12-17.
- Toprak, E., Uça Güneş E.P. (2018). Sosyal Ağlar. Tevfik Volkan Yüzer, Muhammet Recep Okur. (Ed.). Temel Bilgi Teknolojileri I. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Eskişehir. 148-174.
- Türkmenoğlu, H. (2014). Teknoloji ile Sanat İlişkisi ve Bir Örnek Olarak Instagram. Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 4, 87-100.
- Yankın, F. B. (2019). Dijital Dönüşüm Sürecinde Çalışma Yaşamı. Trakya Üniversitesi İ.İ.B.F. E-Dergi, Cilt: 7, Sayı: 2, 1-38.
- Yazıcı, Y.E., Alp, N.Ç. (2017). Duyuların Mekânsal Deneyimleri Şekillendirmesi: Sagrada Familia Kilisesi. Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 19, 55-77.

Yıldız, M.Z. ve Alaeddinoğlu, F. (2007). Küreselleşme Çağında Değişen Mekân Algılayışları. Kültürel Değişim, Gelişim ve Hareketlilik, Cilt: 2, Sayı: 2, 846.

Tezler

Askeroğlu, E. D. (2017). Dijitalleşme Sürecinde Dönüşen Kültür ve Yaşam Tarzları: Kuşaklar Üzerine Bir Tipoloji Araştırması. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Ghulyan, H. (2017). Mekânın Üretimi Kuramı ve Türkiye’de Kentsel Mekânın Üretimi: Ankara Örneği. (Yayınlanmamış doktora tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Güngör, M. (2021). Sosyal Medyanın Dijital Gettolarında Oluşan Polarizasyonun Kültürel Kimliğin Üzerine Etkisi: Facebook Hemşehri Sayfaları Örneği. (Yayınlanmamış doktora tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü, İstanbul.

İnternet

İletişim Bakanlığı (2021). Sosyal Ağ Haritası Projesi. <http://sosyalagharitasi.gov.tr/report/download/64> Erişim Tarihi: 15 Nisan 2022.

Kalkan, N. (2017). Felsefi Bir Sorun Olarak Mekân. <https://nurettinkalkan.com/felsefi-bir-sorun-olarak-mekan/> Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2022.

TDK, (2022). Türk Dil Kurumu: Sözlük. <https://sozluk.gov.tr> Erişim Tarihi: 29 Nisan 2022.

Tubitak-Bilgem. (2020). Dijital Dönüşüm Nedir? Dijital Dönüşüm Portalı. <https://cbddo.gov.tr/dijital-donusum/> Erişim Tarihi: 10 Nisan 2022.

- TUİK, (2022). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437) Erişim Tarihi: 2 Nisan 2022.
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2022). COVID-19 - Yeni Koronavirüs Hastalığı Güncel Durum. <https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/> Erişim Tarihi: 28 Nisan 2022.
- We Are Social, (2022). Digital 2022: Global Overview Report. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> Erişim Tarihi: 29 Nisan 2022.
- WHO. (2020). Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Pandemic. <https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/novel-coronavirus-2019-ncov> Erişim Tarihi: 28 Nisan 2022.

EKLER

EK-1 Görüşme Rehber Formu

İzin ve Açıklama

Ben, Beykent Üniversitesi Sosyoloji Programı Yüksek Lisans öğrencisi Sümeyye Didin. Burada bir araştırma nedeniyle bulunmaktayım. Bu araştırma internetin yaygınlaşmasıyla birlikte dijital ağların sosyalleşme biçimlerimizi açıklamada yardımcı olacaktır. Araştırma dijitalleşme ile gelen mekânın değişimi ve dönüşümünü tanımlama amacını taşımaktadır. Sorularıma vereceğiniz cevaplarınız kesinlikle ve sadece bu araştırma raporunda kullanılacak, adınız tarafımdan saklı tutulacaktır. Araştırmada yer alan soruları sormak için izninizi rica ediyorum. Katkılarınız için teşekkür ederim.

Görüşülen kişi kodu:

Görüşme tarihi:

Görüşme yeri:

Görüşme süresi:

Görüşme reddedildi ise nedeni:

BÖLÜM I

KİŞİSEL BİLGİLER

A. Doğum yeriniz:

() 1. Köy () 2. İlçe () 3. Kent () 4. Yurtdışı

2. Doğum yılınız:

3. Cinsiyetiniz:

() 1. Kız () 2. Erkek () 3. Diğer(lütfen belirtiniz):

4. Eğitim durumunuz:

() 1. Okuma Yazma Bilmiyor

() 2. İlkokul

() 3. İlkokul Terk

() 4. Ortaokul

() 5. Ortaokul Terk

() 6. Lise

() 7. Lise Terk

() 8. Önlisans

() 9. Önlisans Terk

() 10. Lisans

() 11. Lisans Terk

() 12. Yüksek Lisans

() 13. Yüksek Lisans Terk

() 14. Doktora

() 15. Doktora Terk

() 16. Diğer (lütfen belirtiniz)

5. Mezun Olduğunuz Bölüm:
6. Medeni haliniz:
- () 1. Evli
- () 2. Bekar
- () 3. Dul (Boşanmış)
- () 4. Dul (Vefat)
- () 5. Birlikte yaşıyor
- () 6. Nişanlı
7. (Medeni hal sorusunun yanıtı evli ya da dul ise) İlk evliliğiniz mi?
8. (Medeni hal sorusunun yanıtı evli ya da dul ise) Kaç yaşında evlendiniz?
9. Çocuğunuz var mı?
10. (“Çocuğunuz var mı?” sorunun yanıtı “evet” ise)
- Kaç çocuğunuz var?
11. (“Çocuğunuz var mı?” sorunun yanıtı “evet” ise)
- Çocuk/çocuklarınız kaç yaşında?

BÖLÜM II

ÇALIŞMA HAYATI

12. Mesleğiniz nedir?
13. Gelir durumunuz nedir?
- () 0 ile 4253 ₺
- () 4253 ile 5999 ₺

() 6000 ile 9999 ₺

() 10000 ₺ ve üzeri

14. Şuan çalışıyor musunuz?

15. Şuan yaptığınız iş dışında hangi işleri yaptınız?

16. Ne kadar süredir şu anki işinizi yapıyorsunuz?

17. İş yerinize nasıl ulaşım sağlıyorsunuz?

18. İş yeriniz şehrin neresinde?

19. (İş yeriniz kapalı bir mekândaysa) Nasıl bir binada çalışıyorsunuz?

() Müstakil bir bina (sadece o iş yeri için ayrılmış)

() Plaza

() Fabrika

() Atölye

() Dükkân (AVM’de)

() Dükkân (Açık alanda)

() Tarım arazisi

() Diğer (lütfen belirtiniz)

20. (İş yeriniz kapalı bir mekânda değil ise) İşinizi yaparken nasıl mekânlarda bulunuyorsunuz?

() Tarım arazisi

() Park Bahçe

() Şehiriçi Hareketli (sokak ve caddeler) (lütfen belirtiniz).....

() Şehirlerarası Hareketli (lütfen belirtiniz)

() Diğer (lütfen belirtiniz)

21. İş yerinizde çalıştığınız mekânı nasıl tanımlarsınız?

22. İşinizi yapmak için dijital ağlara ihtiyaınız var mı?

23. (İşin yapılması için dijital ağlara ihtiyaç var mı sorunun yanıtı “evet” ise)
Mesai saatleri içinde işinizi yapabilmek için dijital ağlarda zaman geçiriyor musunuz?

24. (İşin yapılması için dijital ağlara ihtiyaç var mı sorunun yanıtı “evet” ise)
Mesai saatleri içinde işinizi yapabilmek için dijital ağlara erişimde nasıl bir cihaz kullanıyorsunuz?

() İş yeri Bilgisayarı

() Kişisel Bilgisayar

() Mobil Telefon

() Diğer (lütfen belirtiniz)

25. Mesai saatleri içinde kişisel işleriniz ya da zevkiniz için dijital ağlarda zaman geçiriyor musunuz? Ne kadar zaman geçiriyorsunuz?

26. Mesai saatleri içinde kişisel işleriniz ya da zevkiniz için dijital ağlara erişimde nasıl bir cihaz kullanıyorsunuz?

() İş yeri Bilgisayarı

() Kişisel Bilgisayar

() Mobil Telefon

() Diğer (lütfen belirtiniz)

27. Çalışma hayatınızda işlerinizi dijital platformlardan yürütme pratiklerinizi öğrenebilir miyim?

28. Çalışma arkadaşlarınızla iletişiminiz nasıldır?
29. Çalışma arkadaşlarınızla sosyalleşme mekânlarınız nelerdir? Mesai saatleri içinde molalarınızı nasıl mekânlarda geçirirsiniz?
30. Çalışma arkadaşlarınızla dijital ağlar yoluyla haberleşiyor musunuz?
31. Dijitalleşmenin çalışanlar üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkilerinin neler olduğunu düşünüyorsunuz?
32. Covid-19 Pandemi döneminde değişen iş hayatı pratiklerinizden bahseder misiniz?
33. Covid-19 Pandemi sonrası normalleşme döneminde değişen/ tekrar eski haline dönen iş hayatı pratiklerinizden bahseder misiniz?
34. Gelecekteki dijital çalışma ortamında sizce neler değişecektir?

BÖLÜM III

AİLE HAYATI

35. Şu anda yaşadığınız evi kimlerle paylaşıyorsunuz?
36. Nasıl bir evde yaşıyorsunuz?
- () Müstakil (lütfen tanımlayınız: villa, köşk, köy evi)
- () Apartman (lütfen tanımlayınız: aile apartmanı, rezidans....vb)
- () Yurt
- () Lojman
37. Kendinize ait bir odanız var mı?
38. Tüm aile fertlerinin kendilerine ait odaları var mı?

39. Evinizin en sevdiğiniz yeri neresidir? Neden?
40. Ev dekorasyonunda ev için eşya seçiminde kim söz sahibi? Neden?
41. Aile içi iletişiminizi nasıl tanımlarsınız?
42. Gündelik hayatınızda aile bireylerinizle olan iletişim şekliniz nasıldır?
43. Gündelik hayatınızda aile bireyleriniz olmayan insanlarla iletişim şekliniz nasıldır?
44. Aile ve mekân kavramlarını bağdaştırdığımızda size neyi ifade ediyor/ ne çağrıştırıyor biraz bahsedebilir misiniz?
45. Ailenizle ev içi sosyalleşme mekânlarınız nelerdir? Tüm aile fertlerinin evde oldukları saatlerde ortak paylaşım alanı neresidir? Tanımlar mısınız?
46. Ailenizle ev dışında sosyalleşme mekânlarınız nelerdir? Tüm aile fertleri ile ev dışındayken ortak paylaşım alanlarınız neresidir? Tanımlar mısınız?
47. Covid-19 Pandemisi'nin aile içi iletişime etkisini nasıl tanımlarsınız?
48. Covid-19 Pandemisi'nin normalleşmeye geçiş sürecinde aile içi iletişime etkisini nasıl tanımlarsınız?
49. Covid-19 sürecinde akrabalarınızla ve yakın çevrenizle görüşme durumunuz nasıldır?
50. Evinizde Wi-Fi var mı?
51. İnternet erişimi olan kişisel bilgisayarınız var mı?
52. İnternet erişimi olan kişisel telefonunuz var mı?
53. Ailenizde kimlerin internet erişimi olan kişisel bilgisayarınız var?
54. Ailenizde kimlerin internet erişimi olan telefonu var?

BÖLÜM IV

MEKÂN, DİJİTALLEŞME VE SOSYAL MEDYA

55. Mekân kavramı size neyi ifade etmektedir/ nasıl tanımlarsınız?
56. Günlük yaşantınızda sosyalleşmek için vakit geçirdiğiniz mekânlardan bahsedebilir misiniz?
57. Dijitalleşmenin sizin için çağrıştırdığı şeyleri anlatabilir misiniz?
58. Dijitalleşme ve mekân arasındaki ilişki hakkında neler söylemek istersiniz?
59. Dijitalleşmenin mekânı kullanma biçimleri üzerinde oluşturduğu etkileri anlatabilir misiniz?
60. Dijitalleşmenin gelişimi ve mekânın dönüşümü arasındaki ilişkiyi nasıl değerlendiriyorsunuz? Dijital aygıtların kullanımının artmasıyla birlikte insanların bir araya gelme mekânı olarak fiziksel mekân yerine sosyal medyayı kullanmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?
61. Sizce sosyal medyada insanların karşılıklı konuşabildikleri alanlar (canlı yayınlar, video görsel yorum alanları, twitter odaları gibi) fiziksel mekânlara benziyor mu? Neden?
62. İnsanların karşılıklı etkileşime girebildikleri sosyal medya alanları ile farklı bir mekân anlayışı ortaya çıkmış mıdır?
63. Bugün toplumun teknoloji araçlarını kullanarak özellikle sosyal medyada mekânı farklı şekilde yorumlaması hakkında neler söylersiniz?
64. Bugün ile geçmişi kıyasladığınızda toplumun mekânı kullanma biçimleri hakkındaki düşünceleriniz nelerdir (Neler değişti, neler sabit kaldı)?
65. Sizin dijital mekânları kullanma biçiminiz nedir? (genellikle hangi platform üzerinde aktıfsınız, ne sıklıkla vakit geçiriyorsunuz)?
66. Dijitalleşmiş mekânlara nereden giriş yapıyorsunuz?

67. Bu mekânları kullanım sebebiniz nedir?
68. Dijital mekânları kullanırken genellikle iletişim kurduğunuz kişi ya da kişiler kimler oluyor?
69. Sosyal medya kullanımınızla ilgili neler söylemek istersiniz (ne amaçla giriyorsunuz, hangi sosyal medyalarda aktıfsınız, ne kadar vakit geçiriyorsunuz)?
70. Covid-19 Pandemi sürecinde sosyal medya kullanım pratiklerinizden biraz bahseder misiniz?
71. Evinizdeki aile fertlerinin sosyal medya kullanımından bahsedebilir misiniz?
72. Siz sosyal medyada kimlerle etkileşim halindesiniz?
- () Tanıdığım insanlarla (Fiziksel olarak da görüşme imkanı olan)
- () Tanıdığım insanlarla ((Fiziksel olarak da görüşme imkanı olmayan)
- () Sosyal medyada tanıştığım insanlarla (Kimlik bilgisini açık olarak beyan eden)
- () Sosyal medyada tanıştığım insanlarla (Kimlik bilgisini açık olarak beyan etmeyen)
- () Diğer (lütfen belirtiniz)
73. Aile fertleriniz sosyal medyada kimlerle etkileşim halindeler?
- () Tanıdıkları insanlarla (Fiziksel olarak da görüşme imkanı olan)
- () Tanıdıkları insanlarla ((Fiziksel olarak da görüşme imkanı olmayan)
- () Sosyal medyada tanıştığı insanlarla (Kimlik bilgisini açık olarak beyan eden)
- () Sosyal medyada tanıştığı insanlarla (Kimlik bilgisini açık olarak beyan etmeyen)

() Diğer (lütfen belirtiniz)

74. Sizce Covid-19 Pandemi döneminin mekân algısının değişimine ve dijitalleşmeye ne gibi etkileri olmuştur?

75. Covid-19 Pandemi sürecinde sokağa çıkma kısıtlamalarının/yasaklarının olduğu dönemlerde kapalı kalma ile birlikte mekân anlayışınızda nasıl değişiklikler oldu?

76. Sizce sosyal medya kullanımının olumlu ya da olumsuz etkileri neler olmuştur?

77. Sosyal medyada kendi adınızla mı kullanım sağlıyorsunuz yoksa anonim hesap mı kullanıyorsunuz? Neden?

EK-2 Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo-1 Katılımcıların Demografik Özellikleri							
No.	Cinsiyet	Katılımcı Takma Ad	Yaş	Eğitim Düzeyi	Meslek	Medeni Durum	Hane Büyüklüğü
1	Kadın	Selma	25	Lisans	Supervizor	Bekar	3
2	Kadın	Aslı	21	Lise	Öğrenci	Bekar	3
3	Kadın	Ayşe	29	Lisans	İşsiz	Bekar	3
4	Kadın	Canan	30	Lisans	İşsiz	Evli	3
5	Kadın	Esra	20	Lise	Tezgahtar	Bekar	6
6	Erkek	Kemal	34	Lisans	E-Ticaret	Bekar	4
7	Erkek	Fazlı	27	Lisans	Araştırma Görevlisi	Bekar	1
8	Kadın	Leyla	26	Lisans	Satış Temsilcisi	Bekar	4
9	Erkek	Kenan	26	Lisans	Kendi işi	Bekar	4
10	Erkek	Samet	48	Lisans	Kendi işi	Evli	5
11	Kadın	Dilek	64	Yüksek Lisans	Emekli	Evli	3
12	Kadın	Elif	25	Lisans	Memur	Bekar	4
13	Erkek	Serhat	34	Yüksek Lisans	İşsiz	Evli	2
14	Kadın	Eda	25	Lisans	Satış Uzmanı	Bekar	3
15	Erkek	Yavuz	30	Lisans	Öğretmen	Bekar	5
16	Erkek	Ahmet	26	Lisans	Öğretmen	Bekar	1
17	Kadın	Zeynep	26	Yüksek Lisans	İşsiz	Bekar	4
18	Erkek	Mehmet	36	Yüksek Lisans	Akademisyen	Evli	3
19	Erkek	Tarık	35	Lisans	Öğretmen	Evli	5
20	Kadın	Ezgi	40	Lisans	Müzisyen	Bekar	3

EK-3 Görüşmeler Sonucu Ortaya Çıkan Tema ve Alt Temalar

KATEGORİLER	KODLAR
A- MEKÂN KAVRAMINI TANIMLAMA	1. Bulunmaktan Mutlu Olunan Yer 2. Kokunun Mekânı Hatırlatması 3. Kapalı Dört Duvarı Olan Bir Alan 4. İnsanın Yaşam Faaliyetlerini Sürdüğü Yer 5. Toplumda Ortak Alanlar 6. İstenilen Şeyin Özgürce Yapıldığı Yer 7. Var Oluş Alanları 8. İnsanın Kendisini Ait Hissettiği Yer
B- COVID-19'DA MEKÂN ALGISI	1. Sosyal Medya Kullanımının Artması 2. Mekânın Dönüşümüne Ayak Uydurma 3. Dijitalleşmenin Hızlanması 4. Evlerde Kısıtlı Kalma 5. Fiziksel Mekândan Dijital Mekâna
C- DİJİTALLEŞMENİN GELİŞİMİ VE MEKÂNIN DÖNÜŞÜMÜ	1. Dijitalleşmenin Olumlu ve Olumsuz Tarafı 2. İnsanları Şaşırtma ve Tedirgin Etme 3. Sanal Bir Mekâna Girmiş Hissi 4. İnsanların Tembelleşmesi 5. Zamanın İyi Değerlendirilmesi 6. Her şeyin Tek Tık Uzakta Olması 7. İletişimin Kolaylaşması 8. Telefonun Etkin Olması

	9. İnsanın Merak Duygusunun Giderildiği Bir Alan Oluşması 10. Sınırsız Mekân 11. Sosyolojik Bir Realite 12. Zaman ve Mekân Kavramının Ortadan Kalkması 13. Fiziksel Mekânların Tasarımının Değişmesi
D- İŞ VE AİLE HAYATINDA MEKÂNI VE DİJİTAL MEKÂNI TANIMLAMA	1. Aile Mekânının Ev Kabul Edilmesi 2. Aile ve Mekânın Nostaljik Vurgusu 3. Aile ile Geçirilen Her Yerin Mekân Görülmesi 4. Ev İçi Sosyalleşme Mekânının Salon Olması 5. Ev İçi Mekânda Kendini Rahat, Özgür Hissetmek 6. Çalışma Mekânının Fiziksel Tanımlanması 7. Çalışma Mekânının Pandemi ile Dijitalleşmesi 8. Dijitalleşen Çalışma Ortamının Olumlu ve Olumsuz Yönleri

Ek-4 Etik Kurul Onayı

ETİK KURUL ONAYI

“Dijitalleşen Zamanın İzdüşümünde Mekânın Dönüşümü: 2022 Türkiye’sinden Bir Sosyal Medya Örneği” başlıklı yüksek lisans tezi için Beykent Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler İçin Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu’ndan 21.02.2022 tarih ve 171 sayı ile izin alınmıştır. Yükseköğretim Kurulu tarafından 19.01.2021 tarihli “Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge” ile bildirilen 6689 Sayılı Kişisel Verileri Koruma Kanunu kapsamında gizlenmiştir.

