



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Berkay TUNCER

DİJİTALLEŞME ve GENÇLİK: PRATİKLER, DENEYİMLER ve GELECEK
ANLATILARI

Sosyoloji Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2025



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Berkay TUNCER

DİJİTALLEŞME ve GENÇLİK: PRATİKLER, DENEYİMLER ve GELECEK
ANLATILARI

Danışman

Doç. Dr. Elife KART

Sosyoloji Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2025

T.C.
Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Berkay Tuncer'in bu çalışması, jürimiz tarafından Sosyoloji Anabilim Dalı Tezli
Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Nurşen Adak (İmza)

Üye (Danışman) : Doç. Dr. Elife Kart (İmza)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Mücahit Aydemir (İmza)

Tez Başlığı: DİJİTALLEŞME ve GENÇLİK: PRATİKLER, DENEYİMLER ve
GELECEK ANLATILARI

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 25/06/2025

Mezuniyet Tarihi : 10/07/2025

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Dijitalleşme ve Gençlik: Pratikler, Deneyimler ve Gelecek Anlatıları” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımda yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

Berkay TUNCER





T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



.... / / 20...

TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	Berkay TUNCER
Öğrenci Numarası	202352023007
Anabilim Dalı	Sosyoloji
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Doç. Dr. Elife Kart
Yüksek Lisans Tez Başlığı	DİJİTALLEŞME ve GENÇLİK: PRATİKLER, DENEYİMLER ve GELECEK ANLATILARI
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	2709236905
Rapor Tarihi	02.07.2025
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: %3 Alıntılar dahil: %13
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE, Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 118 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır. Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.	
Gerekçe:	
Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımca yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.	
Danışman Öğretim Üyesi Unvanı, Adı-Soyadı Doç.Dr. Elife Kart İmza	

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ.....	iii
TABLolar LİSTESİ.....	iv
KISALTMALAR LİSTESİ.....	v
ÖZET.....	vi
SUMMARY	vii
TEŞEKKÜR	viii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

DİJİTALLEŞME, DİJİTALLEŞEN TOPLUM VE GENÇ NESİL

1.1. Dijitalleşme: Kavramsal ve Kuramsal Yaklaşımlar	4
1.2. Dijitalleşen Toplum.....	13
1.3. Dijitalleşen Toplumda Genç Nesil	18
1.4. Dijitalleşen Ortamda Benliğin Sunumu ve Dijital Kimliğin İnşası	21

İKİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

2.1. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Sorunsalı	25
2.2. Araştırmanın Örneklemi ve Araştırmacının Gözlemleri	26
2.3. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Teknikleri	29

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

3.1. Dijital Yeni Kamusal Alan.....	34
3.2. Dijital Ortam ve Boş Zaman Faaliyetleri	40
3.3. Gençlerin Benlik Sunumları ve Kimliğin İnşası	43
3.4. Dijital Uçurum ve Yeni Eşitsizlikler	50
3.5. Gözetim: Dijital Bir Bakış	60
3.6. Dijital Ortam Mahremiyetin Dönüşümü	65
3.7. Genç Nesil: Yabancılaşma ve Yalnızlık Duygusu	70

3.8. Gelecek Tahayyülü.....	76
SONUÇ.....	81
K A Y N A K Ç A.....	86
EK-1 KATILIMCI PROFİLİ	103
EK-2 KATILIMCI ONAM FORMU	104
ÖZGEÇMİŞ.....	105



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1 Dijital Yerli, Dijital Göçmen, Dijital Vatandaşlar	6
Şekil 1.2 Web 1.0 Özellikleri	14
Şekil 1.3 Web 2.0 Özellikleri	15
Şekil 1.4 Web'in evrimi 1.0'dan 4.0'a Doğru Toplum	17



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Web 1.0 – 2.0 Karşılaştırması	16
Tablo 2.1 Katılımcı Profili	27



KISALTMALAR LİSTESİ

ABD =	Amerika Birleşik Devletleri
AI =	Artificial Intelligence
Akt. =	Aktaran
BİT =	Bilgi, İletişim Teknolojileri
Bio=	Biyografi
Bkz. =	Bakınız
Vd. =	Ve diğerleri
Vb. =	Ve benzerleri
VR =	Sanal Gerçeklik
NML=	New Millenium Learner
SMS=	Short Message Service
WWW =	Word Wide Web

ÖZET

Dijitalleşme, yalnızca teknolojik bir dönüşüm süreci değil; toplumsal ilişkilerden gündelik yaşam pratiklerine, mahremiyet algısından kimlik inşasına kadar uzanan çok katmanlı etkiler doğuran bir olgu olarak öne çıkmaktadır. Bireylerin dijital ortamlarda kurdukları ilişkiler hem toplumsal aidiyet duygularını hem de sosyal etkileşim biçimlerini yeniden biçimlendirmekte ve bu bağlamda toplumsal yapının dönüşümüne neden olmaktadır. Bu doğrultuda, söz konusu bu tez çalışması, dijitalleşmenin çok yönlü yapısını merkeze alarak genç bireylerin iletişim ve etkileşim pratiklerini, gündelik yaşam deneyimlerini ve kimlik inşa süreçlerini araştırmayı amaçlamaktadır. Araştırmanın odağında, literatürde sıklıkla “dijital yerli” olarak tanımlanan (2000 yılı sonrası doğmuş) üniversite öğrencileri yer almaktadır. Bu araştırmada, yaşları 18 ile 25 arasında değişen 25 üniversite öğrencisiyle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş, katılımcıların dijital ortamlardaki pratiklerine ilişkin deneyim ve tutumları analiz edilmiştir. Elde edilen niteliksel veriler, ilgili literatürle ilişkilendirilerek sınıflandırılmıştır. Bulgular fenomenolojik araştırma deseni çerçevesinde analiz edilmiştir. Araştırma bulguları, Dijital Yeni Kamusal Alan; Dijital Ortam ve Boş Zaman Faaliyetleri, Gençlerin Benlik Sunumları ve Kimliğin İnşası; Dijital Uçurum ve Yeni Eşitsizlikler, Gözetim: Dijital Bir Bakış; Dijital Ortam Mahremiyetin Dönüşümü, Genç Nesil: Yabancılaşma ve Yalnızlık Duygusu ve Gelecek Tahayyülü temaları bağlamında yorumlanarak analize tabi tutulmuştur. Özetle, bu çalışma dijitalleşmenin, gençlerin gündelik yaşam pratikleri ile bireysel ve kolektif deneyimlerine etkilerini ortaya koymakta; ayrıca ‘dijital çağda genç olmak’ olgusuna dair anlamlı ve önemli veriler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, Dijitalleşen Toplum, Dijital Dönüşüm, Gençlik.

SUMMARY
DIGITALIZATION AND YOUTH: PRACTICES, EXPERIENCES, AND
NARRATIVES OF THE FUTURE

Digitalization is not merely a process of technological transformation; it is a phenomenon that has emerged as a multi-layered influence extending from social relations to everyday life practices, from perceptions of privacy to identity construction. The relationships that individuals establish in digital environments are reshaping both their sense of social belonging and their forms of social interaction, thereby causing a transformation in the social structure. In this context, this thesis aims to investigate the communication and interaction practices, daily life experiences, and identity construction processes of young individuals by focusing on the multifaceted nature of digitalization. The focus of the research is on university students who are often defined in the literature as “digital natives” (born after 2000). In this study, in-depth interviews were conducted with 25 university students aged between 18 and 25, and the experiences and attitudes of the participants regarding their practices in digital environments were analyzed. The qualitative data obtained were classified in relation to the relevant literature. The findings were analyzed within the framework of a phenomenological research design. The research findings were interpreted in the context of the themes Digital New Public Space; Digital Environment and Leisure Activities, Young People's Self-Presentation and Identity Construction; Digital Divide and New Inequalities, Surveillance: A Digital Perspective; The Transformation of Privacy in the Digital Environment, The Young Generation: Alienation and Feelings of Loneliness, and Future Visions. In summary, this study reveals the effects of digitalization on young people's daily life practices and their individual and collective experiences; it also provides meaningful and important data on the phenomenon of “being young in the digital age.

Key Words: Digitalization, Digital Society, Youth, Experiences, and Applications

TEŞEKKÜR

Lisans eğitimim süresince ve yüksek lisans tez çalışmam boyunca her alanda desteklerini esirgemeyen, akademik bilgi birikimini benimle paylaşan değerli danışman hocam Doç. Dr. Elife Kart'a en içten teşekkürlerimi sunarım. Tez jürimde yer alarak değerli katkılarını sunan Prof. Dr. Nurşen Adak ve Dr. Öğr. Üyesi Mücahit Aydemir hocalarıma teşekkür ederim.

Yaşamım boyunca yanımda olan, maddi ve manevi desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen ailem; Bora, Suzan, Zafer; kıymetli eşim Ania Sousa Tuncer'e ve hayattaki ilk öğretmenim dedem İlhan Çerçioğlu'na sevgi ve saygılarımı sunarım.

Berkay TUNCER

GİRİŞ

Dijitalleşme ve onun toplumsal yansımaları, gençlerin iletişim ve etkileşim biçimlerini ve sosyalleşme pratiklerini derinlemesine dönüştürmektedir. Dijital ortamlar, gençler için hem sosyalleşme alanı hem de yeni kimlikler inşa etme ya da mevcut kimliklerini yeniden yapılandırma alanıdır. Dijital çağın gençleri, dijital pratikleri ve normları benimseyerek toplumsal ilişkilerini yeniden şekillendirme sürecine girmişlerdir. Bu durum, gençlerin yalnızca bireysel kimliklerini değil, aynı zamanda toplumsal konumlarını da etkileyebilmektedir. Teknolojik gelişim ve yeniliklerle birlikte yeni medya, insan ilişkilerinin dijital ortama aktarılmasına yol açmaktadır. Örneğin e-postalar, Chat odaları, sosyal ağ siteleri vb. platformlar, yüz yüze etkileşimleri azaltmaktadır. Dijital ortamlarda anlık etkileşimler söz konusudur ve bilgi akışı daha akışkandır. Aynı zamanda dijitalleşmeyle birlikte gündelik yaşam pratikleri de değişmektedir. Gündelik yaşamın etkileşim pratiklerinin dijital ortama aktarılması, yeni sosyallik biçimlerinin oluşumunu da beraberinde getirmektedir. Dijitalleşme kümülatif biçimde ve çeşitli toplumsal süreçlerle birlikte ilerlemektedir. Bu durum, özellikle dijitalleşme bağlamında yapılan çalışmalarda, bireylerin çevrimiçi ortamlarla kurduğu etkileşim biçimlerini anlamlandırmak amacıyla literatürde “Web süreçleri” şeklinde kavramsallaştırılmakta ve bu çerçevede değerlendirmeye alınmaktadır. Dijital ortamların ve dijital toplumun Web 1.0’dan 5.0’a doğru evrilmesiyle birlikte, bu süreç hem teknik hem de sosyal açıdan çok boyutlu bir dönüşüm yaratmaktadır. Bireyin Web ortamındaki etkileşimleri, edindiği pratikleri ve bunları uygulama biçimleri, 1.0’dan 5.0’a kadar olan yeniliklerle paralel bir gelişim göstermektedir.

Bu tez çalışması, dijitalleşme sürecinin genç bireyler üzerindeki etkilerini araştırmayı amaçlamaktadır. Bunun yanı sıra dijitalleşmenin, gündelik yaşama etkilerini anlamak; gençlerin yalnızlık hissi ve sosyalleşme süreçlerini incelemek; gençlerin geleceğe yönelik tahayyüllerinin ve beklentilerinin şekillenmesinde etkili olan faktörleri belirlemek; gençlerin dijital ortamlarda kimlik ve benlik algılarının yeniden yapılandırılmasında rol oynayan temel unsurları araştırmak, amaçlanan hedefler arasındadır. Bununla birlikte dijital ortamda gözetimin nasıl işlediğini anlamak ve gözetimin etkileri doğrultusunda mahremiyet ilişkisini incelemek de çalışmanın amaçları arasındadır.

Bu çerçevede bu tez çalışması şu sorulara odaklanmaktadır:

- Dijital ortamlar, katılımcıların gündelik yaşam dinamiklerini nasıl etkilemektedir?
- Dijital ortamda benliğin sunumu nasıl gerçekleşmektedir?

- Katılımcılar, dijital platformları kişisel ve toplumsal yaşamlarında nasıl konumlandırmaktadır?
- Dijitalleşme, farklı kuşaklar arasında ne tür eşitsizliklere yol açmaktadır?
- Dijitalleşme, katılımcıların düşünce biçimleri, arzuları, istekleri ve beğeni algıları üzerinde nasıl bir etki yaratmaktadır?
- Dijital alanın katılımcılar arasında mücadele alanı rolü, toplumsal süreçler içerisindeki yeri ve önemi bakımından nasıl değerlendirilmektedir?
- Dijital ortamlarda mahremiyet algısı nasıl değişmektedir?
- Katılımcıların dijital ortamlarda mahremiyetlerini sergileme isteklerinin arkasında yatan etmenler nelerdir?
- Dijital ortamlar, katılımcıların yaşadıkları deneyimleri, kimlik oluşturma süreçlerini ve sosyal etkileşimlerini nasıl şekillendirmektedir?

Bu kapsamda, çalışmanın ilk bölümünde ilgili literatür çerçevesinde dijitalleşme sürecinin toplumsal etkileri kavramsal ve kuramsal düzeyde ele alınmıştır. Söz konusu değerlendirmeler doğrultusunda “dijitalleşme”, “dijital toplum”, “dijital kültür”, “dijital vatandaşlık”, “dijital dönüşüm”, “dijitalizasyon”, “dijital bölünme”, “ağ toplumu”, “dijital gözetim”, “dijital kimlik ve benlik sunumu” ile “dijital habitus” açıklanmıştır. Özellikle kuşaklara yönelik yapılan tanımlamalar, dijitalleşme sürecinin toplumsal etkilerinin daha iyi anlaşılabilmesi için önemli bir analiz çerçevesi sağlamıştır. Bu doğrultuda, farklı kuşakların dijital teknolojilerle kurduğu ilişkiler hem kullanım pratikleri hem de bu teknolojilere yükledikleri anlamlar açısından ele alınmış; dijitalleşmenin bireyler ve toplumsal yapılar üzerindeki etkileri kuşak temelli bir perspektifle değerlendirilmiştir. Dijital dönüşümün yalnızca teknik bir süreç olmaktan öte, kuşaklar arası değişen sosyal, kültürel ve iletişimsel dinamiklerle nasıl iç içe geçtiği açıklanmıştır. Dijitalleşme süreci içinde önemli bir yere sahip olan yeni medya, dijital ağlar ve ağ toplumu gibi kavramlar da çalışmanın kapsamı dahilinde incelenmiştir.

Araştırmanın ikinci bölümü, araştırmanın metodolojisini oluşturmaktadır. Nitel araştırma kapsamında tasarlanan bu tez çalışmasının örneklemi Türkiye’nin farklı üniversitelerinde ve bölümlerinde öğrenim gören 18-25 (15’i erkek 10’u ise kadın) yaş aralığında olan öğrenciler oluşturmaktadır. Veri toplama sürecinde hem yüz yüze hem de çevrimiçi görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılarla dijital ortamda gerçekleştirilen görüşmeler, araştırmacıya dijitalleşme sürecinin gençler üzerindeki etkilerini ve çevrim içi pratiklerini gözlemlene imkânı sunmuştur. Bunun yanı sıra, bu görüşmelerin çevrim içi olarak yapılması sayesinde gençlerin dijital ortamdaki etkileşim ve davranış biçimlerinin

doğrudan izlenebilmesine olanak sağlamıştır. Görüşmelerin hem çevrim içi hem de yüz yüze yapılması, farklı iletişim ortamlarının gençlerin ifade biçimleri üzerindeki etkilerinin karşılaştırılmasına imkân tanımıştır. Tez kapsamında, araştırmaya dahil edilen katılımcıların farklı disiplinlerden gelen öğrenciler olmalarına özen gösterilmiştir. Katılımcıların okudukları bölümler ağırlıklı olarak; sosyal bilimler, mühendislik ve fen bilimleridir. Bu durum, gençlerin, dijitalleşme deneyimlerini anlamaları bağlamında disiplinler arası farklılıkların nasıl ortaya çıktığını kavramamıza katkı sunmuştur.

Nitel araştırma yönteminin benimsendiği bu tez çalışmasında elde edilen bulgular, üçüncü bölümde tartışılmaktadır. Bu bölümde; “dijital yeni kamusal alan”, dijital ortam ve boş zaman faaliyetleri”, “gençlerin benlik sunumları ve kimliğin inşası”, “Dijital Uçurum ve yeni eşitsizlikler”, “gözetim: dijital bir bakış”, “dijital ortam mahremiyetin dönüşümü”, “genç nesil: yabancılaşma ve yalnızlık duygusu”, “gelecek tahayyülü” biçiminde belirlenmiş olan temalar bağlamında yorumlanarak analiz edilmiştir. Bu çerçevede teknolojinin içinde büyüyerek dijital araçları günlük yaşamın sosyal, kültürel ve iletişim boyutlarının merkezine yerleştiren bir nesil olan “dijital yerlilerin”¹, dijitalleşmeyle kurdukları çok yönlü ilişkiler, sosyal medya platformları aracılığıyla yürüttükleri sosyalleşme süreçleri ile dijital ortamda sergiledikleri eylemler, görünür olma biçimleri ve benlik sunumları incelenmiştir.

Araştırmanın sonuç bölümünde, elde edilen bulgular ilgili literatürle ilişkilendirilmiş ve genel değerlendirmelerde bulunulmuştur.

¹Çocukluk dönemlerinden itibaren dijital teknolojilerle etkileşim içinde büyüyen ve büyük oranda 2000 yılı sonrası doğan bireylerden oluşan kuşak, literatürde “dijital yerliler” olarak tanımlanmaktadır. Dijital teknolojilerle iç içe büyüyen Z Kuşağı bireylerinin dijital ortamlarla kurdukları etkileşim, onların gündelik yaşam pratiklerini, iletişim biçimlerini ve toplumsal ilişkilerini derinden şekillendirmektedir. Z Kuşağı, kavramı ise, jenerasyonlar sosyolojisinde çoğunlukla başvurulan bir kavram olup, dijitalleşme ile şekillenen yeni toplumsal deneyimleri anlamlandırmada önemli bir analitik çerçeve sunmaktadır. Z kuşağı kavramına ilişkin detaylı tartışma için bkz.: Williams 2010, akt. Taş vd., 2017; Levicate, 2012 akt. Akdemir vd., 2013; McCrindle ve Wolfinger, 2009; Karanfiloğlu ve Sağlam, 2021; Görmez, 2021; Altunbay ve Bıçak, 2018; Kuss ve Griffiths, 2015; Chaney vd., 2017; Trevino, 2018.

BİRİNCİ BÖLÜM

DİJİTALLEŞME, DİJİTALLEŞEN TOPLUM VE GENÇ NESİL

1.1. Dijitalleşme: Kavramsal ve Kuramsal Yaklaşımlar

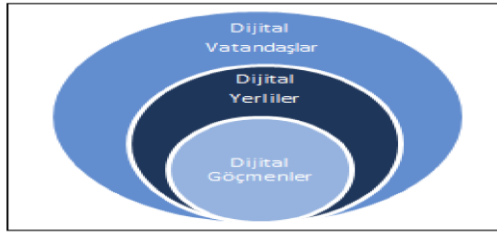
Dijitalleşme kavramı genel anlamıyla 1 ve 0'dan oluşan kodlama sistemi üzerinden işleyen sayısal yapıyı ifade eder. 1945 yılında bilgisayarın ilk olarak kullanılmaya başlanmasıyla teknolojik gelişmeler yaşamlarımıza dahil olmuş; bu yeni gelişen sistemlerle birlikte dijital ortamlar, dijital ve kültürel yeni yaşam pratiklerini ortaya çıkarmıştır (Akboğa, 2021:1838). Dijitalleşme, farklı teknolojik araçların etkin kullanımını da beraberinde getirmiştir (Değirmencioğlu, 2016: 593). Dijitalleşme, pek çok unsuru içinde barındıran kapsamlı ve geniş bir kavramdır. Teknolojik sistemlerin hızla gelişmesi, geleneksel medyanın yerini yeni medyaya bırakması, sosyal medya uygulamalarının yaygınlaşmasıyla birlikte çoklu kullanım biçimleri ve dijital paylaşımlar ortaya çıkmıştır (Özbey, 2022: 144). Özellikle 1980'li yıllardan itibaren internetin ve onun sağladığı olanakların gelişmesiyle birlikte yeni bir iletişim ve etkileşim ortamı oluşmuştur. Bu süreçte toplumsal ilişkiler ve bireylerin benlik algıları, dijital ortamın etkisiyle şekillenen unsurlar haline gelmiştir (Kepenek, 2020: 188). Dijital iletişim ve etkileşimin yaygınlaşması, kamusal-özel yaşamı da dönüştürmekte (Çubuk, 2024: 1071-1072) ve gündelik yaşamdaki faaliyetleri çevrimiçi alana doğru kaydırmaktadır.

Bilişim teknolojilerinin (BT) çok çeşitli unsurları bünyesinde barındırması, dijital dönüşüm sürecinin hız kazanmasını sağlamıştır (Stolterman ve Fors, 2004: 689-690). BT kullanım alanlarının yaygınlaşması ve sosyal hayatın neredeyse tamamını kapsamaması, sosyo-kültürel açıdan önemli bir etki yaratmaktadır. Bu durum, yeni medya ve teknolojik gelişmelerin güç mekanizmaları olarak yükselmesine yol açacaktır. Bireylerin ve toplumun bu yeniliklere kendini entegre ederek ve en uygun şekilde yararlanması beklenmektedir (Türk, 2013: 55). Dijitalleşme süreci, zaman ve mekân ayrımını dönüştürmektedir (Karagülle ve Çaycı, 2014: 4). Teknolojik yeniliklerin yayılması, toplumsal ve finansal tüm alanlarda dönüşüme neden olmaktadır. Bunun yanı sıra geçmişte kullanılan teknolojik araçlar da dijitalleşmeyle birlikte yeniden dönüşmektedir. Gündelik yaşam dijital ortamlara taşınarak daha hızlı, kolay ve denetlenebilir bir yapıya dönüştürülmektedir; her türlü durum ve olgu dijital ortamda saklanmakta ve veri olarak kaydedilmektedir (Gere, 2019: 15-16). Bu bağlamda dijitalleşmenin sosyal ilişkiler ve toplumsal yapılar açısından dönüştürücü bir güç haline geldiği söylenebilir (Yurdakul, 2019: 45). Söz konusu dönüşüm süreci, özellikle işsizlik, eşitsizlik ve gelir dengesizliği gibi bazı önemli sorunları da beraberinde getirmiştir (Özcan ve Keskin, 2020: 2219).

Dijitalleşmenin toplumsal yapılar üzerindeki etkileri, literatürde yeni kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bunlar: “Dijital kültür”, “dijital toplum”, “dijital vatandaşlık”, “dijital dönüşüm”, “dijitalizasyon”, “dijital bölünme”, “ağ toplumu” ve “dijital habitus” kavramlarıdır. Dijital kültür, internet ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin etkisiyle şekillenen, bireylerin duygu ve düşüncelerini, iletişim ve etkileşim biçimlerini, değer yargılarını ve genel kültürel yapıyı önemli ölçüde dönüştüren bir kavramdır (Koç, 2022: 508). Van Dijk’a (2018: 239-263), göre dijital kültür; yeniden birleştirme, programlama, hızlanma, görselleştirme ve nicelleştirme gibi özellikleri barındırır. Dijital ortamlar içinde şekillenen bu kültür, erişilebilirliği sayesinde çevrim içi ve çevrim dışı etkileşimleri artırmıştır. Sonuç olarak, dijitalleşme süreci kültürel yapıları dönüştüren ve yeniden şekillendiren bir etkiye sahiptir. Gere (2019: 17-22) dijital kültürü, teknolojik yenilikleri ve dijital dönüşümleri içeren karmaşık bir yapı olarak betimler. Bu anlamda dijital kültür, dijitalleşme olgusunun yaşamın her alanına yerleşmesi ile bireyi ve toplumu şekillendirmesi olarak anlaşılmaktadır. Aynı zamanda teknoloji ve dijitalleşmenin yaşamın her alanına girmesi, yeni bir kültür biçimini işaret etmektedir. Özellikle, dijital platformlar, sosyal medya uygulamaları, sanal ağlar, bireylerin yaşam tarzlarını etkileyerek, bu alanlarda kültürel bir dönüşüme yol açmaktadır.

“Dijital toplum”, sosyal ve kültürel alanların dijitalleşmesine bağlı olarak, her alanda yaygınlaşan ve etki alanı kazanan dijital pratikleri işaret eder (Castells, 2013). İş yaşamı dahil, eğitim, spor, siyaset ve diğer tüm kurumsal alanlarda bu pratikler gözlenebilir. Diğer yandan dijital toplum, dijital çağın getirilerini geniş bir anlamda kullanmaktadır. Bu durum büyümeyi, iyileştirmeyi ve verimlilik artışı gibi hususları içerisinde barındırır. Bundan dolayı dijitalleşmeyi sadece teknolojik etkileşimler üzerinden ele almak eksik ve indirgemeci bir yaklaşım olur. Zira toplumsal yaşamdaki etkileşimler ve yeni sosyallikler dijital bir toplumu da ortaya çıkarmıştır (Gencer ve Aktan, 2021: 1143). Dijital toplumda, dijital ortamlar aracılığıyla her türlü ilişki biçimleri yeniden yapılandırılmaktadır (Sayar, 2016: 765; Sayar, vd., 2022). Bununla birlikte dijitalleşme, ulus aşırı bir toplum modeli de üretmiştir. Bireylerin sosyalizasyon süreçleri, dijitalleşen toplum bağlamıyla gerçekleşmektedir (Özcan, 2021: 369).

“Dijital vatandaşlık”, en genel anlamıyla dijital cihazların, dijital ortamların, bireyler tarafından sıklıkla kullanılması anlamına gelir (Görmez, 2024: 3). Dijital vatandaşlık, sadece dijital teknolojiler içerisinde doğan bireyleri değil, bu teknolojilerle sonradan tanışsan önceki kuşakları da içerisine alan geniş bir kuramsal yapıdır. Bayzan ve Çubukcu (2013) dijital vatandaşlık kavramını açıklarken, aşağıdaki görseli kullanmışlardır. Buna göre dijital vatandaşlık, kuşakları içerisine alan büyük bir etki alanına sahiptir. Bu etkiler ilerleyen bölümlerde dijitalleşmenin kuşaklar arasındaki farkları bağlamıyla değerlendirilecektir.



Şekil 1.1 Dijital Yerli, Dijital Göçmen, Dijital Vatandaşlar

Kaynak : Bayzan ve Çubukcu, 2013:151

“Dijitalizasyon” kavramı ise en geniş ifadeyle, verilerin dijital ortama aktarılmasıdır. Sezen ve Şenaras’a göre (2022: 54-55) dijitalizasyon, her şeyin dijitale aktarıldığı bir süreçtir. Kısacası dijitalizasyon, her şeyin dijital formata dönüştürülmesi ve yeniden yapılandırılmasını ifade eder (Brennen ve Kreiss, 2016). Bu, aslında gündelik hayatın da dijitalleştiği anlamına gelir. Dijital dönüşüme uyum sağlamak, güncel çözüm önerileri ve yaklaşımların ortaya çıkmasını sağlar. Yaşadığımız çağ, aynı zamanda bir bilgi çağıdır. Bilginin önemli bir güçtür. Her türlü bilgiye tek bir tıkla, kolay bir şekilde ulaşılması, yaşadığımız evreni McLuhan’ın (1989) da ifade ettiği gibi “küresel bir köy” haline getirmiştir.

Dijitalleşme beraberinde bazı sorunlara da yol açmıştır. Bu sorunlardan biri, “dijital bölünme” kavramıyla açıklanmaktadır. Dijital bölünmenin ilk aşaması, yeni medyayı etkin şekilde kullanamayan bireylerin yaşadıkları problemlerle ilgilidir. Dijital teknolojilerle doğrudan temas halinde büyüyen genç kuşaklar için dijital ortam, onların gündelik yaşamın doğal bir uzantısıdır. Bu durum önceki kuşaklarla aralarındaki büyük farklara ve eşitsizliklere işaret eder (Aladağ ve Yağbasan, 2012: 675). Dijital bölünme, bu anlamda yeni bir eşitsizlik biçimi olarak da karşımıza çıkar. Dijital ortamların kullanımındaki farklar, dijital bölünmenin sosyal yaşama etki ettiğini kanıtlar (Park vd., 2015’ten akt. Kartal vd.,2017: 355). Dijital ortamlar aracılığıyla hiçbir şey gizli kalmamakta, her şey gözle görünür bir hal almaktadır. Dolayısıyla eşitsizlikler de dijital ortamlar aracılığıyla gözler önüne serilmektedir. Dijital ortamlara erişim ve etkin kullanma sorunu, toplumsal yapıdaki eşitsizlikleri derinleştirmektedir (Özdoyran, 2019: 191-192).

Günümüzdeki dijital dönüşümler, bireylerin gündelik yaşam alışkanlıklarını ve toplumsal etkileşim dinamiklerini köklü biçimde dönüştürmektedir. Bu dönüşümlerin bütüncül bir şekilde analiz edilebilmesi, özellikle yeni medya kavramı ekseninde yapılacak değerlendirmeleri gerekli kılmaktadır. Yeni medya, sürekli geliştirilen ve dönüştürülen teknolojik yöntemler olarak karşımıza çıkar. İnternet ve yeni teknoloji ağları ile ilişkilidir. Yeni medya sosyal hayatın her alanına nüfuz etmekte ve geleneksel medyadan farklı olarak, her şeyin dijital ortama aktarımını sağlamaktadır. Bu süreç dijital kodlamalar sayesinde gerçekleşmektedir. Yeni medya, iletişimde hız ve kolaylık sağladığı gibi bilginin daha geniş

kitlelere ulaşmasını da mümkün kılmaktadır. Örneğin, günümüzde kitap ve dergilerin dijital ortama aktarılmasıyla birlikte; çoklu uygulamaların kullanıldığı, hızlı, yoğun ve etkileşimli bir medya sistemi ortaya çıkmıştır (Binark, 2007: 5). Akman'ında (vd.,2021: 554) belirttiği gibi geleneksel medyanın pasif yapısının aksine, yeni medya bireye aktif bir alan tanımaktadır. Yeni medya, zaman ve mekân sınırlılıklarını ortadan kaldırarak çevrimiçi bir yapıyla karşımıza çıkmaktadır. Bu dönüşüm, yalnızca iletişimde hız ve erişilebilirlik sağlamakla kalmamış, aynı zamanda yeni iletişim biçimlerinin gelişmesine de zemin hazırlamıştır. Böylece bireyler, yeni medya ortamında yalnızca içerik tüketicisi değil, aynı zamanda içerik üreticisi hâline gelmiş; etkileşim temelli yeni ilişkiler kurarak daha aktif bir konuma evrilmiştir (Karabulut, 2015). Teknolojik gelişmelerle birlikte yeni medya, sınırları aşan bir etkileşim ağı yaratmış ve dijital dünya ile kurulan bu güçlü bağ, artık toplumların gelişmişlik düzeylerini belirleyen önemli bir ölçüt hâline gelmiştir. Bu bağlamda, dijital dönüşüm ve yenilikler, yeni medya kavramıyla birlikte değerlendirilmesi gereken dinamik süreçler olarak öne çıkmaktadır (Karabulut, 2015: 12). Yeni medya, bilgi teknolojileriyle birlikte iletişim alanında önemli bir rol üstlenmektedir. Ortaya koyduğu yeni uygulama ve süreçler aracılığıyla toplumu kuşatan, sürekli değişen ve dönüşen akışkan bir modernlik anlayışına neden olmaktadır (Öztezcan vd., 2020: 31). Yeni medyada gerçekleşen bu dönüşüm, sonsuz etkileşim ağlarının oluşmasına yol açmakta, toplumsal ve bireysel olarak örgütlenmelerin artmasına neden olmaktadır (Karaduman, 2019: 685). Tüm bu tartışmalar ışığında, yeni medyanın bazı temel özelliği şu şekilde sıralanır: Tüm iletişim modülleri içerisinde etkileşimin olduğu bilinmektedir, ileti ve alıcı arasındaki karşılıklı etkilerdir (etkileşim); yeni medyanın bireyler içerisinde kişiye özel bildirim ve mesajların iletildiği bir alan sunulmaktadır (kitlesizleştirme); Buradaki durum yeni iletişim teknolojileri ile kullanıcılar hızlı bir şekilde istedikleri her an yeni medyanın getirilerini kullanabilir olmasıdır (eşzamanlı) (Geray, 2003 akt. Kırık ve Aydoğan, 2012: 60).

İletişim teknolojilerinde oldukça hızlı gelişmeler yaşanmakta, dijital ortamlar, akıllı cihazlarla birlikte yeniden şekillenmektedir. Bireylerin kullanıcı adlarıyla kaydolup profil oluşturdukları bu mecralar, yeni teknolojilerle birlikte gelişmektedir. Sosyal ağlar, ayrıca yeni medyanın kullanımını kolaylaştırmakta ve iletişim düzeyinde geniş bir etki alanına sahip olmaktadır (Erişti, 2022; Taylan vd.,2008). Medya, dijital platformların yaygınlaşmasıyla birlikte önemli ölçüde değişmiş ve dönüşüm geçirmiştir. Bu dönüşüm, sadece medya kullanım biçimlerini değil, aynı zamanda kullanıcıların medya ile kurduğu ilişkiyi ve deneyimlerini de değiştirmiştir. Böylece yeni medya araçları, yalnızca iletişim biçimlerini

çeşitlendirmekle kalmamış, aynı zamanda toplumsal etkileşim ve bilgi üretimi süreçlerinde de yeni dinamikler ortaya çıkarmıştır (Öztezcan vd., 2020: 183).

Giddens'a göre (2021), iletişim araçlarının, geleneksel dönemden itibaren önemli bir yere sahip olmuş ve teknolojik gelişmelerle birlikte medyanın içine dahil olmuştur. Yeni medyanın uygulama alanlarının genişlediği ve dijitalleşmeyle birlikte enformasyon toplumu izlerinin ortaya çıktığı görülmektedir. Artık, tek bir araç üzerinden, multimedya olarak adlandırılan çeşitli verilere ulaşmak kolaylaşmıştır. Birey ise, sahip olduğu yeni medya kullanımları aracılığıyla daha aktif bir rol üstlenmiştir. Giddens (2021) ayrıca internetin ortaya çıkmasıyla birlikte insanların sanal iletişim ağları üzerinden etkileşimlerini artırdıklarından da söz eder. Lister (vd., 2003: 13), teknolojinin evriminden bahseder. Teknolojinin evrimiyle birlikte iletişim biçimleri de dönüşmüştür. Bilgisayar aracılığıyla sağlanan başlıca iletişim araçları; e-posta, çevrim içi sohbet platformları, bloglar ve akıllı cihazlardır. Geline nokta dijital ortamların yaşamlarımızdaki önemi her geçen gün artmaktadır. Kamusal ve özel hayat arasındaki sınırlar geçmişte daha belirgin, dijitalleşmeyle birlikte bireyin özel hayatı giderek kamusal alana doğru kaymaktadır. Dijital ortamlar, bireylerin gerçek yaşamda olmak istedikleri kimlikleri sunabilecekleri bir ortamı yaratmaktadır. Bireyler, dijital ortamlarda oluşturdukları profillerle, gerçek hayatta ulaşamayacaklarını düşündükleri bir yaşamı sanal dünyada temsil edebilmektedir (Binark vd., 2014: 29-30). Bireyler dijital ortamları; arkadaş edinmek, çevrelerindeki kişileri takip etmek, video, fotoğraf, müzik gibi içerikleri paylaşmak amacıyla kullanmaktadırlar. Bireyler, gündelik yaşamlarındaki özel anları herkesin görebileceği dijital ortamlarda sergilemektedir (Binark vd., 2014: 44). Tüm bu dijital etkileşim biçimleri, bireylerin hem kendilerini ifade etme biçimlerini hem de sosyal ilişkiler kurma yollarını dönüştürmüştür. Bu dönüşümle birlikte dijitalleşen toplumsal yapı, "ağ toplumu" bağlamında değerlendirilebilir.

Castells (2013), yeni teknolojilerle birlikte değişen toplumsal süreçleri ağlar üzerinden açıklamıştır. Ağlar, sınırsız bir şekilde genişlemekte ve bireyler bu dijital ortamlar içinde etkileşimlerde bulunmaktadır. Castells, ağ temelli bir toplumu şu şekilde incelemektedir: İlk olarak, ağ toplumunun ortaya çıkmasının ana nedeni enformasyonun oluşmasıdır. Yani verilerin anlamlı, düzenli ve kullanılabilir bir formata dönüştürülmesidir. İkinci durum, yeni teknolojilerin etki alanlarının genişlemesi ve enformasyon ile ayrılmaz bir bütünlük oluşturmasıdır. Bir diğer özellik ise, tüm bu süreçler dijital ortamlar içerisinde ağlar oluşturma mantığı dahilinde gelişmektedir (Castells, 2013: 88-89). Birey, sosyal ilişkilerini dijital ağlar aracılığıyla deneyimlerken, bu durum ona farklı alanları kullanma fırsatları sunar (Eraydın, 2019: 219). Dijital ağlar sadece belirli bir alanda etkili değildir. Ağların etki alanları

toplumların sınırlarını aşmaktadır ve toplumsal etkileri yüksektir. Bu durum, yukarıda da belirtildiği üzere, dijital bir kültürün ortaya çıkmasına yol açmaktadır (Dönmez ve Sincar, 2008: 3). Giddens (2021: 718), ağ toplumunu ele alırken konuyu, “bilgi teknolojileriyle” iç içe geçmiş internet veri ağları bağlamında inceler. Ağ toplumu, belirsizlik içerir ve hız ile tanımlanır. Hız, mesafeleri önemsiz kılan yeni iletişim türlerinin doğmasına yol açmıştır. Günümüzde toplum, dijital ağlar etrafında örgütlenmektedir (Giddens, 2021: 17).

Van Dijk (2018), toplumdaki her türlü organizasyonun, sosyal kurumun, enformasyon üretimine dahil edildiğini söyler. Ona göre, ağ toplumu “her türlü örgütlenme biçimi”ni mümkün kılar. Bu ağlar toplumun tüm birimlerini veya bölümlerini giderek daha fazla birbirine bağlar”. Castells’den farklı olarak Van Dijk, ağları çeşitlendirerek bir ekosistem şeklinde ele alır. Ağ çeşitlerini fiziksel, organik, nöron, sosyal, teknik ve medya ağları olarak sınıflandırarak günümüze doğru yorumlar. Dijk’a göre (2018: 229-231) teknolojinin ve ağların toplumun her kesimine dağılması bazı eşitsizlikleri de beraberinde getirmiştir. Dijitalleşme, olumlu süreçleri içinde barındırsa da bölünmüşlüğü de temel nedenidir. Van Dijk’a göre “internet erişiminden tamamen yoksun olmak demek sosyal ağlardan tamamen yoksun olmak demektir”. Bu durum, yüz yüze gerçekleşen ilişkilerin öneminin azalacağını ve dijital çağa ayak uyduramayan toplumların çeşitli problemler yaşayacağını da gösterir. Van Dijk (2018: 235-237) bireylerin dijital ortamları kullanmalarının ve bu platformlarda paylaşımlar yapmalarının ihtiyaç doğrultusunda gerçekleştiğini düşünmektedir. Bir diğer nokta ise kamusal alanın tamamen yok olacağı hakkındaki tutumudur. Van Dijk, kamusal alanın yeniden şekilleneceğini belirtir ve ağ toplumunu istikrarsız bir toplum modeli olarak görür. Dijk’e göre ağ toplumu hem çok güçlü bağlara sahiptir hem de bu bağlar arasında çok fazla bölünmeler söz konusudur. Dijk’e (2018: 57-60) göre ağ toplumu belirli başlı özelliklere sahiptir; bunlar şu şekildedir: Ağ toplumu, hem küresel hem de yerel boyutları kapsayan bir olgudur. Ağlar, hiyerarşik bir düzen yaratmak yerine belirli bir merkeze bağlı olmadan genişler. Bu yapıda bireyler, örgütler ve gruplar sürekli bir değişim ve dönüşüm içindedir. Ağ toplumu, toplumun her alanında etkili olmakla kalmayıp, internetin de katkısıyla geniş bir hizmet alanına sahiptir. Özetle Van Dijk, dijital ağlar üzerinden bireyleri ve toplumları açıklama yoluna gitmiştir. Artık bireyler, çevreleriyle olan etkileşimlerini yüz yüze ve fiziksel bir ortamlar aracılığıyla değil, ağlar üzerinden oluşturdukları etkileşim süreçleriyle gerçekleştirmektedir. Ağ toplumunun insanları, ulusötesi bir genişlik ve mekanizmaya sahiptir. Bu durum, adem-i merkeziyetçi bir yapıya işaret eder (Avcı, 2024: 3)

Ağ toplumunun âdem-i merkeziyetçi yapısı ve bireylerin dijital ağlar üzerinden kurdukları etkileşimler, onların dijital ortamlar içerisinde şekillenen davranış kalıplarını

anlamayı gerekli kılar. Bu bağlamda, bireylerin dijital dünyadaki tutum ve alışkanlıklarını açıklamak üzere “dijital habitus” kavramı ele alınabilir. Dijital habitus, ayrıca Bourdieu’nun klasik “habitus” anlayışının, dijital teknolojiler ve çevrimiçi etkileşimler ışığında yeniden şekillenen bir versiyonudur. Kavramsal temel oluşturmak amacıyla öncelikle habitus kavramı açıkça tanımlanmalıdır. Habitus, bireylerin sosyal çevrelerinden kazandıkları davranış biçimleri ve düşünce kalıplarını ifade eder. Dijital habitus ise, bu kalıpların internet ve dijital platformlardaki yansımalarını açıklar. Yani habitus, bireyin geçmişte edindiği deneyimlere anlam kazandırır ve bireyin yaptığı davranışı neden yaptığının dair bir fikir verir. Habitus, en genel tanımıyla somutlaşmış ve bedene dönüşmüş bir toplumsallıktır (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 118-119). Baert (1998) ise habitusu ele alırken, kavramı bireylere pratik ve sorunlarla başa çıkma yetisi kazandıran, otomatik bir anlayış olarak tanımlar. Eylemler, ortaya çıktıkları çevrenin koşullarıyla paralel olarak gelişip farklılaşırken, bireylerin günlük yaşamında ve benlik oluşumunda doğrudan sınıfsal kökenlerini temsil eder. Bu durum, Bourdieu’ya göre toplumsal eşitsizliklerin ortaya çıktığı ve bu eşitsizliklerin görünür kılındığı bir yer olarak tanımlanır (akt. Meder ve Çeğin, 2011: 248). Habitus, bireylerin davranışları, algıları ve çevresel uyaranlara verdikleri tepkiler bağlamında ele alınmaktadır. Bourdieu, habitusun gündelik hayatta bireyler arasında ayrıştırıcı ve farklılaştırıcı pratikler doğurduğundan söz eder. Bu konu hakkında Bourdieu (1994: 23) şunları söyler:

“... Bir işçinin yediği şey, özellikle de yeme biçimi, yaptığı spor ve yapma biçimi, siyasal kanaatleri ve bu kanaatleri ifade etme biçimi sanayici patronun bunlara tekabül eden tüketimleri ve etkinliklerinden sistematik olarak farklıdır; ancak bunlar, aynı zamanda da, sınıflandırıcı şemalardır, farklı sınıflandırma ilkeleri, farklı görü ve bölünme ilkeleri, farklı zevklerdi...Örneğin, aynı davranış ya da aynı eşya birisine saygın, diğerine fazla iddialı ya da gösterişli, bir üçüncüye de çok kaba görünebilir...”

Habitus, bireyin toplumsal kimliğini yansıtan bir yapı olarak değerlendirilebilir. Birey, içinde bulunduğu konum ve koşullar ne olursa olsun habitusunu davranışlarına yansıtır. Bu bağlamda, benzer toplumsal sınıflarda yer alan bireylerin davranışları, beğenileri ve günlük yaşamdaki pratikleri arasında önemli benzerlikler gözlemlenir. Toplumda benzer sosyal konumlara sahip bireyler, ortak habitusları doğrultusunda benzer etkileşim biçimleri ve pratikler geliştirir (Kaplan ve Yardımcıoğlu, 2020: 28). Bourdieu, habitusun toplumsal ve çevresel bir anlayışı ima ettiğinden bahseder. Ayrıca Bourdieu habitus kavramını, yaşam koşullarına uygulanan pratikler olarak ele alır (Swartz, 2021: 148-156). Bourdieu, habitusu “yapılandırıcı ve yapılanmış yapı” olarak tanımlar. Ona göre habitus, bireye pratiklerde ve düşüncelerde rehberlik eden bir tür “pratik algı şeması” sunar. Bu algı şemaları, bireyin toplumsal yapı içinde somutlaşmasını ve toplumsallaşma sürecinde varlığını ortaya koymasını sağlar (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 131). Habitus deneyimleri, sosyal statü, sınıfı ve

etnisiteyi ifade eder. Bu da habitusun sadece bireysel olarak davranışları belirmediğini, habitusun aynı zamanda yapılandırıcı bir mekanizma olduğunu gösterir (akt. Erbakan vd., 2021: 8 ; Koytak, 2013: 87). Koytak'a (2013: 88) göre habitus bireyin ilk toplumsallaşma süreci olan ailede kazandığı pratik ve eylemler bütünüdür. Bu toplumsal süreçler, değişime karşı oldukça dirençlidir ve sonraki nesillere aktarılabilir bir niteliğe sahiptir. Örneğin ailede edinilen bir pratik, daha sonra başka bir ortamda (iş, okul, vs.) kendini gösterebilir. Bir topluluğa dahil olan birey o topluluğun habitusu üzerinden bir davranış şekli benimseyebilir ve bunu kullanabilir. Habitus, birey üzerinde toplumsal kabulü mümkün kılan belirli bir davranış düzeni oluşturur. Dolayısıyla habitus, bireyin yaşamı boyunca edindiği deneyimlere bağlı olarak değişime ve dönüşüme açık dinamik bir yapıya sahiptir. Habitus, topluma uyum sağlamak için değişim geçirebilir. Habitus, benzer şartlar altında benzer örüntüler sunsa da deneyimlere bağlı olarak değişkenlik gösterebilir. Bu durum, habitusun esnek bir alanda kabul ve kontrol mekanizmaları geçirdiğini gösterir (Yücedağ, 2020: 144). Habitus hem sosyal dünyayı üretir hem de onun tarafından tüketilir. Bu durum, habitusun bireyin sosyal yaşamındaki etkileşimleri anlamlandırmasına yol açar (Ritzer ve Stepnisky, 2013: 154).

Bourdieu aynı zamanda “alan” ve sermaye türleri (ekonomik, sosyal, kültürel anlamında) kavramlarını geliştirir. Bireyler, ekonomik, sosyal, kültürel ve sembolik sermaye türlerini kullanarak her alanda birer habitus yaratma sürecine dahil olurlar. “Alan” denilen yapı, oyun ile benzerlikler kurularak açıklanır. Alan, rekabetin ortaya çıktığı; kazananlar ve kaybedenlerin bulunduğu bir bahis alanına benzer. Oyunda ise kıyasıya bir rekabet söz konusudur. Her oyunda ortaya çıkan sermaye türlerinin bir hiyerarşisi vardır. Diğer bir ifadeyle, her alanda geçerli olan sermayeler bulunur; bunlar oyun biçimlerine göre değişkenlik gösterir. Sermaye (ya da sermaye türleri), belli bir alanda hem mücadele ettikleri hem de uğruna mücadele verecekleri bir kavram olarak ortaya çıkar (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 82). Alan, bireylere belirli davranış ve yaşam tarzları kazandırırken, bireyler de habituslarını alana aktarırlar. Bourdieu'ya göre alanlar, varlıklarını sürdürebilmek için habitusları biçimlendirir. Çünkü habituslar, toplumsal yaşam içinde bireyselliği, kimliği ve sosyal ile kolektif olanı yansıtan gerçekliklerdir. Habitus, onun için her an harekete geçmeyi bekleyen bir kuvvettir. Ayrıca, habituslar alanın yapısına göre farklı pratikler ortaya çıkarabilir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 126). Alan, aynı zamanda güç mücadelesi verilen bir yerdir. Bireyler, alanın yapısını korumak ve iyileştirmek için çeşitli stratejiler geliştirirler (Ritzer ve Stepnisky, 2013: 157). Bourdieu'nun habitus kavramından yola çıkarak, dijital çağdaki etkileşimleri kavramak amacıyla dijital habitus kavramı incelenebilir.

“Dijital habitus”, bireylerin değerlerini ve simgesel etkileşimlerini dijital ortamlar aracılığıyla yeniden ürettikleri ve bu alanlara taşıdıkları sosyal pratikler bütünü olarak değerlendirilebilir. Dijital ortamda bireyler, sosyal ve simgesel etkileşimlerin yanı sıra eğitim, dil bilgisi ve aile gibi unsurlarla şekillenen kültürel sermayeyi kullanarak dijital habituslarını oluştururlar. Bu süreçte, çevrimdışı edindikleri alışkanlıkları ve değerleri dijital platformlara taşıırken, kullandıkları sosyal ağın özelliklerine göre yeni bir habitus biçimi geliştirirler (Güzel, 2016: 97). Dijitalleşmenin etkisiyle bu kavram, çevrimiçi pratiklere uyarlanarak “dijital habitus” olarak tanımlanmakta ve bireylerin dijital platformlarda geliştirdikleri tutum ve alışkanlıkların açıklanmasında kullanılmaktadır.

Romele ve Rodighiero (2020: 5), Bourdieu’nün habitus kavramını temel alarak “dijital habitus” kavramını tanımlamışlardır. Onlara göre dijital habitus, bireylerin dijital ortamlar aracılığıyla kazandıkları pratikleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Dijital habitus, dijital kimlikleri ve dijital ortamdaki davranışları şekillendiren bir yapı olarak değerlendirilebilir. Etkileşimler ve dijital ortamlardaki pratikler, bireyin dış dünyaya kendisini sunma biçimiyle ilgili tercihlerini ve stratejilerini yansıtır (Turgut ve Gedik, 2023: 90). Özetle, dijital ortamlar günümüzde bireylerin habituslarını oluşturdukları bir alan olarak işlev görmektedir. Nitekim dijital ortam, sınıfa özgü dinamiklerin, beğenilerin ve sermayelerin sergilendiği bir alan olarak tanımlanabilir. Örneğin Facebook, Twitter gibi platformlar, bireylerin habituslarını dijitalle nasıl aktarıldıklarına ilişkin önemli bilgiler içerir (bkz.: Papacharissi vd., 2013: 602 ; Blake, vd., 2010). Binark ve Bayraktutan (2011: 6-26), bireylerin çevrimdışıdaki habituslarını çevrimiçi ortama aktardıklarından söz eder. Aynı zamanda birey habitusunu dijital ortamda da inşa edebilmektedir. Örneğin dijital oyunlar, habitusların aktarıldığı ve yeniden üretildiği bir “alan” olarak görülebilir. Sosyal ağlar içerisinde sosyal sermaye sahip bireylerin profilleri daha popüler ve daha güçlüdür (sanal hesaplardaki takipçi sayıları, beğeniler anlamında). Bu da onları daha yüksek bir (sanal) statüye doğru iter. Dijital ortamlar, dijital habituslar içinde sermayeler oluşturur. Bu sermayeler, dijital habitusun inşasında rol oynar ve bireylerin dijital ortamlarda belirli bir statü elde etmelerini sağlar. Dijital ortam aynı zamanda sosyal medya mecraları olarak da kabul edilir. Burada bireyler girdikleri sanal ağlarda deneyimler edinirler. Böylece bireyler, sermayelerini kullanırken mücadele mekanizmalarını da ortaya çıkarırlar. Ayrıca dijital ortamlar, çeşitli sosyal medya uygulamaları sayesinde yeni habitus formları oluşturma özelliğine sahiptir. Birey, çevrimdışı habitusunu çevrimiçi ortama aktarırken dijital ortamların yapısal rolünden de faydalanır. Bireyler, dijital ortamın habitusuyla özdeşleşerek pratikler yapar ve böylece kimlik oluşumlarını gerçekleştirirler. Bireylerin kendilerini, dijital ortamın habitusuyla özdeşleştirip, pratikler yaparak, kimlik oluşumlarını da gerçekleştirir

(Güzel, 2016: 97). Her sosyal ağ, farklı pratiklerin kullanımıyla şekillenir ve dijital ortamlarda dijital habitusların oluşmasına katkı sağlar. Örneğin bireyler Facebook da iletişim kurmakta, Twitter’da görüşlerini bildirilmekte, Instagram’da ise yaşamlarıyla ilgili paylaşımlar yapmakta, LinkedIn de kariyer yolculuklarını dijitalde sergilemektedirler. Kısacası bireyler dijital ortamlarda etkileşim kurmak ve popülerliğini yükseltmek amacıyla dijital pratiklerini her fırsatta yeniden kurgularlar. Dijital ortamda birey habituslar elde ederken, dijital ortamdaki pratikleri de kullanmaktadır (Güzel, 2022: 162-166). Dijital habitus, dijital ortamda insanların gerçekleştirdiği davranış ve pratikleri sembolize eder. Popüler dijital alanlar içinde bireyler konumlandırılmakta; fikirleri, düşünceleri ve yaşamları bu ortamlar tarafından şekillenmektedir (Turgut ve Gedik, 2023: 89).

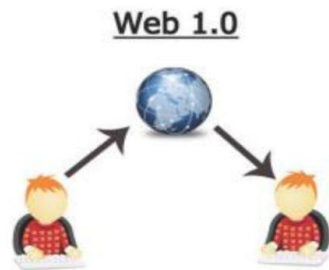
Özetle, dijital habitus, bireylerin çevrimiçi dünyadaki davranışlarını ve dijital teknolojilerle kurdukları ilişkileri belirlerken; bu davranışların ve ilişkilerin temelinde yer alan sermaye türlerini de yeniden üretir. Özellikle dijital sermaye, bireylerin dijital alanlarda etkin olabilmelerini sağlayan bilgi, beceri ve donanımı ifade eder. Bu bağlamda dijital sermaye, yalnızca teknik yetkinliklerle sınırlı kalmayıp; bireylerin dijital ortamlardaki konumlarını, etkileşim biçimlerini ve görünürlüklerini şekillendirir. Ragnedda ve arkadaşları (vd., 2019: 5), “dijital sermaye”yi iki kavram ekseninde ele almaktadırlar: “dijital sahiplik” ve “dijital yetkinlik” Dijital sahiplik, dijital cihazlar, çevrimiçi geçirilen süre ve bağlantılar gibi unsurları ifade ederken; dijital yetkinlik ise iletişim kurma, dijital içerik üretme, güvenlik ve iş birliği gibi süreçleri tanımlamaktadır. Bu unsurlar, bireyin dijital sermayesini oluşturmaktadır.

1.2. Dijitalleşen Toplum

Dijitalleşmeyle birlikte içinde bulunduğumuz çağ dijital bir çağ haline gelirken, yaşadığımız toplum da dijital topluma dönüşmüştür. Ortaya çıkan dijital toplumun yapısı, sosyal etkileşim biçimlerini değiştirmekle kalmayıp, aynı zamanda ‘hız’ kavramını da ön plana çıkarmıştır (Gencer ve Aktan, 2021: 1152). Couldry ve Hepp (2018: 53) günümüzde değişimlerin hızlandığını ve teknolojiyle birlikte yeniliklerin ortaya çıkış süresinin kısaldığını belirtirler. Günümüz dünyasında dijital ortamların iletişim ve etkileşim alanına dönüşmesi, toplumsal ilişkilerin giderek çevrimiçi alana doğru kaydığını gösterir. Artık doğrudan ekranlar sayesinde “otomatikleşmiş bir toplum modeli” karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte söz konusu gelişmeler basit bir olgudan daha fazlasını ifade etmektedir (Baudrillard, 2022: 19-20). Lupton (2015: 2-5) ise bu konuya yaklaşımını, dijital bir toplumda yaşadığımız gerçeğine dayandırır. Dijital toplumun oluşumu, ona göre 1980’lerin ortasına denk gelmektedir. Çünkü bilgisayarın yaygınlaşması bu döneme tekabül eder. Özellikle son yirmi yılda internetin ve

dijital platformların hızla gelişmesiyle birlikte toplumsal bağlamda büyük dönüşümler yaşanmıştır. Öncelikle WWW icat edilmiş, sonrasında ise Wikipedia, LinkedIn, Facebook, YouTube gibi dijital platformlar kurulmuştur. Lupton (2015) ayrıca “life is digital” (hayat dijitaldir) ifadesiyle, aile, kültür, ekonomi, eğitim, istihdam ve risk gibi toplumsal bağlamda değerlendirilen tüm olguların dijitalleşmeyle iç içe geçtiğini vurgular. Ona göre toplumu anlamak, aynı zamanda dijitalleşme süreçlerini de anlamayı gerektirir. İnternet ve dijitalleşme, gelişen teknolojilerle birlikte dijitalleşen bir toplumu ortaya çıkarmıştır (Sayımer, 2014: 1-3). Gündelik hayatın pratiklerine dahil olan “Web” (kısaltılmış hali “www” olarak yani World Wide Web şeklinde kullanılmaktadır) dijitalleşmenin en temel bileşenlerinden biridir (Özden, 2022: 30). Her ne kadar web ile internet aynı anlamda kullanılsa da internet ağların birleşimidir. Web ise tarayıcı olarak internetin bir tamamlayıcısı olarak tanımlanır (Lattore, 2018: 344).

Web 1.0 olarak ele alınan olgu, 1990’lara kadar gelen web’in en ilkel biçimidir. Web 1.0 sadece kısıtlı veri tabanında sunulan bilgiye ulaşma amaçlıdır. Onun için Web 1.0 kullanıcıları ile sunucuların aynı anda etkileşim kurmaları imkansızdır. Bu nedenle kullanıcılar web’in içindeki çoğu şeye katılım gösteremez ya da oldukça sınırlı bir alanda hakimiyet gösterebilirler (Özden, 2022: 30). Choudhury (2014 : 8096) Web 1.0’ın özelliklerini şu şekilde ortaya koymuştur: “Web 1.0, yalnızca okunabilir içerikler sunar ve bu bilgiler herkes tarafından kullanılabilir. Web sayfaları stabil ve dar yapıya sahip olup, genellikle sade bir tasarıma sahiptir ve okuyucular tarafından kolayca anlaşılabilir. Bu dönemde web yöneticisi, içeriklerin yönetilmesinden tek başına sorumludur”.



Şekil 1.2 Web 1.0 Özellikleri

Kaynak: Ersöz, 2020:60.

Web 2.0, kullanıcıların sahip oldukları her türlü görüş ve önerilerini paylaşabildikleri bir ortam sunmaktadır. Facebook, Youtube, Wikipedia gibi uygulamalar Web 2.0 içerisinde yer alır. Kullanıcılar, web içerisinde istedikleri içerikleri üretebilir ve etkileşimler ağı ortaya koyabilir (Shivalingaiah ve Naik, 2008: 4, Demirel ve Kütük, 2010: 99, Özden, 2022: 31). Web 2.0’ı bir önceki süreçten ayıran en önemli özellik, kullanıcılar arasında devamlı bir

iletişimin ve etkileşimin sağlanıyor olmasıdır. Web 2.0 ile hayatlarımıza girmeye başlayan sosyal medya uygulamaları kullanıcıların yazdıkları, paylaştıkları her türlü etkileşime katkıda bulunmaktadır (Lattore, 2018: 346). Mestçi (2009), Web 2.0'in tasarım ve sunum açısından dijital platformların çeşitlenmesine yol açtığını söyler. Web 2.0, çift yönlü bir etkileşim işlemidir (Choudhury, 2014: 8097). Web 2.0 içerisinde yer alan sosyal medya platformları, çift yönlü etkileşimler üreten bir web versiyonudur (Koçyiğit ve Koçyiğit, 2018: 41). Örneğin Facebook- Twitter- YouTube gibi dijital uygulamalar, web tabanlı oldukları için kullanıcılar arasında tam ve sınırsız etkileşim sağlamıştır. Çok yönlü paylaşımların yapılabildiği, çeşitli dosyaların paylaşılabilir ve etkileşime dahil edilebilir olduğu, ses, video, görüntü ve paylaşım gibi birçok etkeni içinde barındıran ve aynı anda kullanıma sunan YouTube gibi siteler de bu alanın içerisinde ele alınmıştır (Köse ve Çal, 2012).



Şekil 1.3 Web 2.0 Özellikleri

Kaynak : <https://blockchainleaks.it/web-1-0-web-2-0-e-web-3-0-cosa-sono-e-quali-sono-le-differenze/> Erişim tarihi 19.10.2024

Ayrıca, Web 2.0 ile küresel bir sistem yaratılarak, dünyanın herhangi bir yerindeki kullanıcılarla sınırsız etkileşim imkânı sunulmuştur. Bu etkileşimler sayesinde dijital ağlar, karşılıklı yorum yapma, görüş bırakma, fotoğraf ve video yükleme, paylaşma gibi birçok yeniliğin kullanıldığı bir alan haline gelmiştir (Koçyiğit ve Koçyiğit, 2018: 20). Web 2.0'ın sunduğu olanaklar ve temel özellikler hakkında Erragcha ve Romdhane (2014) tarafından yapılan açıklamalar şu şekildedir: Web 2.0'ın temel özelliklerini açıklarken, dijital uygulamalar kullanıcılarına tam anlamıyla üretim yapma ve bildirimde bulunma olanağı tanır (katılım). Aynı zamanda, bilgi karşılıklı olarak paylaşılabilir hale gelir ve sosyal ağlar üzerinden etkileşimler kurulmasına olanak sağlar (açıklık). Kullanıcılar arasında sosyal ağlar üzerinden diyalogların kurulabilmesi, iletişimi güçlendirir (konuşma). Ayrıca, sosyal ağlar bireylerin örgütlenmesi ve topluluklar kurmasına imkân verir (topluluk). Son olarak, Web 2.0, ağlar arasındaki bağlantıları güçlendirerek, her şeyin birbirine bağlanmasını ve etkileşimlerin artmasını sağlar (bağlantılık) (akt. Koçyiğit ve Koçyiğit, 2018: 34-35).

Web1.0 ve 2.0 arasındaki bu farkları şu şekilde özetleyebiliriz:

Tablo 1.1. Web 1.0 – 2.0 Karşılaştırması

Web 1.0	Web 2.0
Bireyler web sitelerini ziyaret ederek içerik oluşturur	Bireyler kullanımlarının inşaa edicisidir
Tek yönlülük	İki taraflı ve karşılıklı süren bilgi akışı
Hiyerarşi barındırır	Hiyerarşi yoktur
Statik, kalıcı ve sınırlılık	Sürekli bir güncelleme

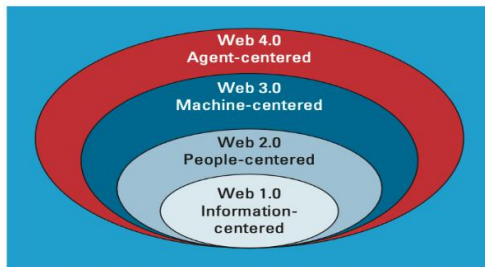
Kaynak : Eşitti ve Işık, 2015: 14-15

Web 2.0, doğrudan içerik üretiminde rol oynamaktadır. Bu özellikler, Web 2.0'ın sanal etkileşimlerde önemli bir rol oynamasına neden olmuştur. Katılım, açıklık, konuşma, topluluk ve bağlantılı gibi unsurlar, dijital platformların daha etkileşimli ve kullanıcı odaklı hale gelmesini sağlamış; kullanıcılar arasındaki etkileşimleri derinleştirerek, bilgi paylaşımını ve topluluk oluşturmayı teşvik etmiştir. Bu dinamik yapılar, Web 2.0'ın sosyal ağlar ve çevrimiçi pratiklerde merkezi bir rol üstlenmesini sağlamıştır (Eşitti ve Işık, 2015: 14). Web 2.0, yeni uygulamalarla yeni paylaşım ağlarını ortaya çıkarmaktadır (Hiremath ve Kenchakkanavar, 2016: 705). Web 2.0 sürecinden sonra, Web 3.0 ile daha gelişmiş teknolojilerin olduğu (örnek yapay zeka) yeni bir dönem başlamıştır.

Web 3.0, yapay zekânın dijital ortamlara dahil olmasıyla ilgilidir. Web 3.0'da artık kullanıcının etkisi azalmış bir web süreci olarak ele alınmıştır. Kısacası, tüm süreçteki kontrol, yapay zekâ dediğimiz akıllı teknolojilere bırakılmıştır (Kutup, 2010: 14). Bilgisayar, bireyin davranışını anlamakta ve hızlı bir şekilde kullanıcıya cevap vermektedir (Choudhury, 2014: 8097). Prabhu (2016) Web 3.0'ü "akıllı web" olarak tanımlamıştır. Web 3.0 ile kullanıcılar istedikleri cevaplara ulaşmaktadır. Web 3.0 teknolojisi, gelişmiş sistem ve akıllı bir arama imkânı sunmaktadır (Ersöz, 2020: 61). Web 3.0 kullanıcılara yeni bilgi sunmanın yanı sıra bilgiyi yorumlama ve diğer verilerle bir arada sorgulama, bağlama ve analiz etme işlevini de gerçekleştirmektedir. Artık sadece insanların değil, makinelerin de okuyabileceği bir web söz konusudur. Kullanıcıları birbirine bağlayan bir sistemden, cihazları birbiriyle entegre eden bir sisteme geçilmiştir (Koçyiğit ve Koçyiğit, 2018: 42-46). Web 3.0 ile artık yapay zekaya dayalı öğrenme algoritması sayesinde binlerce kullanıcıya aynı anda erişim ve kullanım gerçekleşmektedir (Akgün, 2022: 234). Dolayısıyla Web 2.0'dan Web 3.0'a geçiş, dijital cihazların, makinaların artık işin içinde olduğu bir sistemi işaret eder (Şimşek, 2023: 6).

Web 4.0, yapay zekânın yeni bir web algısı sunduğu bir ortamdır. Ayrıca, Web 4.0 içerisinde kullanıcı ve makine arasında gerçekleşen etkileşimler, tamamen bağımsız bir

şekilde kendi kendine yükleme yapmaktadır. Bu durum, bulutlar dediğimiz veri tabanları sayesinde gerçekleşmektedir. Etkileşimler, herhangi bir sağlayıcıya ihtiyaç duymadan sürdürülebilmektedir (Kurgun vd., 2018: 56). Bulut sayesinde gerçekleşen teknolojik faaliyetler, Web 4.0'ın ortama dahil olmasıyla birlikte ağ içerisindeki karmaşık ve parçalı yapıyı tek bir ana kaynağa bağlamayı sağlamıştır. İnternete bağlanan bir cihaz, her türlü etkileşimin yapılabileceği bir erişebilirlik sağlamıştır. Ayrıca, bulut teknolojisi sayesinde dijital ortamda farklı medya türleri sunulmakta ve birden fazla ihtiyaca hizmet edilmektedir (Nedeva ve Dinev, 2012: 320). Dijital bir cihazla sözel komutlar dahilinde konuşmak Web 4.0 tarafından sağlanmaktadır. Bu durum eskiden sadece "...bilgiye ulaşabileceğimiz bir Web'den, bize çözümler üreten bir Web'e doğru bir geçişi göstermektedir..." (Lattore, 2018: 348). Parvathi ve Mariselvi (2017: 170), Web 4.0 teknolojilerini 2020-2030 yıllarından gerçekleşmeye devam bir süreç olarak ele almaktadırlar. Onlara göre, Web 4.0'ın yapmak istediği ve yapacağı en temel şey, gerçek ve sanal dünyadaki tüm etkileşimleri gerçek zamana evirerek, simbiyotik bir web ağı gerçekleştirmektir. Yani insan beynine paralel bir ağ kurmaktır. Web 4.0 birçok yenilik ve özellikleri içerisinde barındırmaktadır. Bunlar ilk olarak AI'nın daha gelişmiş bir versiyonu olarak, otomatikleştirme ve aramaları daha geniş bir şekilde yapmasıdır. Bir diğer özellik ise VR'dır. Burada artırılmış gerçeklikle, sanal seyahat, çevirim içi deneyimler sürükleyici bir duruma evrilmektedir. Ayrıca Web 4.0 merkezi olmayan uygulamalar sunmakta ve kuantum bilgi teknolojileri sayesinde, daha hızlı veri işlemi gerçekleştirmektedir (Hoş, 2023). Lattore (2018), Web 4.0'ın şu yeniliklere sahip olduğunu söyler: Makineler arasında gerçekleşen iletişim ağları, kullanıcı verilerin kullanımı ve sunumu. Örneğin, akıllı saatlerden kalp hızının ölçülmesi gibi. Özden'e göre (2022: 33), Web 4.0 sanal gerçeklik odaklıdır ve bulut teknolojilerini içerisinde barındırır. Diğer web süreçlerinden farklıdır; okuma, yazma, konuşma, depolama ve interaktif süreçleri barındıran bir sistemdir.



Şekil 1.4 Web'in evrimi 1.0'dan 4.0'a Doğru Toplum

Kaynak: Murugesan vd., :2011

Web 5.0 henüz gelişim aşamasında olan bir teknolojidir. Web 5.0, Web 4.0'ın getirdiği yenilikler doğrultusunda evrimleşen, dönüşen ve farklılaşan bir yapı olarak

değerlendirilmektedir. Bu olgu, Web 4.0 içerisinde yer alan akıllı teknolojiler, robotlar, makineler gibi diğer teknolojik faaliyetlere ek olarak, insana ait duyguları da içermektedir (WhiteBIT, 2022). Bu, teknolojinin yalnızca işlevsel değil, aynı zamanda duygusal bir boyut kazanmasını sağlayacak bir gelişim olarak karşımıza çıkmaktadır (Ersöz, 2020: 64). Tim Berners Lee (2009) tarafından ortaya atılan Web 5.0, “duyguların web”i olarak tanımlanır. Günümüzdeki web sürecinin nötr olmasından farklı olarak, duygu ve düşünceleri tam olarak algılayan bir web dönüşümünden bahsedilir (Saklı, 2020: 3). Patel (2013) Web 5.0 sürecinin hala oluşum içerisinde olduğunu belirtir. Bu yüzden kesin bir tanım yapmak zordur. Ona göre bu web sürümü, insanın duygularını taklit edebilecek kullanımları beraberinde getirecektir. Özetle, Toplum 4.0 ile internet ve dijital teknolojiler hızla yaygınlaştı, insanlar birbirleriyle daha çok çevrimiçi ortamda iletişim kurmaya başladı. Bu sayede dijitalleşme, yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline geldi. Günümüzde ise bu gelişmeler, ‘Toplum 5.0’ aşamasına doğru evrilmeye başlamıştır. Özellikle yapay zekânın gelişmesi ve robotik sistemlerle desteklenen bir sistem içerisine girmesi, insan merkezli süper akıllı toplumların oluşumunu tetiklemiştir.

1.3. Dijitalleşen Toplumda Genç Nesil

Dijitalleşme, kuşaklar arasında önemli farkların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu durum, literatürde sıklıkla “dijital uçurum” olarak ele alınmaktadır. İnternet erişimi olanlar ile olmayanlar arasındaki farka işaret eden dijital uçurum (DiMaggio vd., 2004: 356), dijital ortamlara entegre olabilenlerle olamayanlar arasındaki farkı ifade eder (Değirmen vd., 2016: 110). Dijitalleşme süreci, doğuştan dijital ortamlarda büyüyen “dijital yerli”ler ile dijital dünyaya sonradan uyum sağlayan “dijital göçmen”ler arasında bir uçurum yaratırken, bu fark, dijital ortamlarda etkileşim ve adaptasyon becerilerini önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Dijital göçmenler, teknolojik yeniliklere ve dijital dönüşüme uyum sağlamakta zorluk çeken, bu alandaki değişimlere mesafeli duran ve bazen de direnç gösteren bireylerdir (Yıldız, 2021: 823) Yılmazdoğan ve Şabanoğlu’na göre (2022: 102) dijital göçmenler, yüz yüze etkileşimi tercih ederler. Dijital göçmenlerin aynı anda çoklu işlerle uğraşma yetenekleri de sınırlıdır. Örneğin dijital ortamlarda vakit geçirirken aynı zamanda farklı bir eylemi yapmakta zorluk yaşadıkları gözlemlenmektedir. Ayrıca bilgiye ulaşmak ve iletişim kurmak için genellikle geleneksel araçları tercih ettikleri gibi yeni ve çoklu arkadaşlıklar kurmaktansa, eski arkadaşlıklarıyla vakit geçirmekten keyif alırlar. Dijital göçmenler geleneksel yaşam örüntülerine her fırsatta bağlı kalırlar (Kurt vd.,2013: 8). Arabacı ve Polat (2013: 15), dijital göçmenlerin dijital araçları kullanmada problemler yaşadıklarını belirtirler. Onlar, bilgiye

ulaşmak için öncelikle basılı yayını tercih ederler ve dijital ortamları ikincil bir araç olarak görürler (Prensky, 2001). Dijital göçmenlerin dijital çağa ayak uydurmaları hem bir zorunluluk hem de ihtiyaçlarını karşılama açısından değerlendirilmektedir. Bu durum onlar için dijital ortamların önemini giderek arttırmaktadır. Dijital yerlilere ulaşma konusunda gayret etmektedirler. Gelişen teknoloji ve her gün yeni bir cihazın ortaya çıkmasıyla birlikte, dijital göçmenlerin dijital eylemlere olan ilgisi de artmaktadır (Küçün vd., 2018: 180).

Zur (2011: 1-2) ise, dijital göçmenlerin dijital ortamlara göre farklı özellikler sergilediklerini belirtir. Kaçınanlar, teknolojiye nispeten uzak duran veya teknolojiyle en az şekilde ilişki kuran bireylerdir. Bu kaçınma eğilimi nedeniyle, sosyal medya ve benzeri dijital ortamlara mesafeli yaklaşırlar. Ancak içlerinden bazıları, teknolojik gelişimin toplumsal yaşam üzerindeki etkisinin farkındadır ve bu nedenle dijital araçlarla, isteksiz de olsa, etkileşim kurma çabası içindedir. “İsteksiz benimseyenler” olarak tanımlanabilecek bu alt grup, genellikle temel iletişim araçlarıyla (örneğin e-posta) sınırlı bir dijital katılım sergilemektedir. Buna karşılık, dijital iletişim süreçlerine daha yatkın olan ve istekli katılım sergileyenler de bulunmaktadır. “Hevesliler” olarak da adlandırılan bu kesim, teknolojik araçları ve dijital dünyaya ayak uydurma konusunda en şanslı ve en istekli olanlardır. İş dünyasından, özellikle teknoloji odaklı çalışan bireyler bu gruba örnek olarak verilebilir.

Prensky, internet öncesi doğan ve teknolojiyle sonradan tanışan kuşağı tanımlamak için dijital göçmen kavramını kullanır. Dijital göçmenler, dijital dünyada doğanlara göre daha düşük düzeyde uyum gösterirler (Prensky, 2001:5). Dijital yerli veya dijital göçmen gibi tanımlar, Prensky’nin (2001) çalışmalarında çok fazla değinilmektedir. Bu iki kategori yaş değişkeniyle ilişkilendirilmiş, teknolojik araçların kullanımı ile yaş arasında anlamlı bir ilişki kurulmuştur (Yıldız, 2021: 821). Bu iki kuşak arasındaki farklar, sadece teknolojinin kullanımıyla sınırlı değildir. Öğrenme biçimlerinden iletişim tercihlerine, problem çözme yaklaşımlarından gündelik yaşam pratiklerine kadar, pek çok alanda kendini göstermektedir. Dijital yerliler, bilgiyi çeşitli kaynaklardan alarak dijital ortamlara hızlı bir şekilde dahil olurlar. Aynı anda birden fazla iş yapabilme yetenekleriyle dikkat çekerler ve metin yerine resim, video gibi görsel içerikleri tercih ederler (Aydın, 2023). Multimedya kullanımına yatkınlıkları sayesinde, dijital etkileşimde daha fazla görsel ve işitsel öğeler kullanırlar. Ayrıca, istedikleri an dijital etkileşime girme imkanına sahip olduklarından, anlık başarılar, ödüller ve geri bildirimler onların motivasyonunu artıran unsurlardır. Bu özellikleri, onların dijital dünyada etkin ve hızlı bir şekilde etkileşimde bulunmalarını sağlar (Kemiksiz 2022: 70). Dijital göçmenler ise, bilgiye ulaşım ve kullanım konusunda genellikle daha yavaş ve sınırlıdır. Tek bir işe odaklanarak, derinlemesine bir şekilde çalışmayı tercih ederler.

Çoğunlukla metinleri kullanmayı, yazılı içerikleri anlamayı ve bu içerikler üzerinde düşünmeyi daha rahat bulurlar. Ayrıca, sıralı bir şekilde çalışmayı ve belirli bir alanda kalmayı tercih ederler. Her durumda eyleme geçerken, zamanla oluşan geri bildirimleri daha verimli kabul ederler, çünkü zamana yayılan geri bildirimler onların öğrenme sürecini daha iyi sindirmelerini sağlar. Bu özellikler, dijital göçmenlerin dijital dünyada daha kontrollü ve adım adım ilerlemelerini mümkün kılar (Kemiksiz 2022: 70). Görüldüğü üzere, dijital yerliler ile dijital göçmenlerin teknolojiyle kurdukları ilişki farklılık göstermektedir.

Dijital yerliler, yeni teknoloji ile büyümüş ilk nesillerdir (Prensky, 2001) Prensky, (2001) ayrıca dijital yerlilerin özelliklerini açıklarken, dijital çağda yetişen gençlerin, dijital ortamlar aracılığıyla etkileşimler kurmakta başarılı olduklarından bahseder. Ayrıca dijital yerliler sürekli çevrimiçi olma durumlarını sürdürme pratikleri sergilerler. Aynı anda birçok işle uğraşabilirler, bunu dijital ortamda deneyimlerler. Her türlü bilgiye ulaşmak için öncelikle dijital ortam içerisinde arama davranışı sergilerler. Dikkatleri kırılmalıdır ve her an dikkatleri dağılabilir (akt.Yılmazdoğan ve Şabanoğlu, 2022). Dijital yerli kavramı açıklanırken, genellikle teknolojinin merkezi rolü vurgulanır. Teknolojik araçlar, dijital yerlilerin günlük yaşamlarında doğal bir şekilde entegre olur ve teknoloji, onların öğrenme, iletişim, eğlence ve diğer birçok faaliyetlerinde temel bir unsur haline gelir. White ve Cornu (2011) ise, dijital yerlileri Prensky'den tamamen farklı olarak dijital göçmen ve dijital yerli olarak değil, "ziyaretçi" ve "sakinler" olarak ele almışlardır. Dijital göçmene karşılık gelen ziyaretçiler, web ve teknolojik faaliyetleri belirli bir amaç için kullanırlar ve ziyaretçiler için web'in üyeleri değil, kullanıcılarıdır. Sakinler ise, çevrimiçi olmaktan mutludurlar. Tüm ilişkilerini bu dijital ortamda ifade edebilirler, hepsinin sosyal ağ platformlarında profilleri mevcuttur ve pek çok biçimde kendilerini tamamlayabilirler. Daha çok dijital ortamın yerlileridir. Pedró (2006) ise dijital yerli kavramını NML (New Millenium Learner) olarak ele alır. NML'ler dijital göçmenlerin aksine, teknolojik aletlerin, video oyunlarının ve bilişim faaliyetlerin yarattığı ortama uyum sağlamışlardır. Ayrıca NML'ler bilgiyi çoğunlukla basılı olmayan, dijital kaynaklardan erişiler, metin yerine görüntüye, videoya ve hıza öncelik verirler. Onlar için çoklu görevler herhangi bir problem teşkil etmez, gayet rahat üstesinden gelirler ve son olarak sürekli güncelde kalıp, bilgi edinme süreçlerine sahiptirler. Tulum ve Kaya (2020: 320) da dijital yerlilerin sahip oldukları bazı davranış örüntülerine dikkat çekmişlerdir. Dijital yerliler, hızlı tempolu bir dijital yaşam tarzına sahiptirler ve çabuk sıkılma eğilimindedirler. Ayrıca insanlarla yüz yüze iletişim kurmak yerine, mesajlaşmayı tercih ederler.

Bireyler, her dijital platforma özgü farklı kullanım pratikleri geliştirmektedirler. (McKinsey, 2024: 2). Bu bağlamda, dijital ortamlardaki etkileşimlerin gerçekleşmesini

sağlayan sanal ağlar, sosyal medyanın oluşması ve yaygınlaşması için kritik bir öneme sahiptir. Gündelik hayat giderek sanal ağlar üzerinden şekillenmektedir. Ağ toplumu içerisinde zaman, mekân, kültür ve kimlik yeniden üretilmektedir (Bozkurt, 2022: 718). Sanal ağlar, bireylerin kimlik üretimlerini gerçekleştirdikleri bir alana dönüşmektedir. Dijital kimliğin üretimi, giderek gerçek kimliğin yerine geçmektedir. Bu süreçle birlikte, gündelik yaşam, sanal olanla iç içe geçmiş ve birbirinden ayrılmaz bir hale gelmiştir (Çıldan vd., 2013: 2). Sanal ağlarda eğlence, iletişim ve etkileşimler yeniden kurgulanmaktadır (Dogruer vd., 2011: 4). Günümüzde, birçok birey için sosyalleşme pratikleri dijital ortamlar üzerindeki etkileşimlerle şekillenmektedir. Bu kapsamda, dijital ortamlar, duyguların, düşüncelerin ve fikirlerin özgürce ifade edilebileceği bir alan yaratırken, aynı zamanda bireylerin sosyal onay ihtiyaçlarını da karşılayabileceği bir mecra haline gelmiştir. Dijital platformlar, bireylerin kendilerini ifade etmeleri ve başkalarıyla etkileşim kurarken, aynı zamanda onay ve takdir görme arayışlarını da destekler (Karaboğa, 2018: 917; Tuğtekin ve Dursun, 2021:148). Facebook, Instagram, Twitter (X), YouTube, WhatsApp dijital yerlilerin zamanlarının büyük bir bölümünü geçirdikleri dijital platformlardır.

1.4. Dijitalleşen Ortamda Benliğin Sunumu ve Dijital Kimliğin İnşası

Gündelik yaşam, bireylerin içinde bulundukları sosyal ortamlara göre şekillenen bir süreçtir. Erving Goffman, bu süreci açıklarken “benlik”, “performans”, “sahne”, “dramaturji” gibi kavramlardan yararlanır. Özellikle benliğin sunumu ve performans kavramı, Goffman’ın çalışmalarında önemli bir yer tutar. Performans, belli bir durumda bireyin diğer bireyi etkilemeye yönelik ya da toplumsal onay alma davranışları şeklinde yorumlanır (Goffman, 2020: 45-50). Kısacası Goffman’a (2020) göre bireyin belli bir izleyici karşısında sergilediği davranışlar ve gerçekleştirdiği etkileşimlerin tümü performans olarak tanımlanır (Goffman, 2020: 21-44). Goffman için benlik, en genel anlamıyla oyuncu ile seyirci arasında gerçekleşen sosyal bir ilişkidir. Goffman (2020) gündelik yaşamı bir tiyatro sahnesine benzeterek bireylerin etkileşimlerini açıklar. Özellikle vitrin kavramını açıklarken tiyatroya özgü “sahne” terimini bir metafor olarak kullanır. Vitrin, bu bağlamda bireyin tıpkı bir tiyatro sahnesindeymiş gibi davranışlar ve pratikler geliştirdiği bir alanı temsil etmektedir. Bu oyunda ise herkesin bir rolü vardır ve rolleri gereği tiyatro sahnesindeki oyunu canlandırırlar. Goffman’ın çalışmasında (2020) önemli yer tutan sahne kavramı, bireylerin gündelik yaşamda sürdürdükleri sosyal etkileşimler konusunda önemli bir bakış açısı sunar. Özellikle “sahne önü” ve “sahne arkası” ayrımı, bireylerin benliklerini sundukları ve sergiledikleri ortamları açıklamada kullanılır. Sahne arkasında birey hiçbir seyircinin olmadığı, kendiyle yalnız

kaldığı bir yer olarak tanımlanır. Sahne arkası, aktörün sahne önündeki performansından gizlediği veya bastırıldığı davranışların, kendisinin en doğal halinin görüldüğü yerdir. Bu durum aslında sahne önünde icra edilen performans haricinde, sahne arkasında, aktörün maskesini çıkardığı bir yer olarak da ele alınır (Goffman, 2020: 113, Koç, 2017: 267). Sahne önündeki bireyler daha çok idealize ettikleri benliklerini sunmaya çalışır. Sahne önünde bireyler rollerini mümkün olduğunca inandırıcı bir şekilde oynamaya çalışırlar. Yaptıkları tiyatral oyunun başarısı için “dramaturjik” performanslar kullanırlar (Hogan, 2010: 378). Benlik kavramı ile “dramaturji” yaklaşımı arasında bir ilişki vardır. Goffman’ın dramaturji kavramı, tiyatral etkileşimler bağlamında ele alınmaktadır. Ona göre birey, aktör; izleyici ise toplumdur. Toplum, bir eylem şekli belirler ve bu eylem, bireyin oynadığı roller bağlamında bir statü gösterimi olarak algılanır. Goffman, bunu rol beklentisi ve rol-seyirci arasındaki etkileşimle, birey-toplum bağlamında açıklar. Yani birey, benliğini sunarken, önemli olan toplum ve seyirciyle uyumlu olmaktır; roller ve kurallarla birlikte uygun davranışlar sergilenmelidir (Öner ve Fildiş, 2022: 458). Bu anlamda benlik, aktör-seyirci arasındaki etkileşimlerin bir ürünüdür. Yani benlik, o an gerçekleşen sahnedeki oyunun, bir tiyatrodaki gibi dramatik performanstan oluşmasıdır. Performanslar, başkalarının aktörle ilgili izlenim uyandırmak amacıyla gerçekleşmektedir. Goffman’a göre dramaturji, gündelik hayatta gerçekleşen iletişimlerde, bireylerin kendilerini doğru ya da yanlış bir biçimde ortaya koydukları bir tiyatro sahnesinin oyuncularını şeklinde görülmektedir (Ritzer ve Stepnisky, 2013:120 ; Akgün, 2018: 31). Genel anlamıyla dramaturjik yaklaşımda bireyin eylemlerinin, sahneye ve izleyiciye bağlı olduğu kabul edilir. Goffman, benliğin sahnede sergilenen bir dramatik performans sayesinde oluştuğunu söyler. Birey burada, kültürünü, imajını, değerlerini sunarken, tek amacı izleyici tarafından performansını kabul ettirmektir. Goffman ayrıca bireyin sabit, durağan bir varlık olmadığını bu yüzden etkileşimler sayesinde kendisini yeniden keşfedip, yapılandırıldığını da söylemektedir. Birey sahne önünde, eylemlerini sunarken, ötekiler tarafından bir anlam ve etkileşim sağlayabileceği işaretler kullanır. Bireyin sunduğu performansın, toplumsal bir alanda temsil gücü olabileceği için, performansın da bu toplumun istek ve kalıplarına uygun olması gerekmektedir (Temurtaş, 2022: 78-79)

Bu çerçeveden hareketle giderek benlik ve kimlik kavramlarının dijital ortamlarda yeniden inşa edildiği ve tekrar tanımlandığı söylenebilir. Genel anlamda dijital benlik, bireyin kendini algılama ve sunma biçimidir. Buna karşılık dijital kimlik ise, bireyin dijital ortamlarda kurguladığı ve sürekli değişebilen, farklılaşabilen kimlik türünü belirtmek için kullanılan bir terimdir. Dijital kimlik çok katmanlı bir yapıya sahip olduğu için toplumsal ve

kültürel temsilleri içerirken, benlik kişisel, içsel bir kavram olarak çıkmaktadır (Turkle, 1995). Yani benlik bireyin ‘kendisiyle’ kurduğu ilişkiyi temsil ederken, kimlik bireyin ‘başkalarıyla’ ve toplumsal etkenlerle ilişkilerini ifade etmektedir. Dijital benlik, çevrimdışı benlikle bir arada bazı özellikler taşımaktadır. Bu da dijital benliğin, fiziksel benliğin bir nevi uzantısı şeklindedir. Dijital ortamda oluşturulan benlik, çevrimdışı benlikle sürekli bir etkileşim içerisinde (Morva, 2016: 59). Dijital benlik, bireyin olduğu kişiden farklı olarak ve olmak istediği bir biçimde sunulabilir. Diğer bir ifadeyle, birey hayranlık duyduğu veya çevresinin isteklerine göre bir kimlik üretimine girebilir. Bunun için fotoğraflar, video, ses, görüntü vb. kullanabilir. Dijital benlik, bireyin, dijital ortamlarda kendisini nasıl sunduğu ve dijital pratikleri nasıl deneyimlediğiyle ilgilidir. Bireyler artık çevrimiçi ortamlarda benliklerini sürekli olarak yönetmek zorundadırlar. Ancak bu yönetim, dijital profillerin kim tarafından, ne zaman ve nasıl değerlendirileceğinin belirsizliği içinde gerçekleşmektedir. Benlik paylaşımı, yalnızca aşırı paylaşım ile değil, benlik sunumu esnasında denge kuramama sorununu da beraberinde getirebilir. Goffman’ın da belirttiği gibi, toplumsal karşılaşmalarda benliği sunmak her zaman belli riskleri içermiştir. Artık “tek bir kişi” olmak çok zordur; sabitlikten çıkmış ve sürekli var olması gereken “benlikler” oluşturulması gerekmektedir. Yani, benlik yeniden konumlandırılabilir ve dijital çağda, zaman-mekân içinde farklı bir yere yerleşiyor (Couldry ve Hepp, 2018: 146).

Dijital kimlikler ise, bireylerin çevrim içi ortamlarda kendilerini nasıl tanıttıkları, temsil ettikleri ve diğer kullanıcılar üzerinde nasıl bir izlenim bırakmak istedikleriyle doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda, dijital ortamlar, kimliğin yeniden sergilendiği, kurgulandığı ve kimi zaman idealize edildiği alanlara dönüşmektedir. Performans alanı olarak ele alınan dijital ortamlar, bireyin gündelik yaşamında büyük bir öneme sahip olmuştur. Birey, dijital ortamlar sayesinde etkileşimler kurmakta, benliklerini sunmakta ve kimliklerini inşa etmektedir (Bekiroğlu ve Hülür, 2016: 150-153). Dijital kimlikler, en genel anlamıyla, sosyal ağlar içerisinde kullanılan, üretilen ve kişisel etkileşimlere bağlı olarak inşa edilmektedir. Bu ortamda üretilen dijital kimlik, bireyin gündelik yaşamındaki kimliğinin bir türü olabileceği gibi, tamamen farklı, yeniden ortaya çıkarılmış bir kimlik olarak da görülebilmektedir (Zinderen, 2020: 417). Bauman (2017: 103-109) ise, bireyin tüm yaşamı boyunca sadece tek bir kimliğe bağlı kalmasının zor olduğunu söyler. Artık kimlikler, bir gösteri aracına dönüşmekte ve bireyin sunduğu bir şekle bürünmektedir. Ayrıca dijital süreçlerin de etkisiyle, kimlikler arzu edildiği şekilde kurgulanabilmektedir. Sosyal ağlarda sunulan fotoğraflar, iletiler ve bildirimler, kimliğin dijital ortamda nasıl oluşturulduğunu gösterir. Birey burada çevrimdışı alandaki yaşam tarzlarını dijitalle taşıyarak bu alanda bir

kimlik inşası gerçekleştirmektedir (Bakıroğlu, 2013: 1049-1050). Bireylerin kimliklerini sunma ve algılanma biçimleri, dijital ortamların etkisiyle daha da belirginleşmiştir. Bireyler, hayal ettikleri kimliğe ulaşmak için dijital ortamları kullanırlar. Bireyler dijital ortamlarda oluşturulan profillerle yeni etkileşim ağlarını kurarken, kimliklerini de yeniden inşa ederler. Dijital ortamdaki etkileşimler, bireylere yalnızca bir gruba aidiyet hissi kazandırmakla kalmaz; aynı zamanda ilgi alanlarını keşfetme, farklı kültür ve bakış açılarıyla tanışma ve böylece hem düşünsel ufuklarını genişletme hem de kişisel özgürlüklerini daha derinlemesine deneyimleme fırsatları sunar (Sparks ve Honey, 2025). Benlik ve kimliğin sunumu dijital dünyada ele alınırken, bunu dijital biyografiler üzerinden oluştururlar (Çat ve Aydın, 2023: 222-223).

Birçok dijital platformda bireylerin kendilerini tanıttıkları alan genellikle bio (biyografi) kısmı olarak karşımıza çıkar. Kullanıcılar, oluşturdukları profiller aracılığıyla çevrim içi kimliklerini inşa ederken, bu alana yazdıkları ifadelerle kendilerini temsil etmeye çalışırlar. Ancak bu tanıtımlar her zaman gerçeği yansıtmayabilir. Zira dijital ortamda kimlik doğrulaması sınırlıdır. Bu da bireylerin kendilerini olduğundan farklı ya da idealize edilmiş biçimlerde sunmalarına neden olabilir. Dijital ortamda sunulan biyografi ile birey kendisini doğrudan ifade etme, tanımlama ve kimliğini detaylandırma şeklinde kullanmaktadır. Sıklıkla ziyaret edilen profiller, birey hakkında ipuçları sunar (Sönmez vd., 2022: 130). Dijital ortamlar, bireylere kimliklerini tanıtmaya ve diğer bireylerle etkileşimler kurma, gruplar oluşturma gibi çoklu imkanları sunar. Her sosyal medya platformu bireyin kimliğini farklı şekilde inşa etmektedir. Birey kullandığı platforma özgü dijital kimliğini sunabilir; örneğin, LinkedIn üzerinde profesyonel, iş dünyası için ürettiği kimliğini kullanırken, Instagram'da sosyal yaşamındaki kesitlere yer verebilir (Ökten, 2024: 96). Özellikle dijital becerileri gelişmiş bireyler, fırsatlara erişimde belirgin avantajlara sahiptirler. Örneğin, son dönem araştırmaları, LinkedIn gibi profesyonel sosyal medya platformlarında rahatça hareket edebilen bireylerle bu alanlarda zorluk yaşayanlar arasında belirgin bir fark olduğunu göstermektedir. Bu tür dijital mecraların ekonomik yaşamda daha fazla yer edinmesiyle birlikte, dijital ortamda mesleki kimliğini etkili bir biçimde sunabilen bireylerin iş gücü piyasasında daha güçlü konumlara ulaşma ihtimali de artmaktadır (Robinson vd., 2015: 575).

Sonuç olarak, dijital ortamlar bireylerin kimlik ve benliklerini ifade etme biçimlerinde derin değişikliklere yol açmaktadır. Dijital yeterlilikler ve sermaye, sosyal ilişkilerde ve etkileşimlerde önemli avantajlar sunmaktadır. Bu nedenle, bireylerin dijital ortamlardaki kendini sunuş biçimleri, Goffman'ın da işaret ettiği gibi, toplumsal kimlik ve statü kazanımı bakımından belirleyici olmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

2.1. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Sorunsalı

Dijitalleşmeni dijital yerliler üzerinde kapsamlı etkileri söz konusudur. Günümüzde dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte, genç bireylerin çevrim içi mecralarla kurdukları ilişkiler; sosyal pratiklerini, iletişim biçimlerini ve gündelik deneyimlerini önemli ölçüde dönüştürmektedir. Dijital yerliler olarak tanımlanan bu genç kuşağın, dijital ortamlarda geliştirdiği etkileşim biçimlerini, sergilediği pratikleri ve edindiği deneyimleri incelemek, bu araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır. Gençlerin dijital ortamlarda yoğun biçimde yer alması, kimlik ve mahremiyet gibi temel kavramların dijitalleşme bağlamında yeniden ele alınmasını da gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda çalışma, dijital etkileşimlerin gençlerin kimlik inşası, gözetim ve mahremiyet algısı üzerindeki etkilerini de araştırmayı hedeflemektedir. Araştırmanın bir diğer amacı ise, gençlerin dijitalleşen dünyada şekillenen geleceğe dair tahayyül ve beklentilerini analiz etmektir. Bu araştırma, dijitalleşen toplum ile genç bireyler arasındaki ilişki bağlamında, gençlerin dijitalleşme sürecini nasıl deneyimlediklerini sosyolojik bir bakış açısıyla incelemeyi amaçlamaktadır.

Yukarıda bahsedildiği üzere, dijitalleşmenin etkisiyle birlikte dijital yerliler, mahremiyet algılarını yeniden tanımlamakta, mahremiyetlerini gönüllü biçimde dijital ortamlarda sergilemekte ve bu alanları kendi arzularını, beğenilerini ve isteklerini görünür kılacak mecralar olarak kullanılmaktadırlar. Dijital ortamlar, aynı zamanda kuşaklar arasında yeni eşitsizlik biçimlerini beraberinde getirmektedir. Dijital yerliler, dijital ortamları bir mücadele alanı olarak deneyimlenmektedir. Bu bağlamda çalışma, dijital ortamların dijital yerlilerin gündelik yaşamlarını, kimliklerini, toplumsal konumlarını ve etkileşim biçimlerini nasıl etkilediğine, ayrıca dijitalleşmenin dijital yerlilerin pratiklerine, değer algılarına ve toplumsal katılım biçimlerine yansımalarına odaklanmaktadır.

Dijitalleşen toplum ile dijital yerliler arasındaki ilişki bağlamında, gençlerin dijitalleşme deneyimlerini sosyolojik bir perspektiften incelemek amacıyla şu sorulara odaklanılmıştır:

Dijitalleşme dijital yerlilerin gündelik yaşamı nasıl etkilemektedir? Dijital ortamda benliğin sunumu nasıl gerçekleşmektedir? Genç kuşağın dijitali sosyal yaşamlarında tam olarak nasıl konumlandırırmaktadırlar? Dijitalleşme, kuşaklar arası eşitsizlikleri nasıl üretmektedir? Dijital yerlilerin düşünce yapıları, istekleri, arzuları ve beğeni algıları üzerinde dijitalleşmenin hangi etkileri ortaya çıkmaktadır? Dijital alanın dijital yerliler arasında bir

mücadele sahası olarak konumlanması, toplumsal süreçler içerisindeki yeri ve önemi nasıl şekillenmektedir? Dijital ortamlarda mahremiyet algısı nasıl değişmektedir? Genç katılımcılar mahremiyetlerini neden dijital ortamlarda sunmak istemektedirler? Dijital ortam, dijital yerlilerin deneyimlerini, kimlik inşa süreçlerini ve sosyal etkileşim biçimlerini nasıl şekillendirmektedir?

Bu tez çalışması dijitalleşme olgusunun dijital yerlilerin gündelik yaşamları üzerindeki çok boyutlu etkilerini, dijital ortamlarda geliştirdikleri pratikleri ve çevrimiçi etkileşim stratejilerini kapsamlı biçimde analiz ederek, literatüre özgün ve derinlikli bir katkı sunmayı amaçlamaktadır.

2.2. Araştırmanın Örneklemi ve Araştırmacının Gözlemleri

Araştırma örnekleminin belirlenmesinde, çalışmanın konusu, amacı ve temel soruları belirleyici rol oynamaktadır. Örneklem seçimi, çalışmanın sonuçlarını doğrudan etkileyeceğinden, evreni en iyi şekilde temsil edecek biçimde yapılmalıdır (Baltacı, 2018:236). Örneklem seçiminde, araştırmanın gerçekleştirileceği ortam, örneklem dahil edilen bireylerin özellikleri, bu bireylerden beklenenler ve araştırmanın doğal akışında ilerlemesi önemli faktörlerdir (Miles ve Huberman 1984'ten akt. Karahan vd., 2022: 90).

Bu tez çalışmasında araştırmanın örneklem grubu 18-25 (15 erkek ve 10 kadın) yaş aralığında olan dijital yerli olan üniversite öğrencilerinden oluşmaktadır. Katılımcılar “amaçlı örneklem” tekniğine göre belirlenmiştir. Amaçlı örnekleme tekniği, araştırma konusu ile anlamlı ilişkisi bulunan ve deneyimi olan katılımcılara ulaşmayı sağlamıştır. Amaçlı örneklem tekniği, araştırma konusu ile anlamlı ilişkisi bulunan ve konu hakkında deneyime sahip katılımcıların seçilmesine olanak tanır (Yağar ve Dökme, 2018: 4). Bu bağlamda dijitalleşme sürecinin toplumsal yaşam içerisindeki genç birey üzerindeki etkilerini ele alan bu çalışmadaki katılımcılar rastgele değil belirli kriterlere göre belirlenmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın katılımcıları dijitalleşme süreçlerine doğrudan tanıklık eden ve bu süreçle iç içe olan genç kuşak bireyler yani dijital yerliler oluşturmaktadır. Bu kapsamda çalışma, 2000 yılı ve sonrasında doğmuş üniversitede öğrenim gören gençlerle yürütülmüştür. Bu yaş gurubunun örneklem içerisine dahil edilmesinin temel nedeni hem dijitalleşme süreçleriyle erken yaşlarda tanışmış olmaları hem de içerisinde bulunduğumuz dijital çağı anlamlandırabilecek deneyimlere sahip olmalarıdır. Araştırmanın katılımcıları üniversite eğitimlerine devam etmektedirler. Araştırma örneklemine üniversite öğrencilerinin dahil edilme nedeni, dijitalleşmenin etkilerini doğrudan deneyimleyen ve gündelik yaşamlarında bu etkileri yorumlayabilen gençliği temsil ettiklerine dair varsayıma dayanmaktadır Ayrıca,

araştırma kapsamında genç bireylerin dijitalleşme pratikleri ile eğitim düzeyleri arasındaki ilişkiye dair çıkarımlar yapılması da amaçlanmaktadır. Derinlemesine görüşme tekniğiyle elde edilen verilerde tekrarların artması, verilerin doyum noktasına ulaştığını göstermiştir. Dolayısıyla çalışma 25. katılımcı ile sonlandırılmıştır. Araştırmanın örneklemini oluşturan katılımcı profili tablo 2.1’de gösterildiği gibidir.

Tablo 2.1 Katılımcı Profili

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Bölüm	Yaşadıkları Şehir
K.1	25	Erkek	Siyaset Bilimi	İstanbul
K.2	24	Erkek	Turizm ve Otel İşletmeciliği	Kırklareli
K.3	19	Erkek	Siyaset Bilimi	İzmir
K.4	22	Erkek	Tarih	Antalya
K.5	24	Kadın	Uluslararası İlişkiler	İzmir
K.6	24	Erkek	İnşaat Mühendisliği	İzmir
K.7	20	Erkek	Tıp Fakültesi	Hatay
K.8	25	Erkek	Ekonomi	İstanbul
K.9	22	Erkek	İngilizce Tercümanlık	İzmir
K.10	24	Kadın	Sosyoloji	Antalya
K.11	22	Erkek	İnşaat Mühendisliği	İstanbul
K.12	22	Erkek	Siyaset Bilimi	İstanbul
K.13	25	Kadın	Uluslararası İlişkiler	Antalya
K.14	24	Kadın	Siyaset Bilimi	İzmir
K.15	21	Erkek	Makine Mühendisliği	Ankara
K.16	25	Kadın	Biyoloji Mühendisliği	İzmir
K.17	21	Kadın	Endüstri Mühendisliği	Ankara
K.18	21	Erkek	Endüstri Mühendisliği	Ankara
K.19	18	Erkek	Konservatuvar	Ankara
K.20	23	Kadın	Biyoloji	Ankara
K.21	22	Kadın	Sosyoloji	Antalya
K.22	23	Erkek	Sosyoloji	Antalya
K.23	21	Erkek	Endüstri Mühendisliği	Ankara

K.24	22	Kadın	Sosyoloji	Antalya
K.25	20	Kadın	Sosyoloji	Antalya

Tabloda görüleceği üzere, araştırmanın katılımcıları Türkiye'nin farklı üniversitelerinde farklı bölümlerinde öğrenim görmektedirler. Araştırma kapsamında elde edilen niteliksel veriler bilgisayar ortamında metinleştirilmiştir. Araştırma mülakatları hem çevrim içi hem de yüz yüze yapılmıştır. Bu kapsamda K.4, K.10, K.13, K.15, K.17, K.18, K.19, K.20, K.21, K.22, K.23, K.24 ve K.25 ile yüz yüze, K.1, K.2, K.3, K.5, K.6, K.7, K.8, K.9, K.11, K.12, K.14, K.16 ile çevrim içi mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Görüşmelerin hem çevrim içi hem de yüz yüze gerçekleştirilmesi, dijital ortam pratikleri ve deneyimlerinin derinlemesine incelenmesine olanak sağlamıştır. Böylece, farklı bağlamlarda ortaya çıkan etkileşim biçimleri ve deneyimlerin anlaşılmasına katkı sağlamıştır. Aynı zamanda araştırmaya farklı disiplinlerden ve farklı kentlerde yaşayan öğrencilerin katılımı, dijitalleşme olgusunun çok boyutlu ve çeşitlilik içeren etkilerinin daha kapsamlı bir şekilde ortaya konmasına olanak sağlamıştır. Bu sayede, farklı sosyal, kültürel ve bölgesel bağlamların dijital pratikler üzerindeki etkileri karşılaştırılabilir ve disiplinler arası farklılıklar daha iyi anlaşılabilir. Ayrıca, katılımcı çeşitliliği araştırmanın genellenebilirliğini ve bulguların geçerliliğini artırır.

Örneklem büyüklüğünün sınırlı olması nedeniyle bulguların genellenebilirliği kısıtlıdır; ayrıca, katılımcıların farklı şehirlerden gelmelerine rağmen sadece üniversite öğrencilerinden oluşan örneklem, araştırmanın geniş toplum kesimlerini yansıtmasını sınırlandırmaktadır. Ayrıca, dijital ortamların hızlı bir şekilde güncellenmesi, araştırmanın güncelliğini koruması açısından güçlükler doğurmaktadır. Son olarak, katılımcıların deneyimlerini kendi ifadeleriyle aktarmaları, öznel değerlendirme etkilerine maruz kalma olasılığını artırmaktadır. Bu nedenle, gelecekte yapılacak çalışmalarda daha geniş ve çeşitli örneklem kullanılması ve farklı veri toplama yöntemlerinin uygulanması önerilmektedir.

Görüşmeler, ortalama 30-40 dakika aralığında tamamlanmıştır. Alan araştırması 09.04.2025-02.05.2025 tarihleri arasında yapılmıştır. Görüşmeler esnasında etik hususlara özen gösterilmiştir. Her bir katılımcı kendi rıza ve onayı ile bu çalışmada yer alacaklarını, aydınlatılmış onam formunu sözlü şekilde kabul etmişlerdir. Katılımcılara ses kaydı alınacağı belirtilmiştir. Katılımcılara, elde edilen verilerin sadece bu tez çalışması ve tez kapsamında kullanılacağı açıkça belirtilmiştir. Yüz yüze gerçekleştirilen görüşmelerin ise büyük bir kısmı, katılımcılara ulaşım açısından kolaylık sağlayacağı üniversite kampüslerinde gerçekleştirilmiştir.

Dijital yerlilerle gerçekleştirilen bu çalışma, araştırmacı için de bir gözlem ve deneyim sahası olmuştur. Gençlerin dikkatlerinin çoğu zaman dağıldığı, görüşme sırasında sıklıkla telefonlarına baktıkları gözlemlenmiştir. Katılımcıların dikkatlerinin devamlı dağıldığı ve çevresel uyaranlara tepkiler verdikleri de saptanmıştır. Sürekli dijital uyaranlara maruz kalmak, uzun süreli konsantrasyon gerektiren faaliyetleri engellemektedir. Gençlerin gündelik yaşamlarında sürekli çevrim içi olma durumları, çoklu uyaranlara maruz kalmalarına yol açmakta ve odaklanma problemlerini ortaya çıkarmaktadır. Özellikle Hari'nin (2024: 103) ifade ettiği gibi dijital cihazlarla teması olan bireyler, dikkat konusunda büyük problemler yaşamakta, düşünsel reflekslerini tam anlamıyla kullanamamaktadır. Sürekli dikkat dağıtan etkileşimler arasında sıkışmış kalmış birey, dikkatini sabit bir yere vermekte zorluklar çekmektedir. Bu durum gündelik yaşamlarını doğrudan, olumsuz şekilde etkilemektedir. Bu nedenle, sorular katılımcılar tarafından daha iyi anlaşılması için tekrar edilmiştir.

2.3. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Teknikleri

Araştırmanın metodolojisinde nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Bunun temel nedeni, nitel araştırmaların bütüncül bir bakış açısını esas alarak, anlamacı ve yorumlayıcı bir perspektifle bireyin anlam dünyasına ulaşmayı sağlamasıdır (Coşkun vd., 2019: 302). Nitel araştırma özellikle, bireylerin etkileşimlerini ve deneyimlerini çok boyutlu ve ayrıntılı şekilde ele alınmasını sağladığı için elverişlidir (Creswell, 2017: 46-47).

Nitel araştırma, çalışmanın incelemek istediği olguyu, katılımcıların algısal dünyaları çerçevesinde derinlemesine kavrama çabasıdır. Maxwell bu yaklaşımı insanların gündelik yaşamlarında deneyimlediği olaylara yükledikleri anlamlar doğrultusunda açıklar. Nitel araştırmalar, olayların sadece ne olduğuna odaklanmaz, ayrıca çalışmada belirlenen olgunun nasıl gerçekleştiğine ve neden oluştuğuna dair açıklamalar getirir (Maxwell, 2018:27-29). Nitel araştırmalarda, amaç belirlendikten sonra kavramsal çerçeve ve araştırma soruları oluşturulur. İncelenmek istenen konunun açıklanması için, katılımcıların deneyimlerini en iyi şekilde ortaya çıkarabilecek soruların belirlenmesi önemlidir (Maxwell, 2018: 13-15). Kümbetoğlu (2020: 169) da nitel araştırma süreçlerini açıklarken öncelikle, araştırma sorularının oluşturulması gerektiğinden bahseder.

Bu tez kapsamında, dijital yerlilerin dijital ortamlardaki etkileşimlerini, pratiklerini ve deneyimlerini araştırmak amacıyla nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Çalışmanın konusu gereği nitel yöntemin seçilmesinin amacı, gençlerin dijital ortamlarda kurdukları ilişkileri daha ayrıntılı incelemektir. Bu kapsamda nitel araştırma, çalışmada ele alınan gençlerin deneyimlerini ifade etmelerine ve bu deneyimleri yorumlamasına imkân tanımıştır.

Nitel yöntem, sosyal olaylara dair bireylerin anlam dünyalarında şekillenen birçok olguyu ortaya çıkarmada önemli bir araçtır. Bu bağlamda, nitel araştırma gençlerin dijital ortamlarla olan ilişkileri, görüşleri ve anlam dünyaları hakkında bütüncül veriler sunar. Nitel araştırmada araştırma verilerinin toplanma süreci ise belge incelemesi, gözlem, görüşme şeklinde gerçekleştirilir. Veri kaynakları, bu süreçler dahilinde görsel, yazılı ve sesli biçimde gerçekleştirilir. Ayrıca, nitel araştırma araştırmacı için çok daha esnek ve yorumlanabilir bir imkân tanımaktadır. Bu esneklik verinin zenginliğini de sağlar. Örneğin araştırma sırasında sorular değişebilir, yenilenebilir, katılımcılar güncellenebilir ve araştırma problemini daha iyi tanımlamak amacıyla yeni süreçler eklenebilir (Creswell, 2017: 185-186). Nitel araştırmalar, belirli bazı süreçleri içerir. Bu süreçlerin başında, çalışmanın temelini oluşturacak doğal ortamın sağlanması gelir. Ayrıca, nitel araştırmacılar genellikle tek bir veri kaynağından hareket etmemelidir. Bunun yerine çoklu yöntemler kullanılmalıdır. Mülakatlar, gözlemler ve dokümanlar gibi farklı veri toplama yöntemlerinden yararlanılır. Elde edilen veriler ise kategori ve temalar hâlinde düzenlenir (Creswell, 2020: 46). Nitel araştırmalar, gözlem, görüşme ve belge analizi gibi veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı bütüncül bir araştırma sürecidir (Yıldırım, 1999: 9). Bu tez araştırması bağlamında veriler, derinlemesine yapılan görüşmeler aracılığıyla toplanmıştır. Maxwell'in de belirttiği gibi, derinlemesine görüşmeler araştırma sürecinde, katılımcıların fikirlerini ve söylemlerini daha iyi anlamak amacıyla kullanılan bir veri toplama aracıdır (Maxwell, 2023: 95).

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler, dijital ortamlarda aktif biçimde yer alan ve bu ortamlarda çeşitli deneyimlere sahip, üniversite öğrenimine devam eden genç katılımcılarla yapılmıştır. 'Derinlemesine görüşme tekniği', katılımcıların anlam dünyalarını ve deneyimlerini anlamak amacıyla kullanılmıştır. Derinlemesine görüşme tekniği, dijitalleşme ve dijital dönüşüm sürecinin genç bireylerin hayatlarına olan etkilerinin daha kapsamlı bir şekilde ele alınmasını sağlamıştır. Ayrıca bu araştırmada, dijital yerli olan genç bireylerin bireysel anlatıları bağlamında benlik sunumu, kimlik inşaları, mahremiyet kavramına ilişkin düşünceleri, yalnızlık ve yabancılaşma hisleri ile gelecek tahayyülleri gibi konular incelenmektedir. Veri toplama aracı olarak yarı-yapılandırılmış görüşme formunun kullanıldığı bu araştırmada, katılımcılara kendi düşünce ve görüşlerini rahatça ifade edecekleri esnek bir ortam sağlanmaya çalışılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme, nitel araştırmalarda sıklıkla tercih edilen, görece esnek ve derinlemesine veri toplama tekniklerinden biridir. Bu teknik, önceden belirlenmiş soruları içermekle birlikte, görüşme esnasında katılımcıların verdiği tepkiler ve cevaplar doğrultusunda genişletilebilir ve yeni soruların ortaya çıkmasına olanak tanır. Bu esneklik, katılımcıların kendi söylemlerini

özgürce ifade etmelerini ve çalışma sürecinde sabit sorularla karşılaşmamaları sayesinde görüşlerini daha detaylı ve rahat bir şekilde belirtmelerini sağlar (Kvale, 1996: 128-130).

Bulgular, fenomenoloji araştırma deseninden faydalanılarak analiz edilmiştir. Fenomenoloji, deneyimleri ele alan ve ön kabullerden, ön yargılardan, dogmalardan kaçınan bir yöntemdir. Bu yöntem, kabulleri olduğu gibi kavramak yerine onları sorgular; parantez içine alma tekniği sayesinde eleştirel bir tutumla kalıplaşmış düşüncelere meydan okur. Fenomenoloji yöntemi, bir nevi dünyayı nasıl gördüğümüzü tasvir etmek amacıyla kullanılır (Wallace ve Wolf, 2020: 349-351). Creswell (2020: 79) fenomenolojik çalışmayı bir anlatı araştırması şeklinde değerlendirir. Ona göre fenomenoloji, bireylerin deneyimlerine ilişkin hikâyeleri rapor etmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu yaklaşım, ‘deneyimleri’ keşfetmek amacıyla yapılır.

Fenomenolojik yaklaşım, felsefi temellerini Edmund Husserl’in çalışmalarıyla oluşturmuş ve Martin Heidegger’in katkılarıyla derinlik kazanmıştır; bu iki düşünür, yaklaşımın kurucu ve yön verici isimleri arasında yer almaktadır. Husserl (2003: 82-83), fenomenolojik bakışı açıklarken öncelikle “fenomen” kavramı üzerinde durmuştur. Ona göre fenomen, “görünen ile görünen şey arasında” çift anlamlılık barındırır. Husserl ayrıca fenomenolojinin görevini, “anlam ve nesne arasındaki karşılıklı ilişkileri araştırmak” amacıyla uygulandığını belirtir. Fenomenoloji, “anlam belirleyerek ve anlam ayrımı yaparak” karşılaştırmalar ve bağlantılar kurgular. Yani fenomenoloji, “karşılaştır- ayır- bağlar- parçalar- böler”. Asla kuramsallaştırılmaz, sayısallaştırılmaz ve tümdengelimli bir açıklamaya yer verilmez. Bu doğrultuda, katılımcıların bireysel deneyimlerini ve bu deneyimlere yükledikleri anlamları derinlemesine anlayabilmek amacıyla bu çalışmada fenomenolojik yaklaşım tercih edilmiştir. Fenomenolojik yaklaşım, katılımcıların belirli olgular karşısındaki algılarını, düşünce yapılarını ve duygusal tepkilerini ortaya çıkarmaktadır. Heidegger (2019) ise fenomenolojiyi, ontolojik yani varlık felsefesi bağlamında ele almıştır. Ona göre fenomenoloji kavram olarak, “var olanın varlığı, anlam modifikasyonları ve türetimleri demektir”. Buradaki durum “var olanlar” olarak adlandırdığı insanın varoluş biçimini ifade eder. Fenomenoloji, tam da bu yapıları kavrayabilmek amacıyla başvurduğu yöntemdir; bu yöntem, varlık deneyiminin özünü doğrudan ve tarafsız biçimde ortaya koymayı hedefler. Husserl ile Heidegger arasındaki en belirgin fark, deneyimlerin incelenme biçimindedir. Husserl, varlıkların ya da fenomenlerin kavranmasına odaklanırken, Heidegger “Dasein” kavramıyla, yani insanın dünyadaki varoluş şekli ve anlamıyla ilgilenir. Husserl için insan, öncelikle dünyayı kavramış bir “özne” olarak ele alınırken; Heidegger, insanı, yabancı ve

anlamlandırılması gereken bir dünyada “kendi kaderiyle yüzleşen bir (ontolojik) varlık” olarak değerlendirir (Laverty, 2003: 24).

Çalışma kapsamında, 25 katılımcıyla (ya da dijital yerli) ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler ilerledikçe anlatılar giderek benzerlik göstermeye başlamış ve yeni, özgün bilgilere ulaşmak güçleşmiştir. Bu nitel araştırmalarda veri doyumuna ulaşıldığının önemli bir göstergesidir. Dolayısıyla yanıtların içerik açısından tekrar etmeye başlaması, veri toplama sürecinin sona erdirilmesine neden olmuştur. Araştırmanın amaç ve sorularını yanıtlayabilecek düzeyde yeterli ve kapsamlı veriye ulaşılmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler, ilgili literatür ile ilişkisi kurularak sınıflandırılmış ve aşağıda belirtilen temalar çerçevesinde yorumlanarak analiz edilmiştir.

- Dijital Yeni Kamusal Alan
- Dijital Ortam ve Boş Zaman Faaliyetleri
- Gençlerin Benlik Sunumları ve Kimliğin İnşası
- Dijital Uçurum ve Yeni Eşitsizlikler
- Gözetim: Dijital Bir Bakış
- Dijital Ortam Mahremiyetin Dönüşümü
- Genç Nesil: Yabancılaşma ve Yalnızlık Duygusu
- Gelecek Tahayyülü

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Bu bölümde, araştırma kapsamında toplanan bulguların veri analizleri sunulacak ve elde edilen sonuçlar, ilgili literatür çerçevesinde tartışılacaktır. “Dijital Yeni Kamusal Alan” teması, dijital yerlilerin, dijital mecralarda kurdukları etkileşim biçimlerini ve pratiklerini içermektedir. Katılımcıların dijital ortamlar içinde gerçekleştirdikleri pratiklerin ve deneyimlerin, ‘yeni bir habitus’un oluşumuna etkileri incelenmektedir. İkinci tema olan, “Dijital Ortam ve Boş Zaman Faaliyetleri”, gençlerin, boş zaman faaliyetlerini ele almaktadır. “Gençlerin Benlik Sunumları ve Kimliğin İnşası” teması, katılımcı gençlerin dijital ortamlardaki benlik sunumlarını ve kimlik inşalarını ele almaktadır. Dördüncü tema olan “Dijital Uçurum ve Yeni Eşitsizlikler”, kuşaklar arası farklılıkların dijital ortamlarda nasıl görünür hale geldiğini incelemektedir. Katılımcıların dijital ortamlardaki pratiklerinin, diğer kuşaklardan nasıl farklılaştığı analiz edilmektedir. İletişim tarzlarından dijital aygıtların kullanımına kadar pek çok alanda farklılıklara dikkat çekilmektedir. Dijital kuşak farkı, sadece bireysel bağlamda değerlendirilmemektedir. Aynı zamanda bu durum toplumsal ve kültürel bir farkın da göstergesi olarak ele alınmaktadır.

“Gözetim: Dijital Bir Bakış” teması, katılımcıların sosyal medyadaki görünümlerine odaklanmaktadır. Giderek her şeyin gözetimin bir parçası haline nasıl geldiği tartışılmaktadır. “Dijital Ortamda Mahremiyetin Dönüşümü” teması, gözetim kavramı ekseninde, dijital ortamların nasıl gözetimin bir alanı haline geldiğini irdelemektedir. Mahrem kabul edilen kişisel yaşam biçimlerinin, dijital ortamlara neden ve nasıl aktarıldığının analizi yapılmaktadır. Giderek mahremiyetin sınırları bulanıklaşmakta ve mahremiyet, görünür bir şey olarak tanımlanmaktadır. “Genç Nesil: Yabancılaşma ve Yalnızlık Duygusu” temasında, dijital ortamlardaki etkileşimlerin artmasıyla birlikte, yüz yüze iletişim giderek azalmakta ve bu durum katılımcıların yalnızlık duygularını artırmaktadır. Bu bağlamda, yalnızlık duygularının nedenleri incelenmektedir. Katılımcılar yalnızlık duygusunu yaşamakta, ancak bu duyguyu dijital ortamlarla azaltma yoluna gitmektedir. Ancak bu durum büyük bir paradoks ortaya çıkarmıştır; çünkü yalnızlık hissi dijital ortamlarda daha da derinleşmekte, nitelikli iletişimin yerini sanallaşan ilişkiler almaktadır. Son tema “Gelecek Tahayyülü”, dijital yerlilerin gelecekteki beklentilerine odaklanmaktadır. Katılımcılar için gelecek, belirsiz ve yönetilmesi güç bir süreç olarak ele alınmaktadır.

3.1. Dijital Yeni Kamusal Alan

Araştırma bulguları, katılımcıların dijitalleşmeyi sosyal medya platformları, sanal ağlar ve yapay zekâ ile bağlantılı olarak değerlendirdiklerini ortaya koymuştur. Dijital ortamlar, katılımcıların gündelik hayat rutinlerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Örneğin K12 bu konu hakkında “...dijital bize ait olmayan bir dünyaya girmek olarak nitelendirebilirim...” diyerek, konuya farklı bir bakış açısı getirmiştir. Gençlerin deneyimlerinde dijitalleşme hem olumlu hem de olumsuz anlamlar içermektedir. Dijitalleşmenin sağlayacağı fırsatlar ‘zamandan tasarruf’, ‘hız’ ve ‘kolaylık’ olarak belirtilirken, ‘tembelleştirme’ ise bir risk olarak ortaya konmuştur.

.. Yani şöyle söyleyebilirim, dijitalleşme birçok alanda birçok katkı sağlamaktadır, bunun en büyük etkisi, bazı kolaylık sağladığıdır. Örneğin kolaylıkların en büyük etkisi, zaman tasarrufudur. Çünkü birçok işi artık daha hızlı bir şekilde gerçekleştirmekteyizdir... (K8).

... Açıkçası dijitalleşme bana daha çok şey gibi geliyor, yani normalde insanın gücüyle yapılan bir şeyin daha az sürede, daha az çaba ve enerji sarf ederek, o işi yapmasıdır... (K7).

...Dijitalleşme deyince ilk aklıma gelen, eskiden beri yapılan şeylerin dijitalle aktarılması geliyor. Örneğin eskiden bankacılık faaliyetleri, şimdi dijitalle aktarılarak, cep telefonundan yapılmaktadır, kolaylaştı, mesela şey vardı, otobüs durak uygulaması, o da öyle, QR kod vesaire koyuyorlar, sen hızlıca görebiliyorsun, dijitalleşmenin özeti gibi bir şey aslında... (K22).

... Aklıma yapay zekâ geliyor, dijitalleşmenin insanlığa verdiği en iyi şey olabilir, bu sayede her türlü sorunun cevabını doğru şekilde buluyorum, eh tabi biraz bizi tembelleştirse de olsun... (K25).

Teknolojik ilerlemelerin hızlı ve sürekli gelişimi, beraberinde belirsizlik ve bilinmezlik kaygısını da yaratmaktadır. Anlatılar, dijitalleşmenin risklerine de işaret etmektedir. K19 anlatısında bu durum şu şekilde ortaya koymaktadır:

“...Bir tık, nasıl diyeyim, teknolojik ilerlemeye olumsuz şekilde bakıyorum. Yani negatif anlamda diyebiliriz, bu negatiflik çok kötü bir şey değil daha çok korkunç bir gelecek gibi çünkü gelecekte nelerin bizi beklediğini bilmiyoruz... Ama çoğunlukla öyle geliyor bana. Yani işte teknolojik ilerleme bir yere kadar hayatlarımızı kolaylaştırıyor ama bence artık bir noktadan sonra, bizleri tembelleştiriyor, gelecekte de bu tembellik yüzünden büyük sorunlara yol açabileceğini düşünüyorum, mesela daha az hareket edeceğiz, sağlık sorunları artacaktır bundan eminim, bu da negatif bir etki...” (K19).

Dijitalleşme, süreç içerisinde dönüşen ve yenilenen bir yapıya sahiptir. Bu durum, bireylerin sanal ağları kullanımını da etkilemektedir. Gençler, eş zamanlı ve görüntülü olarak iletişim kurmakta, birbirlerinden haberdar olmakta ve deneyimlerini paylaşmaktadır.

.... Yani mesela orada beğendiğim şeyleri, arkadaşlarıma gönderiyorum, onlarla paylaşıyorum, ya da Instagram’da gezinirken bir yer gördüm, arkadaşşıma atıyorum, buraya da gidelim gibisinden, sonra konuşmaya başlıyoruz, genelde öyle oluyor, iletişim kurmak gibi, ya da bir konu hakkında tartışmak için de arkadaşlarıma atıyorum... (K17).

... Hani ne oluyor bir girip bakayım, sevdiğim insanlar ne yaptı? Ya da işte ne saçmalıyorlar? Bir mesaj atayım, konuşmaya başlayalım şeklinde... (K13).

...İletişim için özellikle WhatsApp bir kurtarıcı benim için, görüntülü konuşma yapıyorum, erkek arkadaşım yurtdışında onla bir şekilde iletişimde olmam gerek, özellikle görüntülü arama için kullanıyorum ben... (K14).

... Şimdi söyle söyleyeyim, arkadaş çevrem büyük çoğunluğu Instagram’da işte hoşumuza giden ya da bazen faydalı içerikleri gönderiyoruz, bu da hoşumuza gidiyor, daha çok konuşmak için, reels videosu atıyoruz, gurubumuz var, oraya işte bir şey atıyoruz, altına yorum yapıp, konuşuyoruz...” (K15).

...WhatsApp, bunun sebebi de arkadaşlarımla iletişime geçtiğim yerin orası olması, telefonla aramak dışında en aktif kullandığım yer WhatsApp’dır. Mesela Facebook kullandığım bir dönemde vardı, o zamanlar işte, sayfalara, gruplara üyeydim, orada fun sayfalarında işte insanlar yorumlar altında konuşuyor, görüşlerini belirtiyor, sende bir şey yazıyorsun, hoop konuşma açılıyor... (K1).

Katılımcılar, dijital ortamlarda sadece mevcut arkadaş gruplarıyla değil, aynı zamanda tanımadıkları kullanıcılarla da etkileşimde bulunmaktadır. Örneğin Instagram, TikTok, X (Twitter) gibi uygulamalarda gerçekleştirilen beğeni ve takipçi ilişkileri, “dijital habitus”un şekillenmesinde rol oynamaktadır. Bu çerçevede, dijital alan, gençlerin habituslarını hem tekrar ürettikleri hem de farklı biçimlerde yeniden yapılandırdıkları bir alandır.

... En son mesela bu ... gurubun Facebook sayfasına dahil oldum. Bir konu olmuştu, o konu hakkında insanlar muhabbet ediyor, kim haklı çıktı, kim zararlı vs. bunun hakkında değerlendirmelerde bulunuyoruz, muhabbetler dönüyor, görüş paylaşıyoruz, insanlar da o görüşün altına kendi fikirlerini yazıyorlar, katılıyorum ya da katılmıyorum gibisinden... (K2).

...Sadece ilgimi çeken konularda, mesela sallıyorum Formula 1 ile alakalı bir sayfayı takip etmişimdir. Gelişmeleri takip etmek ve bu gelişmeleri görebilmek için böyle içeriklere erişebilmek için yorumları okumak için olabiliyor. Dizi film olabilirdi dediğim gibi kendi sayfamda vardı onu söylemişim, aslında o da yine hayran sayfası gibi bir şeydi yani fan sayfası kendi katıldığım gruplarda bir fikir ya da şey paylaşmıyordum sadece takip etme amaçlı gruba dahil oluyordum gruplara ya da o tarz oluşumlara... (K1).

Twitter, Instagram, Youtube, Tiktok, gibi öne çıkan dijital platformlar, gençlerin sıklıkla tercih ettikleri platformlardır. Katılımcılar, Twitter’da sosyal hareketleri, gündeme dair gelişmeleri ve haberleri takip ederken; Instagram gibi fotoğraf paylaşım platformlarında ise fotoğraf ve video gibi görsel etkileşimlerde bulunmaktadır. Youtube da ise dizi, film, video izleme gibi pratikler sergiledikleri görülmektedir. Katılımcılar, platformların özelliklerine göre etkileşimlerde bulunmaktadır.

...Şöyle en çok kullandığım 3 platform var. Bir tanesini söyleyemem özel, diğer ikisi TikTok, Instagram. Instagram da sosyalleşme anlamında tatmin ediyor, yani sevdiğim insanları takip ediyorum, neler yapmış, neler yapıyorlar gibisinden, yani bir şekilde güncellemeleri kaçırmamak için diyebilirim. TikTok’tan ise video izleme, yani keşfeti takip ediyorum, içerikleri izliyorum... (K3).

... Ben mesela video izlemek amacıyla kullanıyorum. YouTube’da izlediğim videolar var genellikle psikolojik videolar, sağlık, ya da eğlence amaçlı videolar. Vloglar oluyor, mesela merak ettiğim bir ülkenin vlogunu izlemek. Ama bana paylaşım yaptığımı sorsan, Instagram derdim, orada paylaşım yapıyorum, ne biliyim işte fotoğraf çekiyorum oraya atıyorum, aynı şekilde Snapchat’i de çok kullanıyorum, özellikle arkadaş çevremde... (K7).

...Ben en çok Twitter’da vaktimi geçiriyorum, yani her şeyden hemen haberin oluyor, politikadan hızlı haberin oluyor. Gündem gibi, Instagram’da ise böyle futbol editleri izliyorum, onlara bakıyorum, o şekilde... (K12).

Dijital ortamlar, katılımcıların kendilerini ifade ettikleri sosyal bir alanlardır. Bazı katılımcılar (örneğin K4, K6), dijital ortamlarda kendilerini daha çok Twitter uygulaması üzerinden ifade ettiklerini söylemişlerdir. Katılımcılar için Twitter, toplumsal ve siyasal gündemle bağ kurdukları bir sosyal medya platformudur. Ayrıca, Twitter aracılığıyla politik çevrelerle etkileşimde bulunmaktadır.

... Saat olarak ben en çok Twitter’da vaktimi geçiriyorum, o da yani bayağı bir saattir, tam olarak. 4-5 saat minimum. Siyaset için aslında fikirlerimi, görüşlerimi yazıyorum, gündeme dair fikirlerimi. İçinde bulunduğum siyasi bir parti ile etkileşime giriyorum. Yani orası biraz da siyasi hayatı sürdürmeye yönelik, ben çoğu siyasetçinin Twitter kullanmak zorunda olduğunu düşünüyorum. Çünkü hani orada bir varlık sürdürdüğün zaman sahaya çıkmasan da partideki varlığını koruyabilirsin... (K4).

...Twitter’da daha fazla vakit geçiriyorum, yani artık bütün her şey orada, her şeyi dinliyorum, orada gündem ve haber almak için takip ediyorum, Twitter daha siyasi geliyor bana, Instagram mesela daha gayri resmi gibi. Orada da bir gündem var ama Twitter gibi resmi gündem değil, suni gibi. O yüzden Twitter’da sıklıkla güncellemeleri alıyorum... (K6).

Diğer bir katılımcı (K9) ise “...günde 8-10 saatini sadece Twitter...” da geçirdiğini belirtmiştir. Katılımcılar, özellikle ‘gündemi kaçırma korkusu’ndan ötürü sürekli çevrimiçi kalma ihtiyacı hissetmektedirler. Bu durum, dijitalleşmenin genç bireyler üzerinde yarattığı ‘baskı’, ‘kaygı’ ve “dijital dünyadan kopma endişesi” bağlamında değerlendirilebilir.

...Twitter, en hızlı haber orada çünkü. Gündem orada, tanıdıklar orada, ünlüler orada. Sürekli aktif olman gereken bir sosyal platform, ne kadar aktif olursan, etrafında ne olduğu hakkında da o kadar bilgiye sahip oluyorsun, bu sayede hiçbir şeyi kaçırmamış oluyorsun... (K2).

... Twitter’a birkaç saat girmediğimde hemen içimde bir sıkıntı oluyor bir şey mi kaçırdım gibisinden o yüzden olabildiğince kendimi aktif tutmaya çalışıyorum... (K25).

Dijital ortamlar, katılımcılar için alanında uzman düşünürler, akademisyenler, yazarlar ve liderlerin fikirlerini paylaştığı ve etkileşimlerin kurulduğu platformlar sağlamaktadır.

... Twitter, şey şimdi, ben sosyologları takip ediyorum, bazı ünlü bilim insanlarının da Twitter’ı var, orada mesela bir konu hakkında yorumlarını paylaşıyorlar, onları takip ediyorum, bazen de yönlendirmeleri oluyor, tavsiye gibi, işte benim takip ettiğim kişilerin yazılarını falan da oradan takip edip okuma imkânım oluyor, yani en azından güncel bir yazısı varsa direkt orada sayfama düşüyor, ona girip ulaşıyorum, diğer türlü aramak daha zor geliyor... (K21).

... Ben Instagram’ı daha çok kullanıyorum, Twitter’ı bu aralar biraz başladım, malum ülkedeki olaylar, normalde bu kadar fazla Twitter’a girmezdim, Instagram’a neden giriyorum genelde çevremdekiler ne yapmış, neler paylaşmış, merak ediyorum. Ne biliyim, komik sayfalar olabiliyor, keşfete bakayım, kedi, yemek, spor, editleri, onuna ilgili bir şeyler varsa genelde bu şekilde, eğlence olarak... (K11).

Her bir dijital platformun sunduğu hizmet ve beklentiler farklılık göstermektedir. Katılımcılar, kendi iletişim pratiklerine uygun dijital platformları tercih etmektedir.

... Yani tüm bunları sınıflandırmak gerekiyor, çünkü hepsinin amaçları farklı. Ben kendi içimde sınıflandırdığım zaman Instagram, Twitter, Facebook daha çok siyasal iletişim amaçlı kullanıyorum. Daha doğrusu, belirli bir kitleye ulaşabilmek ya da istediğim şeyleri gösterebilmek, fikirlerimi aktarabilmek, gündemi takip etmek ve paylaşım yapabilmek için. Ama mesel LinkedIn’e baktığımız zaman orada da işte iş insanlarıyla, hocalarla bağlantı kurmaya çalışıyorum. Ne bileyim işte kariyer, noktasındaki başarılarımı paylaşmayı amaçlıyorum, WhatsApp’a baktığımız zaman daha çok işte, aile, akraba, arkadaşla ikili iletişim kurma, sınıf gruplarıyla duyuruları takip etme ... (K4).

... LinkedIn'de örneğin, daha profesyonel bir ortam var, orada insan biraz daha çekiniyor, paylaşım yaparken, ciddi bir ortam gibi, ona göre profesyonelce yaklaşıyorum. Twitter'da ise, gündemde neler olmuş diye, daha özgür olduğum bir ortam, Instagram da ise ister istemez, beğenilme çabası var, insanlar orayı böyle fotoğraflarını atıp acaba bu paylaşımı yaptım insanlar beğenir mi? düşüncesi var. WhatsApp ise dediğim gibi iletişim kanalı, nasılsan, olduğun gibisin orada ... (K5).

Dijital ortam aynı zamanda katılımcıların farklı stratejiler geliştirdikleri bir mecradır. Katılımcılar, sosyal medya profillerini oluştururken belirli bir imaj da yaratmaktadır. Bu imajı korumak, dijital ortamlarda olumlu algılanmakla eşdeğer kabul edilmektedir.

...Tabi mesela, Twitter'da LinkedIn'da biraz daha kurumsal bir dil kullanmak zorunda kalıyorum. Çünkü profilimde görevim, konumum yazıyor. Öğrencilik dışında temsil ettiğim bir siyasi kurum var orada temsilciyim. Bunun için de insanlara çok fazla malzeme vermemek adına daha kurumsal bir tercih etmek zorunda kalıyorum. Fakat Instagram'da ise zaten çoğunlukla fotoğraf, video, paylaşımı yaptığım için çok da ekstra bir dil kullanma ihtiyacı hissetmiyorum, daha az görünürüm, Twitter gibi değil ... (K4).

Dijital mecraların kullanımı, katılımcıların tercihlerine göre farklılık göstermektedir. Katılımcılar, iletişim kurmak amacıyla daha çok WhatsApp gibi mesajlaşma uygulamalarını kullanırken, gündemden haberdar olmak için Twitter platformlarını tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca katılımcılar, güncel haberlere ulaşma ihtiyaçlarını doğrudan haber siteleri yerine, kendi görüşleriyle etkileşimde bulunup yorum yapabilecekleri, tekrar paylaşımında bulunabilecekleri ve 'interaktif katılım' sağlayabilecekleri Twitter üzerinden gerçekleştirmektedirler. Katılımcıların üzerinde sıkça durdukları konulardan biri de Reels videolarıdır. Reels videoları, gençlerin dijital ortamlarda kendilerini kısa ve hızlıca ifade ettikleri bir uygulamadır. 15-30 saniye arasında kısa (Shorts) video olarak tanımlanan Reels videoları, katılımcıların dijital ortamlarda kendilerini ifade ettikleri bir araç olarak görülmektedir.

...Reels izlemek dışında hiçbir şey yapmıyorum. Hatta bazen iletişim kurmak için değil, daha çok Reels izlemek üzerine kullanıyorum. Mesela izlediğim Reelsi gönderiyorum, gönderme kısmı var, arkadaşşıma atıyorum, ya şimdi mesela TikTok'a da giriyorum ama Reels daha farklı bir algoritma. Beğenebileceğin her şey karşıday(mış) gibi önüne geliyor... (K19).

... Bir sürü Reels var biliyorsun. O Reelsler beni biraz bu dünyadan alıyor, kafamı dağıtıyor. Bir noktada bana şey geliyor, eğlenceli geliyor. Sürekli, artık o senin bağımlılığın haline geliyor, sürekli telefonu kaydır kaydır, Reels izliyorum... (K16).

... Resmen dopamin gibi Reelsler, mesela gerçek hayat orada duruyor ben sadece bir paus yapıyorum, o kısa an içinde bilinçsiz bir dünyanın içindesin, sonra tekrar devam ettiriyorsun gerçek yaşamını, evet burada bilinç kısa sürede tutma konusunda devreye giriyor, o an için uzaklaştığın bir yer... (K10).

Dijital ortam, yeni alışkanlıkların edinilmesine de neden olmaktadır. Özellikle sosyal medya uygulamaları ve Reels videoları sayesinde sürekli kaydırma (scrolling) hareketine alışan gençler, bu hareketi içselleştirmektedir. Çoğu zaman bu hareketi farkında olmadan ve bilinçdışı bir şekilde tekrar ettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcı 13'ün "Öyle bir bağımlıyım ki" ifadesi, üniversite öğrencileriyle yapılan başka bir araştırmada bir katılımcının ortaya koyduğu şu ifadesiyle "...telefonum çalmasa dahi sürekli mesajlara bakıyorum... elimde değil, her gün sürekli bunu yapıyorum" benzer bir duruma dikkat çekmektedir. (Couldry ve Hepp, 2018: 145).

...Direkt elim şu pozisyondayken, Reels kaydırmaktan, hatta Allah'ım öyle bir bağımlıyım ki mesela diyorum ki kendime bir beş dakika saçlarını düzleştir bir şey yap tamam o an yapıyorum sonra bir bakmışım, elim yine telefonda, odağım tamamen kaymış mesela o an bir ortamdan sıkıldım, sohbet sarmadı, hemen aç telefonu Reels kaydır, direkt el gidiyor, istemsiz gibi... (K13).

...Çok çabuk sıkılan biriyim, o anlarda Reels videoları izleyerek kendimi bir nevi oyalıyorum, aşırı sıkıldığım için, günün her anında, her sıkıldığımda, derste örneğin çok uzun süre odaklanmam gereken işler olduğunda o sıkıntının olduğu an, kafamı oraya çeviriyorum, şöyle sıkıldığımda telefonda Reels'e odaklanıyorum bir nevi o dünyadan kopup bu dünyaya giriyorum... (K23).

...Çünkü Reelsler'den dolayı hızlı izleme, bunun yüzünden dikkat süremi de çok düştü benim, yani artık 5-10 saniyeden fazla bir videoyu izleyemiyorum. Çok fazla odaklanma problemi yaşadığımı düşünüyorum, mesela yaz tatilinde okulumuz başladığı dönemde hoca dersi anlatıyor, bir türlü odaklanamıyordum, yani sonrasında çözüm olarak Reels izlememe sınır koyarak çözdüm... (K20).

Katılımcılar, kısa süreli videoları (Reels) izlerken kendilerini kaptırmakta ve adeta fiziksel bir ortamdan dijital bir dünyaya sanal bir tur yapmaktadırlar. Bazı katılımcıların (K8, K10), dijital ortamları anlık mutluluklarla bağdaştırdıkları görülmektedir. Bu durum bazı sorunlara yol açmaktadır. Özellikle odaklanma ile ilgili problemler dikkat çekmektedir. Baudrillard (2011: 173) bireyin yaşadığı bu durum için şunları söylemektedir: "Çünkü hiçbir şeyin nereye ait olduğu belli değildir. Her şey içkindir. Geçmiş ya da gelecek yoktur". Katılımcılar, girdikleri "simülasyon" ortamını adeta bir kaçış aracı olarak nitelendirmektedir. O an, bulundukları ortamdan ve zamandan uzaklaşmak amacıyla bu eylemi gerçekleştirmektedirler.

... Mesela çok kötü bir olay yaşamışsındır, o an oradan uzaklaşmak, onu unutmak için sahte bir hayata ihtiyacın vardır. O alana ihtiyacın var mesela, gerçek hayattan kopmak bir sürekliliğine sana iyi gelebiliyor ...(K5).

“...Aşırı iyi geliyor. Yani aslında iyi bir şey, fakat düşününce iyi demek de doğru değil çünkü biraz seni uyuşturuyor diye düşünüyorum. O alandan çıkarıp, dijital alana hapsediyor. Uyuşturuyor yani ... (K6).

... Ne kadar hayatın boktan giderse gitsin, o sosyal medyaya girdiğinde bağımlılık derecesinde mutluluğun yükseliyor, En azından kafamdaki diğer düşünceleri senden alıyor. Seni o an olduğun yerden çekip alıyor. Sahte bir dünyaya doğru gidiyorsun, bilincindesin de bunun ama yapıyorsun ... (K12).

... Evet, çok yapıyorum hatta ben bi tık daha ileri götüreyim, telefona dokunmak bile stresimi alıyor, beni günlük yaşamımdaki olumsuzluğumu aşağıya indiriyor. Kısa sürede olsa o ortamda sıkıldım mı, telefonumu elime alıyorum, o an oradan kopmak için ... (K20).

Baudrillard (2011:16), “...Oysa simülasyon, gerçekle, sahte ve gerçekle düşsel arasındaki farkı yok etmeye çalışmaktadır...” der. K12’nin de ifade ettiği gibi, gençler, dijital ortamdaki, “her şeyin sahte” olduğunun farkındalar, ancak dijital ortamın sahteliğine dahi ihtiyaç duymaktadırlar. Zira gerçek dünya rahatsız edicidir. Dijital yerliler, çevrimiçi deneyimleriyle şekillenen yeni tutumlara ve pratiklere sahiptir. Bireyin günlük yaşamda sürdürdüğü eylemlerini (iletişim, beğeniler, kültürel davranışlar gibi) dijital ortama aktarması, “dijital habitus”u oluşturmaktadır. Bulgular, katılımcıların habituslarını dijital platformlar aracılığıyla yeniden inşa ettiğini göstermektedir.

3.2. Dijital Ortam ve Boş Zaman Faaliyetleri

Dijital ortamlar, bireylerin yalnızca iletişim kurdukları yerler değil; aynı zamanda etkileşimde bulundukları ve kendilerini ifade ettikleri alanlardır. Katılımcılar, dijital ortamlarda yalnızca bilgiye erişmek veya içerik tüketmekle kalmaz, aynı zamanda kendilerine ait bir ‘öznellik’ alanı da yaratırlar. Bu alan, gençlerin zamanının büyük bir bölümünü oluşturur. Dijital ortamlar, gençler için bazı pratikler elde ettikleri, eğlendikleri, keyif aldıkları bir ortamdır (Kart, 2014: 187). Araştırma bulguları, katılımcıların dijital ortamları aynı zamanda ‘eğlence’ amaçlı kullandıklarını göstermektedir. Katılımcılar, boş zamanlarını YouTube’da video seyrederek, Reels videolarını kaydırarak (scrolling) veya TikTok gibi uygulamaları kullanarak geçirmektedirler.

... Yani farkında olmasam da yaklaşık 3-4 saat geçiriyorum ama nasıl desem böyle bir anda değil, atıyorum aralıklarla. Mesela ders çalışıyorum, ara vereceğim, 10 dakika telefona baktım, ya da zamansal boşluğum var, otobüs bekliyorum bakıyorum hemen, böyle böyle 3-4 saati buluyorum... (K19).

... Şu an okul dönemi bu yüzden çok geçirmemeye özen gösteriyorum ama böyle boş olduğum bir anda, mesela evdeyim 5 saati aşıyor. Ama okul zamanı bir meşguliyetim olduğu zaman biraz daha kontrol edebiliyorum. Ama boşsam, Youtube, Instagram, Tiktok, Reels videoları olsun çok fazla dolaşıyorum, dediğim gibi boş zaman değerlendirmesi şeklinde... (K16).

... Birkaç ay boyunca işsizdim, okula da aralıklara uğruyordum, yapacak hiçbir şey yok, günlük ekran sürem 10 saatti. Boş vaktimi dolduruyordum, Twitter- YouTube- Tiktok üçgeninde dönüp duruyordum, şimdi bir yerde çalışmaya başladım ve kesinlikle ekran sürem daha azalmıştır, meşguliyetim bunu etkilediğini düşünüyorum... (K13).

Katılımcılar, dijital ortamda beğeni, yorum ve yeni mesajlar gibi anlık ödüllerle tatmin duygusu yaşamaktadır.

... Benim ekran sürem, 13-14 saat, ama şöyle bir handikabım var, ben gece video sesiyle daha rahat uyuyabiliyor. O yüzden 8 saat boyunca telefonum yanımda ve uyanasıya kadar açık kalıyor, sonrasında Twitter'da geziniyorum, işte ... (K12).

... Okuldan eve geldiğimde yorgun oluyorum, yorucu bir günün sonunda hiçbir şey yapmak gelmiyor içimden, bu yüzden YouTube da biraz fazla vaktimi harcadığım doğrudur. O da akşam uyurken Kral Şakir (çizgi film, Youtube üzerinden) açıyorum, o şekilde uyuyorum. Ne bileyim hoşuma gidiyorum, yatarken de böyle ninni gibi geliyor bana, mesela bir tane adam keşfettim, böyle kendi hayatından kesitler paylaşıyor, yürüyüş monologları gibi, yatmadan 10-15 dakika önce onu izliyorum, sonra Kral Şakir açıp uyuya kalıyorum ... (K22).

Lupton (2015), “boş zamanlarımız hatta uyumuzun bile dijitalleşmektedir” (Lupton, 2015, akt. Işık, 2012: 7) der. Bazı katılımcılar (K12, K22), ‘dijital içeriklerin, uyku rutinlerinin bir parçası’ haline geldiğini ifade etmişlerdir. Gençlerin meşguliyet düzeyleri ile dijital ortamlarda geçirdikleri zaman arasında anlamlı bir ilişki vardır. Boş zamanlarında dijital kullanım süreleri artmaktadır.

... Açıkçası pek emin değilim ama net 5 saatimi dijitalde geçiriyordum. Ama bu durum güne ve boş zamanıma göre değişiyor. Dolu dolu geçen bir günümde bir bakıyorum şarjım hiç azalmamış, fakat o gün boş isem telefonumu 2-3 kere şarj ettiğim bile oluyor. Dediğim gibi o günün boşluğuna, doluluk oranına göre değişiyor ... (K21).

... Ortalama yani, gün bazlı dijitalde vakit geçirme sürem değişebiliyor. Örneğin evdeysem, yapacak hiçbir şeyim yoksa 9-10 saat geçiriyordum, çok fazla ... (K3).

Boş zamanın dijital ortamlar içinde değerlendirilmesi bireyin tercihiyle ilgili gibi görünse de çevresel etkiler de söz konusudur. Gençlerin etkileşim ortamı, bireylerin aktif olmasını zorunlu kılmaktadır. Katılımcılar, sosyal kabul görmek ve akranları tarafından dışlanmamak için dijital platformlarda faaliyet göstermektedirler. 'Çevre' faktörü kritik bir rol oynamaktadır. Sosyal çevre, arkadaş grupları dijital ortamlar da çevrimiçi olmayı teşvik etmekte ve yönlendirici olmaktadır. Özellikle sosyal medya, eğlence uygulamaları gençlerin zamanının çoğunu bu ortamlarda tüketmesine neden olmaktadır. Buradaki temel faktör, her boş zamanın dijital ortamlar içinde mutlaka değerlendirilmesi gerektiğidir.

... Mesela arkadaş gurubumuz Instagram kullanıyor ve orada aktifler, benim de Instagram kullanmam biraz öyle baskılarla ne biliyim. Sen de ona ister istemez baskı altında kalabiliyorsun, her boş anında orada vakit geçirmek zorundaymışsın gibi... (K18).

... Ama mesela en ufak boş kaldığım bir anda, direkt olarak elim Instagram'a gidiyor ya da WhatsApp'a. Bu da bana odaklanma süremi düşürüyor, farkında olmasam da bir refleks gibi... (K17).

... Ama belli kısıtlamalar getirmeye çalışıyorum. Günde 2 saatimi dijitalde harcadığımı biliyorum, analizlerime daha geçen gün baktım ve fark ettim ki o 2 saat içinde yapabileceğim bir sürü şey olduğunu fark ettim. Çünkü 2 saat tamamen boştu, boşa geçmişti. Bu nedenle bir alarm sistemi kurdum. 15 dakika telefonda geçirdiğimde bana mesaj geliyor bu sayede hemen kapatıyorum. Bu sayede kullanımımı kısıtlamaya çalışıyorum, ha bildirimlere bakıyorum hızlıca, çünkü devam edersem çekirdek gibi gidecek, tüm boş zamanım ölecek... (K8).

...Nasıl desem bilmiyorum ama ben ekran süremi açmaya korkuyorum. Hani haftalık ekran süre özeti görüyorsunuz ya onu birkaç kez yaptım ve rakamları görünce bayağı kötü hissetmişim. Sonrasında o kadar saat nasıl geçtiğini anlamıyordum ben de bi şekilde sosyal medya diyeti yaptım, biraz uzak kalmaya çalıştım... (K25).

... Boş zaman aktivitesi işte, millet neler yapmış diye bakıyorum, ama bence ölü bir şey, zamanım öldü, belki bunun 5 dakikası gerçekten verimlidir, ondan sonra artık her şey gereksiz vakit israfı. Hani sömürölme gibi, zamanın sömürüsü gibi, onun yerine ne bileyim, hobi edinip telefondan uzaklaşıp, internette ayrı vaktimi değerlendirmek daha mantıklı olabilirdi, ama ister istemez bir kere hani eline aldığı zaman, tüm vaktin kaydırıp heba ediyorsun... (K24).

Katılımcıların, dijital ortamlarda geçirdikleri zamanı daha verimli değerlendirme bilincine sahip olsalar da bunu eyleme geçirme konusunda pek başarılı oldukları söylenemez.

Bu durum, daha çok dijital ortamda geçirilen vaktin birey için herhangi bir eğitici veya öğretici nitelik taşınamasından kaynaklanmaktadır. Dijital ortamlarda geçirilen zaman, “vakit israfı” (K24) olarak tanımlanmaktadır. Dijital yerli olan katılımcılar, vakitlerinin büyük bir kısmını bu platformlarda amaçsızca tüketmektedir. Bu durum, gençlerin verimli geçirebilecekleri zamanın önemli ölçüde azalmasına yol açmaktadır. Araştırma bulguları, katılımcıların boş zamanlarını değerlendirme biçimlerini, özgür iradeleriyle kurguladıkları bir alan olmaktan çıkarmış (Kart, 2014), daha çok dijital tüketim pratiklerine bağlı hale getirmiştir. “Artık sahip olunan her boş zaman mutlaka bir şey yapılarak değerlendirilmelidir; aksi takdirde varoluşsal bir boşlukla karşı karşıya kalınacaktır” (Aytaç, 2005: 20).

3.3. Gençlerin Benlik Sunumları ve Kimliğin İnşası

Dijital ortamlar, katılımcıların etkileşimlerinin en üst seviyeye ulaştığı alanlar olarak tanımlanmaktadır. Katılımcılar sadece eğlence amaçlı etkileşimlerde bulunmakla kalmamakta, aynı zamanda kimliklerini yeniden kurgulayıp sunmaktadır. Bir diğer ifadeyle katılımcılar, dijital ortamlar içinde, yeni bir benlik oluşturma ya da mevcut benliklerini yeniden inşa etme pratiği de geliştirmektedir (Kıran, 2021: 2043). Gençler dijital ortamlarda benliğini kurgulayabilir ve farklı kimlik denemeleri yaparak sürekli değiştirilebilen bir kimlik performansı sergileyebilir (Ünlü, vd., 2020: 118). Bu durum, katılımcıların gerçek kimlikleri ile dijital kimlikleri arasında ayırım yaşamasına yol açacaktır.

... Çok büyük fark var aslında. Yani oraya daha çok dediğim gibi genelde gezdiğim ülkeleri falan paylaşıyorum yani insanlar artık şey diyor, bu çocuk da sürekli geziyor. Falan tarzı şeyler duyuyorum. Hani duyduğum şeyler var. Ama mesela benim burada şu an oturduğumu paylaşmıyorum veya böyle sıkıcı bir şekilde vakit geçirdiğimi paylaşmıyorum. İnsanlar bunu bilmiyor...Sadece gezdiğim zaman paylaşım yapıyorum mesela. İnsanlar diyor bu çocuk sürekli geziyor. Hayatı yaşıyor vs. vs. Ama mesela benim burada geçirdiğim zamanı kimse bilmiyor... (K19).

...Birkaç defa oldu. Yani onun sadece birine bir şey atmak, birinin şu an kötü olmadığını göstermek için. Aslında kötüyüm ama hani birinin beni böyle kötü görmesin diye güzel bir resim çekinip attığımı oldu. Mutlu olduğum bir resimdi, ama aslında mutlu değildim, orada kendimi bu şekilde göstermek istedim... (K6).

... Tabi ki oldu. Hatta şu an başka bir platformda mesela kendimi anonim olarak saklıyorum. Gerçek kimliğim gizli. Benim anonim olmamın sebebi şey tamamen, hani hiçbir şey olmadan istediğimi paylaşayım, gösteriyim, farklı şekilde yani ... (K9).

...Evet evet oldu. Yine ortaokul lise zamanlarımda benim tamamen ergenlik zamanımdı, Facebook hesabım vardı. Olduğum kişiden çok farklıymış gibi yansıtıyordum kendimi ve çok keyifliydi. İstedğim kişiyi oynayabiliyordum, oymuş gibi davranıyordum ... (K10).

Kimlik artık yeniden inşa edilmekte ve sunulmaktadır (Güzel, 2016: 90). Dijital ortamlar, gençlerin istedikleri şekilde kendilerini sunabildikleri ve farklı ‘sahte kimlikler’ oluşturabildikleri alanlardır. Bu ‘sahte kimlikler’, gençlerin kendilerini baştan yaratma ve idealize edilmiş benlikler kurgulama alanı olmaktadır. Ancak bu durum, gerçek kimlik ile dijital kimlik arasında gerilimlere yol açmaktadır. Katılımcılar, dijital ortamlar sayesinde sosyal çevrelerinden bağımsız olarak zahmetsiz ve hızlı bir şekilde yeni kimlikler oluşturabilmektedir. Bu durum, dijital kimliklerinin benimsenmesine yol açmakta ve kimlik algılarında önemli değişikliklere neden olmaktadır. Dijital kimlik, gençlerin ‘sosyal kabul görme’ ve ‘onaylanma’ ihtiyaçları doğrultusunda biçimlenmektedir.

...Yakışıklı olmak, güzel olmak çok kolay değildir. Emek ister. Zengin olmak kolay değildir. Emek ister. Ama sosyal medyada yapacağınız örneğin bir şovda çok yakışıklı olabilirsiniz bir anda veya sosyal medyada atacağınız sahte fotoğraflarla bir anda zengin gözükebilirsiniz. Güzel bir kafeye gidip o güzel kafeye güzel çekilip fotoğraflayarak ... ne kadar geziyor demek parası var’ algısını yaratabiliriz ... (K3).

...Ya kazandığın parayı farklı söyleyebilirsin insanlara. Yaşını farklı söyleyebilirsin. Boyunu farklı söyleyebilirsin. Yapabilirsin bunları. Genelde de bu para mevzusu oluyor mesela atıyorum. O zaman dijitalle bireylerde hani dijitalle mesela bunu kanıtlamayacağı için bunu daha rahatça söyleyebilirsin. Aynen öyle. Çünkü günün 24 saat senin dijitalle değil. Aynen gündelik yaşamıyorsun. Akşam evine döndüğünde barakada da yaşasan kendini gizleyebiliyorsun. Gün içinde Louis Vuitton'a gidip story de atabilirsin ... (K12).

... Ya mesela şu da var. Biriyle tanışıyorum. Sanalda, güvenemem ilk başta ve biraz da korkarım beni yargılar mı vs. bu yüzden yaşadığım konumu söylemiyorum. Atıyorum başka konum söylüyorum ama orada yaşamıyorum. Bu biraz güven biraz da çevre meselesi, mesela şu an yaşadığım çevrede çok fazla gecekondu var, ekonomik olarak iyi bir mahalle değil, bunun yerine daha merkezi bir semt söylüyorum...(K17).

... Bak şuramda kocaman bir sivilce var. Ama yani ışık ve açığı ayarlayıp, efekt kullanarak, onu tamamen yok edebilirim. Gözükmez veya şöyle bir şekilde yanıtlabilirim. Çok kolay yanıtlatabiliyorsun ... (K21).

Dijital ortam, aynı zamanda bir hipergerçeklik alanıdır. Hipergerçeklik, “gerçeklikle, temsil arasındaki sınırın ortadan kalktığı” artık gerçeğin temsili ile gerçek arasındaki farkı

anlayamadığımız bir kavram olarak kullanılmaktadır (Giddens, 2021: 818). Bu durum, gerçeklikle temsil edilen yapay gerçeklik arasındaki farkların azalmasına ve hipergerçeklik evreninin şekillenmesine neden olur. Katılımcılar, dijital ortamlar aracılığıyla gerçek yaşamlarında sahip olamadıkları etkileşimleri sergileme fırsatı da bulmaktadır. Bu durum, gençlerin dijital ortamda gerçek benliklerinden farklı olarak kurguladıkları ‘idealize edilmiş’ kimlikleri benimsemelerine ve bu kimlik üzerinden etkileşimler kurmalarına zemin hazırlamaktadır (Kavut, 2018: 6). Katılımcıların bu yöndeki anlatıları şu şekildedir:

... Normal bir bölüm okuyorumdur ama ben tıp okuyorum diye orada gösterebilirim. Bunu istiyorum. Ben bu oldum ve beni övün. Olmadın ama olmuşum gibi davranın bana. Ve bunun için beni tebrik edin ya da beni övün bir şeyler yapın. Dijitalde kendini tatmin etmen gerekiyor. Hayal ettiğin yaşamı yaşıyormuşsun gibi insanlara sunma ya da insanlara gösterme. Gerçeklik algısını öldürüyor ... (K17).

...Gerçek dünyada bunu yapamazsın. Sınırlaması vardır, ama burada yok. Mesela kendi hayatından çok sıkılmış olabilir farklı benlik ihtiyaçları doğmuş olabilir içinde. Ya da dediğim gibi hani kendini farklı tanıtarak başarılı olacağını düşünebilir ... (K5).

...Bu konuda bir örnek verebilirim. Bir arkadaşım var mesela o gün mesela alışveriş yapmıyor. Ama gidiyor arkadaşlarının poşetlerini alıyor. Ve alışveriş yapıyormuş gibi kendini gösteriyor... çizdiği profilden hem farklı kişi olmaya çalışıyor ...Çok da farklı karakterli bir insan. Hem o profildeki insanı yaşıyor hem de kendine ait bambaşka bir karakteri var. Hem de başka profiller oluşturup orada farklı kişiliklere de bürünebiliyor... (K13).

Bazı katılımcılar (örneğin K6, K7, K16, K19) için dijital ortam, bireyin hayatı boyunca ulaşamadığı ancak dijital ortamlar sayesinde ulaşılmış gibi davrandığı bir mekândır. Gerçekte var olmayan bir şeye ‘gibi yapmak’, sahip olunmayan bir şeye sahipmiş gibi davranmaktır. Çünkü ‘mış gibi yapmak’, gerçek ile sahte arasındaki çizgiyi belirsizleştirmektedir. Baudrillard’ın (2011: 15) dediği gibi, artık kişi gerçek yaşam deneyimlerinden kopmakta ve kendi simülasyon evrenini yaratmaktadır. Katılımcılar için dijital ortam, bireyin hayatı boyunca ulaşamadığı ama dijital ortamlar sayesinde ulaşılmış gibi yaptığı bir mekândır. Dijital ortamlarda herkes, kendini nasıl göstermek istiyorsa öyle sunabilir. Birey, dijital ortamlardaki benlik imajını, kendini vitrinde nasıl görmek ve sunmak istiyorsa ona göre oluşturmaktadır. Gerçekte var olmayan şeye olmuş ‘gibi yapmak’, sahip olunmayan şeye sahipmiş gibi yapmaktır. Çünkü ‘mış’ gibi yapmak gerçeğe sahtelik arasındaki çizgiyi belirsizleştirmektedir.

... Bence herkesin hayallerin de olan bir hayat ve yaşam biçimi var ve o hayatı sosyal medyada yansıtıyorlar. Ama o gerçeklikten uzak bir hayat, hayat bile değil, çünkü orası yaşıyormuş gibi gösterdikleri bir yer... (K16).

...Ben kendimi çok farklı bir kişi olarak gösterebilirim sana sahte fotoğraflar atarak. Bu senin tarafından beğenilme çabam benim. Sen beni beğen diye atıyorum. Çünkü gerçekte hep yakışıklı biri olmak istiyordum. Girerim Pinterest'e yakışıklı bir çocuğa alırım koyarım. Hiçbir sıkıntı olmaz. Daha çok o zaman yüz yüze etkileşimde gelecek süre boyunca kendini o farklı bir şekilde ifade edebilirim veya birinin araba storyisini (hikaye) ekran görüntüsü alırım ve paylaşıyorum... (K19).

...Daha kolay çünkü. Hani mesela bunu insanlara göstermek istiyor ben böyle biriyim. Ama oraya gidip gerçekten bu eylemi yapmanın bir karşılığı olacak bunun için tutar ödeyecek... Ya da mesela yüzünde kendini rahatsız eden bir şey var. Bunun için cerrahi işlem görmesi gerekiyor. O cerrahi işlem hem para demek hem zaman demek hem de acı demek. Ama bunu bir filtreyle çok çok kolay halledebiliyoruz... (K7).

... Kendi arkadaşlarımdan biliyorum zaten. Mesela o restoranda gitmiş, bayağı lüks ve bir sürü resim çekmiş ama aylardır sanki düzenli oraya giden biriymiş gibi atmakta. Ya da hiç gitmemiş birinin ekran görüntüsünü almış ve onu paylaşıyor sanki kendi gitmiş gibi... (K6).

... Gerçek hayatlarında kendilerini doğru düzgün ifade edemeyen insanlar dijitalde kendine ifade etme fırsatı buluyorlar ve bu fırsatı bulmuşken de farklı tarzlarda bunu iletme biçimini sürdürüyorlar bence. Mesela kendi hayatında çok içe kapanıktır. Kendini ifade edememiştir. Diğer insanların gözünde tam bir kaybedendir. Ama sosyal medyada kendini çok farklı lanse ediyordu. Çünkü böyle bir seçeneği var. Mesela milyoner değildir milyonerim der. Özgüvenli değildir çok özgüvenli görünür ya da iş hayatında iyi değildir profesyonel gibi görünür dijitalde. İnsanları buna inandırır. Çünkü insanların mesela o kişi hakkında pek bir fikri olmayabilir. Özel hayat vs. hakkında, iş hayatı hakkında fakat sanaldaki paylaşımlarından bir çıkarımlarda bulunabilir ... (K5).

Hollenbaugh'ın (2021) da belirttiği gibi, dijital ortamlar benlik sunumu için önemli bir alandır. Bireyler, olmak istedikleri imajları yaratmakta ve başkaları tarafından nasıl görülme istiyorlarsa benliklerini o şekilde kurgulamaktadır (akt. Tiryaki vd., 2023: 796). Dijital ortamlarda sunulan benlikler, estetik kaygılar doğrultusunda da şekillenmektedir. Bu durum, dijital ortamlardaki bireyin, olduğu gibi kendisini yansıtmak yerine, daha çok toplumsal beklentiler ve estetik algılara uygun şekilde idealize edilmiş bir benlik inşa etmesine yol açmaktadır. Bazı katılımcılara göre (örneğin K6, K17, K22) gençlerin kendilerini olduğundan farklı göstermelerinin nedeni, gerçek hayattaki deneyimlerinde kendilerini yetersiz hissetmeleridir. Dijital ortamlar ise gerçek kimliklerin bir nevi kamuflajı görevini üstlenmektedir.

... Çok basit kendi hayatlarını yetersiz görüyorlar. Kendi hayatlarını yetersiz gördükleri için sosyal medyada onu sosyal medyayla kapatmaya çalışıyor olabilirler. Yani bir şekilde törpüleme gibi. Yani kendi olmadığı kişiyi kendini gösterme ya da bir imaj çizme. Farklı bir imaj. Aslında öyle biri değil ama idealindeki kişi o. Sonuç olarak sosyal medyada onu yansıtıyor kendi hayatıymış gibi... (K6).

... Normal gündelik yaşantısında kendince kendini değersiz olarak hisseden biri dijitalde çok değerli de olabilir yani. Hiç beklemediği bir anda o zamana kadar yaşamadığı kadar göremediği kadar değer de görebilir dijital içerisinde. Ne bileyim yorumlarda görebilir, başka bir şeyde görebilir, dijitalde her türlü şekilde bilgisizliğini kapatabilirsin... (K22).

...Bence bu durum birazda ben çok mutluyum imajı çizmekle alakalı. Yani şu an belki hiç mutlu değilim ama, beni mutlu zannetsinler. Kesinlikle ben bunu insanların mutluluklarını paylaşmaktan daha çok bir şey göstermek için yaptıklarını düşünüyorum. Mesela gecenin doğum gününü kutlayacaksın diyelim. Bunu illa sanal üzerinden kutlamak bana hiç mantıklı gelmiyor. O insanın doğum günü olması belki umurunda bile değil, kutlamıyorsun. Ama dijital de doğum günü kutlu olsun diyorsun. Başkasına göstermeye çalışıyorsun aslında bir şeyleri... (K17).

...Bir estetik algısı var. Buna güzellik algısı da diyebiliriz. Aslında bize bu durum dijitalleşmenin kişi üzerinde tartışılmaz etkisidir. Senle bu şekilde davranmamızı sağlayan şey bu algı. En iyi, en güzel... Mesela LinkedIn'a giriyorsun. Herkes çok başarılı, herkes CEO. Herkes bir yerlerde bir şeyler başarmış. Sonra Instagram'a giriyorsun. Herkes çok güzel, çok kaslı, çok tatlı. Herkes bir yerlere giriyor, bir yerden paylaşım yapıyor ve herkes çok zengin. Twitter'a giriyorsun. Herkes her şeyi çok biliyor. Ama görünen kısmı bu. Bir elma var. Ama elmanın yarısı çürük. Yarısı normal. Ama biz o çürükleri görmüyoruz veya bize göstermiyorlar ... (K14).

Katılımcılar, dijital ortamlarda 'onaylanma' ve 'sosyal kabul' ihtiyacı içerisinde. Bu durum, idealize edilmiş bir kimlik oluşturma ve sunma gereksiniminden kaynaklanmaktadır. Katılımcılar, dijital ortamlarda benliğin sunulma biçimini genel olarak 'görünme ihtiyacı' ile ilişkilendirmektedir.

...İnsanlar biraz da bunu kendilerini kanıtlamak için yapıyorlar. Hani mesela buradayım kanıtı, yoksa benim şunlarım var hani şu hayatı yaşıyorum, görün bakın, hepinizden iyi bir yaşamım var, hepinizden üstteyim... (K12).

... Dışarıya hani bazen sinyal çakmak gibi. Benim işte şunlarım, şöyle bir yaşamım var, bunlardan bazılarını, kesitleri de böyle, görün ... (K19).

... Görünür olman gerekiyor ve insanlara karşı beğenilir olmak, görünür olmak hoşuna gidiyor. Çünkü hepimizin istediği şey aslında bu. Çünkü sen o dijitalin içine girdiğin ve profilin her tıklanması, beğeni

alma, görüntülenmesi, bir dopamin salgılatıyor ve bu da senin hoşuna gidiyor. Bu sefer aynı düğmeye basan maymun gibi devam ediyorsun. Daha çok görün beni, bakın ne yaptım... (K8).

... Bence yine onaylanma ihtiyacı. Hani orada o şey veriyor. Daha fazla insan görüyor. Yani bu insanların hepsi görüyor, beğeniyorlar, yanıtı veriyorlar, yorum atıyorlar. Hani bu onaylanma ve görünür olma ihtiyacını karşılıyorlar... (K7).

Dijital platformlarda yapılan paylaşımlar, bireyin benliği hakkında önemli bilgiler sunar (Sener, 2013: 2). Dijital ortamlar, benliğin sunulduğu ve performansa dayalı kimliklerin üretildiği alanlardır. Bazı katılımcılar (örneğin K4, K21, K23) ise Benliğin sunumunu ‘özgürlük’ kavramı bağlamında ilişkilendirmişlerdir. Ancak bu durum, Han’ın (2022) ifade ettiği gibi ‘parmak ucu özgürlüğü’ yanılmasıdır. Dijital ortamlarda özgür olmak, yalnızca eylemde bulunmak değil; beğenmek, paylaşmak ve tıklamak anlamına gelmektedir. Katılımcılar, dijital ortamlarda kendilerini özgür bir alan içinde kimlik inşa edebilecekleri ‘yanılsamasına’ kapılmaktadır.

... Ya biraz da kendini kanıtlama ihtiyacı olabilir, takdir edilmeye ihtiyacı. Ne bileyim mutlu değildir ama Instagram'a mutlu olduğu bir fotoğrafı atıyordur. Ve hani dost sevin sin, düşman çatlasın misali. Ya da çok bir hayatta başardığı bir şey yoktur. Ya da bilgi kapasitesi çok dolu değildir. Entelektüelleri kime çok fazla yoktur. Ama kitapta gördüğü bir paragraflık alıntıya atarak ne kadar okuyan bir insanım imajı çizmek istiyor olabilir. Bu sayede görünür oluyor ve kendini öyle lanse ediyor dışarıya... (K4).

...Görünme ihtiyacı Görünme, beğenme ihtiyacı. İnsanlar, herkes artık sosyal medyada olduğu için bunu bir noktada tatmış oluyor Bunu daha çok tatmak istiyorlar. Sen bir şey, sen iyi bir şey yaptığında bunu sen ve yanındaki değil de Hani herkes görebilsin, taksit edildiğimi istiyorsun Bunu doğal bir istek olarak görürüm insanların açısından. Yani dediğim gibi beğenilme, görünme ihtiyacı... (K2).

...Daha özgürler. Özgür amaçlar. Yani dijital bir özgürlük katıyor insana o kesin olarak. Bir de daha ne diyeyim belki de sarışın biri değilim tamam mı? Ama sosyal medyada en ufak bir efekte sarışın biri olabilirim. Sana da özgürlüğü veriyor. Ve bunu onun için bana daha evet bana daha avantajlı sunuyor. Bana daha kolaylıkla sunuyor. Gidip saçımı boyatıp masraf yapacağıma saçımı bir efekte sarı da yapabilirim. Ya da botoks yapacağıma efekt filtre kullanabilirim... (K21).

... Baksana özgürlüğümüze, herkes istediği kişiliği yansıtabiliyor, yapamadığı şeyleri düşündükçe hayatta, tam gerçekleri söylemese, hep olmak istediği, hayalini gerçekleştirme konusunda o kişiymiş gibi tanıtma özgürlüğünü sağlıyor... (K23).

...Ya bu konuda biraz daha özgür bir ortamın olanağı sunuyor dijitalleşme. Beni gerçek hayatta tanımayan birisi, mesela ben 150 kiloyum ama Photoshop'la kendimi 110-120'ye düşürebilirim. Kendi öyle istediğim için kendimi öyle sergileyebilirim. Ya da ne bileyim şiveli konuşuyordum ama hiçbir videom olmadığı için, Twitter'da çok düzgün yazdığım için kimse benim şiveli olduğumu tahmin etmeyebilir... (K4).

Gençler, dijital ortamlarda kendilerini nasıl göstermek istiyorlarsa, kimliklerini o doğrultuda kurgulamakta ve yaratmaktadır. Özellikle dijital ortamlarda ideal bir kimlik oluşturmak isteyen gençler, bu kimlikle çelişecek her türlü tutum ve davranıştan kaçınırlar. Böylece, dijital ortamlarda oluşturdukları kimliklerle uyum sağlamak için bir tür stratejik davranışlar geliştirirler (Bakıroğlu, 2013: 1050). Katılımcılar, dijital ortamlarda etkileşim kurmak istedikleri kişilerle iletişimde kalabilmek için bazen gerçek olmayan bir benlik yaratmayı göze almaktadır (örneğin, K2). Katılımcılar, sosyal medyada kabul görüp iletişim kurabilmek için sahte bir kimlik kullanmaktadır.

...Yani ne bileyim. Uç bir örnek var. İsim de veremiyorum ama. Benim için en uç örneklerden biri. Sosyal medyada başı açık ama gündelik hayatta başı kapalı bir arkadaşım var. Arkadaş değil aslında. Çünkü o imajı gördükten sonra biraz daha arkadaş diye nitelendirmek istemiyor. Sosyal ağlarda açık, saçı açık bir birey. Evet. Ama normalde kapalı bir birey, orada kendisini o şekilde tanıtıyor... (K21).

...Mesela ben bir kızı beğeniyorum sanal da bu kızda sürekli film paylaşımları kesitleri yapıyor, film hastası yani, ben de normalde sabah akşam futbol, basketbol vs, takip eden biriyim, filmle pek aram yoktur ama bende gidip arada film kesitleri paylaşp, muhabbet etmeye çalışıyordum, orada bir şekilde kendimi film sever kimliği yarattım, aslından çok farklı... (K2).

Genel olarak genç bireyler, gerçek kimliklerinden ziyade dijital ortamlarda beğeni alabilecekleri ve etkileşimlerini artıracabilecekleri şekilde içerikler paylaşarak farklı bir kimliğe bürünmektedir. Bu durum, gerçek ve sanal kimlik ayrımının arttığını göstermektedir. Ayrıca, gençlerin kimlik ve benlik karmaşası yaşamalarına neden olmaktadır (Yiğitbaşı ve Çelik, 2023: 852). Benlik sunumu gündelik hayattan dijital ortamlara doğru aktarılmaktadır (Çiftçi ve Karakaş, 2019: 12). Dijital ortamlar, idealize edilen kimliklerin sunulduğu; her türlü olumsuz davranışın gizlendiği, yalnızca 'kabul gören' olumlu özelliklerin ön plana çıkarıldığı alanlar olarak görülmektedir. Dijital ortamda benlikler, kimlikler ve performanslar genellikle idealize edilmektedir. Dijital ortamlar, gençlerin idealleştirilmiş benliklerini sundukları bir alandır. Burada, gençlerin kim olduklarından çok, kim olmaları gerektiği düşüncesi ön plana çıkmaktadır (Ramazan ve Koçak, 2022: 7- 8). Katılımcı gençler için dijital ortamlar, istedikleri kimliği o an elde edebilecekleri alanlardır.

... Kendini orada istediğin kişi olabilirsin. Bununla alakalı bir olaya şahit oldum. Mesela kendisini engelli olarak gösterip engelli olan bir bireylerle sohbet ediyor. Bunu neden yaptığını bilmiyorum ama dediğim gibi dijitalde insanlar kendini nasıl gösteriyorsa veya öyle sunuyorsa öyle görüyoruz, öyle tanıyoruz. Şop uygulamaları dahi var bunun için, kanıtlanması zor bir alan... (K17).

...Özellikle Covid zamanı evet, hani o zamanlarda fotoğraflarım hep arkadaşlarımla olan, mutlu biri gibi davranmaktaydım. Hani daha dışa dönük biri gibi çünkü orada öyle yansıtmak istedim kendimi, hatırlıyorum negatif duygularım da oluyordu ama orada kendimi mutluyum imajı vermeye çalışıyordum... (K7).

... Kimse üzüntüsünü veya ağladığını göstermez orada. Kötü bir olay yaşadığında paylaşmak istemez, hatta yalan şeyleri bile atabiliyorlar. Buna şahit olmuştum bir kere. Arkadaşım çok mutsuz bir anında, o sırada durduk yere bir kendisini gülümserken ki resmini alıp paylaşmıştı, oysa o an ruhsal olarak çok kötü seviyedeydi... (K16).

...Örneğin Instagram'da şu an çok popüler olanlar böyle ilişki videolarını çekenler mesela. İlişki anlamında böyle couple çiftler. Bence onlar her zaman o görüldüğü kadar bir hayatı yaşamıyorlar yani hep böyle romantik bir hayat hep birbirini sevdiklerini ama yani hiç kavgalarını paylaşmıyorlar mesela. Sürekli mutlu olan dünya üzerinde bir çift yoktur, olamaz yani doğaya aykırı. Dijitale geçince sanki bir birey sürekli mutluluklarını paylaşıyor ama gündelik yaşamda bir insan 24 saat mutlu olamaz tabii ki değil mi? İlla sinirlenirsin, illa yani bir kötü şeyle karşılaşırın veya kendinin kötü olduğu bir durum vardır ama burada asla böyle bir şeyle karşılaşamıyorsun... (K18).

Genç kuşak, kendilerini olduklarından farklı ve istedikleri şekilde sunabilmek için dijital pratiklerini sergileyebilecekleri bir alana ihtiyaç duymaktadır (Çat ve Aydın, 2023: 222). Katılımcıların anlatımlarından anlaşılabileceği üzere, dijital ortamlar benliğin inşa alanına dönüşmekte ve bireylerin dijital ortamlarda sürekli olarak idealize edilmiş görüntüler oluşturma çabasına girmelerine yol açmaktadır. Zira görüşme yapılan gençler, ifadelerinde sürekli olarak idealize edilmiş benliklere maruz kaldıklarından bahsetmişlerdir. Bu durum, dijital ortamlarda kendilerini yeniden kurgulama baskısı hissetmelerine yol açmaktadır.

3.4. Dijital Uçurum ve Yeni Eşitsizlikler

Günümüzde dijitalleşme, hayatın hemen her alanına nüfuz etmiş ve herkes için erişilebilir bir gerçeklik haline gelmiştir. Ancak bu durum, dijital bölünmenin tamamen ortadan kalktığı anlamına gelmemektedir. Toplumun birçok kesimi, dijital teknolojilere erişimde ve dijital ortamları kullanmada zorluklarla karşılaşmaktadır (Küçükvardar ve Aslan, 2021: 31). Bu durum, dijital bölünme kavramının sosyolojik, kültürel ve toplumsal unsurlarla

birlikte ele alınmasını gerektirmektedir (Kalaycı, 2013: 148). Dijital eşitsizlik ve dijital bölünme kavramlarını sadece erişim ve kullanım gibi basit boyutlara indirgemek, eksik tanımlara neden olur (Arun ve Elmas, 2020: 118). Dijitalleşme, eşitsizliklere neden olmakta ve toplumda büyük bölünmelere yol açmaktadır (Çetinkaya, 2012: 200-201). Bu bölünme, kültürel bağlamda, geleneksel alışkanlıklarımızda, kültürel normlarımızda büyük dönüşümlere gebe. Bundan dolayı dijital bölünmeyi sadece teknolojiye erişimle değil, aynı zamanda bir uyum süreci olarak da görmemiz gerekir (Ercansungur ve Çetin, 2023: 572).

Dijital eşitsizlikler, bireylerin yaşamları boyunca farklı evrelerde ortaya çıkmakta ve bu durum hem çevrimiçi hem de çevrimdışı alanlarda çeşitli sonuçlar doğurmaktadır. Dijital teknolojilerin gündelik yaşamın her aşamasında giderek daha belirgin bir rol oynaması, çocukluktan yaşlılığa kadar olan süreçte farklı birey grupları arasında belirgin farklılıkların oluşmasına yol açmaktadır. Orta yaş ve ileri yaş dönemlerinde dijital eşitsizlik, farklı biçimlerde kendini göstermektedir. Özellikle bakım verme sorumluluğu taşıyan bireyler için dijital araçlara hâkim olmak, zaman ve kaynak yönetimini kolaylaştırabilirken; bu beceriden yoksun olanlar ek yüklerle karşı karşıya kalmaktadır. Yaşlı bireyler söz konusu olduğunda ise dijital mecralara yabancı olanlar hem sosyal bağlarını sürdürmede hem de gündelik işlemleri yürütmekte zorluk yaşayabilmekte; bu durum, onların toplumsal dışlanma riskini artırmaktadır (Robinson, vd., 2015: 571).

Dijital ortamlarda popüler hale gelen ve hızla yayılan trendler ile paylaşımlar, baskın bir kültür yaratmaktadır. Bu baskın kültür, yerel ve özgün kültürel öğeleri geri plana iter. Böylece popüler kültür öne çıkarak, küresel çapta kabul gören homojen bir kültür oluşmasına yol açmaktadır (Yorgancılar, 2018: 2523). Dijital ortam aynı zamanda bir “kültür endüstrisi” (Adorno ve Horkheimer, 2002) alanıdır. Adorno ve Horkheimer, kültür endüstrisini, kültürel ürünlerin kitlesel üretim ve tüketim için standartlaştırıldığı bir sistem olarak tanımlarlar. Bu sistem, bireylerin özgün kültürel deneyimlerinden kopmasına ve düşünsel olarak edilgenleşmesine yol açar. Kültür endüstrisi, sanat ve kültürü ticarileştirerek, kültürel üretimin eleştirel ve dönüştürücü işlevini zayıflatır. Ayrıca, kültürel ürünlerin özgünlüğünü ve eleştirel işlevini zayıflatır, bireylerin kültürden kopmasına ve pasifleşmesine neden olur. Kitle kültürü, bireylerin hem eğlence hem de tüketim ihtiyaçlarını karşılamakla birlikte, onları pasif birer tüketici haline getirir ve toplumsal kontrolün araçlarından biri olur. Böylece kültür, özgür düşüncüyü beslemekten çok, egemen ideolojilerin yeniden üretimine hizmet eder (Giddens, 2021:809-810). Araştırma bulguları, kültürel pratiklerin dijital ortamlara taşındığını, bu sürecin ise, yerel ya da geleneksel kültürden kopmalara neden olduğunu ortaya koymaktadır.

Zira dijital ortamın yapmak istediği şey, hızla yayılan, trendlerle birlikte geniş kitleleri, empoze altına almak ve ‘popüler bir kültür’ oluşturmaktır.

...Yani Kültür ithalatı oluyor. İnsanlar nasıl söyleyeyim kendi problemleri olmayan şeyleri Türkiye’de sosyal medyadan görüp dert edinebiliyor veya özenbiliyor. Bu tarz etkileri olabiliyor, mesela en çok hangi ülkenin konseptine maruz kalıyoruz? Amerika’nın mesela siyasetle ilgilenen birkaç Ortaokul liseli çocuk görüyor ki Amerika’daki ırkçı insanları siyahileri istemiyor. Senin böyle bir sorunun yok Türkiye de ama sen bu soruna ithal edinip böyle bir sorun varmış gibi düşünebiliyorsun. Kültür emperyalizmi oluyorlar... (K2).

... Cinsiyet partileri. İşte bebekler için yapılan ama o cinsiyet partileri bizim kültürümüzde olan bir ley değil. Sadece popüler medyada trend olan videolar. Herkes bunları çekmeye başlıyor. Hatta dur neydi mesela işte şu mu şu mu deyip insanlar yürüyor böyle komik bir şekilde sonra bir sağ tarafa bir sol tarafa falan böyle bir şey var. Tercih yaratmaya çalışıyorlar. Kötü demiyorum saçma demiyorum bazıları komik geliyor. Popüler kültür üretiyorlar bir sayede ... (K16).

... Çok karşılaşıyorum İnsanların rekabet içinde olduğunu düşünüyorum açıkçası. Mesela şu anda arkadaşlarımız nişanlanıyor evleniyorlar o döneme girdik. Her yerde paylaşıyor, her gün tekrar tekrar paylaşıyor gösteriyorlar kendilerini. Ben evlendim bakın nişanlandım. Ben bu konudan rahatsız oluyorum açıkçası incelemeden tık tık geçiyorum. ... Atıyorum doğum günü partileri, bakmıyorum oy oldu ne kadar üste çıkabilirim ve batı özentisi gibi bir duruma geldi. Biri görüyor mesela, o da diyor ki daha iyisini yapmam lazım... bir nevi popüler kültürü oluşturuyorlar Kendi kültürlerinden uzaklaşıp, popüler kültürün kölesi oluyorlar ... (K20).

Bireyler, ‘kültür endüstrisinin’ bir parçası haline gelmiştir. Kısacası, günümüzde dijitalleşme kültürleri yeniden şekillendirmekte ve oluşturulan kültürü küresel bir alana taşımaktadır. Bu durum ise homojen bir kültürün oluşmasına yol açmaktadır (Yurdakul, 2019: 46). Kültür, dijitalleşmenin etkisiyle değişim, dönüşüm ve bölünme süreçlerinden geçmektedir. Dijital ortamda üretilen kültür, dijitalleşmiş popüler bir kültür oluşturmakta; bu popüler kültürün yaygınlaşması ise diğer kültürleri etkisi altına alarak yerelliği tehdit etmektedir (Özdemir ve Akpınar, 2022: 23). Günümüzde dijital ortamlarda hızla tüketilmektedir (Ümit, 2021: 84). Yerel ve kültürel öğelerin giderek geri planda kalığı, popüler kültürün hızla yayıldığı bir dönemin içerisindeyiz. Bazı katılımcılar (örneğin K15, K18), dijital ortamlar içerisinde üretilen kültürün küresel ve ‘tek kültür’ olduğunu belirtmişlerdir. Diğer bir katılımcı (K3) ise, dijital ortamlarda gerçekleştirilen etkileşimlerde hâkim olan kültürün öne çıktığını söylemiştir.

...Ne bileyim Avrupa kültüründen örnek verebilirim. Örneğin Hollanda'ya gidiyoruz. Bakıyoruz, mesela daha çok open-mindedlaşma. Türkçesine nasıl diyim, aydınlaşma ... Open-mindedlaşma olabiliyor. İşte biraz daha farklı kültürlerle hoşgörülü olma durumu. Empoze edilme ihtiyacı hissediyor. Gidiyor, Amerika kültürünü kendine dayatıyor. Dijitalde karşılıyor. Şu ABD'de havuz partileri vardı sanırım. Bu da Türkiye'yi uyarlamak için. Yasaklı madde kullanımlarına özeniyor, falan ... (K11).

...Şunu görüyorum dünyanın her yerinde insanlar birbirini daha iyi anladığı ortak bir kültür oluştuğunu düşünüyorum. Espri anlayışları falan... (K15).

...Çünkü artık başka ülkelerin mesela akımları da bize geliyor. Yani başka ülkelerin ne yaptıklarını görebildiğimizde zaten onun kültürünü alıyoruz. Mesela ne bileyim, Türkiye'de kültür olarak cadılar bayramı kutlanılmaz mesela, ama şimdi Cadılar Bayramı kutlanıyor. Nesil onu görüyor ve seviyor ve onun kültürüne katmak istiyor, sonra bakıyorsun herkes aynı kültüre sahip oluyor... evet tek tip kültürü ... (K18).

“... Evet kültür hep kayıyor birbirine kayıyor nasıl diyeyim. Yani şimdi biz böyle paylaşıyoruz. Kimden görüyoruz atıyorum başkasından, başka milletlerden görüyoruz. Farklı farklı kültürler hep böyle birbirine giriyor diyeyim. Dijitalle bir kültür oluşturuyorlar o zaman popüler bir kültür. Empoze ediliyoruz. Trend bir şey çıkıyor. Benimsiyoruz yani. Bizim olmayan bir şeyi bile benimsiyoruz. Bizim olmayan şey artık bizim olmuş gibi oluyor...” (K19).

...Dijitalleşme ile ilgili aslında tırnak içinde söylüyorum, Türklüğü kaybediyoruz. Şu anda birçok genç kendi dilinden, çok daha iyi bir şekilde İngilizce biliyor. Türkçe çok fazla umursamıyorlar ... Şöyle birazcık edebiyi konuş desen birçok genç, belki ben dahil konuşamam ama İngilizce konuş desen herkes çatır çatır konuşuyor. Bunun yanı sıra tamamen dijitalleşme ile hayatımızın her alanında bu unsuru hissediyoruz... ben Avrupa'dan örnekliyorum, özellikle Türkiye için söylüyorum, Amerika'nın etkilediğini düşünüyorum. Giyim tarzımız moda çıkan ev ürünleri tekstil ürünleri yemek kültürü şu an yavaş yavaş da yemek kültürü Türkiye'de çok kötü bir şey ama onda bile böyle yavaş yavaş hadi suşi yiyelim, hadi çıkalım hamburger yiyelim, işte ye yavaş yavaş gitmeye başladık. Birçok genç artık ev yemeğini de seviyor ama daha fazla dışarıda yemek istiyor daha traditional (geleneksel) tatlar dışında international (uluslararası, popüler) tatlar tatmak istiyor çünkü Avrupa'ya özeniyor... (K3)

Bazı gençler anlatılarında, dijitalleşmenin gelecekte büyük toplumsal çözümlere yol açacağını belirtmişlerdir. Özellikle ‘aile’ yapısının bu süreçten olumsuz etkileneceğini ifade etmişlerdir. Buna göre, sosyalleşme süreçleri işlevsizleşecek, yüz yüze etkileşimler azalacak ve maddi-manevi sorunlar ortaya çıkacaktır.

...Bu aslında bizim içinde yaşadığımız afyonlu balonu patlatan bir şey. Hani sosyal medyayla boşanmalar yaygınlaştı çünkü insanlar daha iyi bir evlilik alternatifin varlığını gördü... Hani dedim ya artık böyle çok saygın olmayacak yaptığımız işler çünkü kolay bir şekilde yapılıyor diye. Önceden bunu

yapmak saygın bir şey, zor bir şeydi. Afyon balonu patladı, zor olmak zorunda değil. Basit bir şekilde de aynı şeyi yapabilirsin oldu. Bu bizim insanlık olarak şaşırma yeteneğimizi törpüleyen bir durum. Aynı zamanda insana ihtiyaçta azaldı. Artık şaşırıyoruz. Hani bir şeylere vay yapmıyoruz. Çok güzel bir sanat eserini düşün. Bunu yapay zeka ile birkaç dakikada yapabiliyorsun bunu artık hayranlık duymazsın ki...” (K10).

“...İnsan ilişkileri azalacak. Mesela normalde bir bankada gidip yaptığın işlemi şu an ATM’de yapabiliyorsun. Ya da mesela müşteri hizmetleriyle yapıyorsun. Daha az insanla iletişime giriyorsun. Ama insan sosyal bir varlık. Sosyalleşmesi gerekiyor. Çoğu hastalık depresyonla alakalı. Ve hani şu kendini dışarıdan soyutlayan insanlardan daha fazla görülüyor. O yüzden... (K7).

... Aile yapısı olarak da çözümler oluyor. Daha da ayrışacaklar çünkü evriliyor, dünya evrilerek gidiyor. Ve dediğim gibi yani 2050-2060’ta doğan insanlar kendisinden 100 yıl önceki insanların sahip olduğu kültürü, düşünce tarzlarına çok hâkim olamayacak çünkü o ara gittikçe açılacak. Yani o etkileşimi çünkü dijital daha da düşürüyor ya, dijitalin var olması, o kuşaklar arası bağlantıyı ve köprüyü biraz böyle, yani o köprünün ayaklarını sallanır hale getirdi. Aktarım daha da az ve ileride çok çok daha az alacağını düşünüyorum... Bundan 20 sene önce telefon muhabbeti çok bir ütöpik geliyordu insanlara sen düşün. O yüzden 80 yaşındaki bir adamla onun torunun arasında bence bir bağı olmayacak artık. Sadece sevgi ve kan bağı olacak yani. Etkileşim bir aktarım olmayacak, kültürel bir aktarım çok çok azalacağını düşünüyorum... (K1).

Çevrimiçi faaliyetlerdeki farklılıklar, dijital eşitsizlik tartışmalarında yalnızca erişim düzeyine odaklanmanın yetersiz olduğunu göstermektedir. Eğitim düzeyi, sosyo-ekonomik ve sosyokültürel seviye ile sosyal sermaye gibi etmenler, bireylerin dijital kullanım faaliyetlerini ne ölçüde gerçekleştirdiklerini önemli ölçüde şekillendirmektedir. Bu nedenle, dijital eşitsizlikleri anlamak için yalnızca teknik erişim değil, aynı zamanda bireylerin çevrimiçi ortamlarda ne tür faaliyetlerde bulunduğuna dair daha ayrıntılı ölçümler yapılması gerekmektedir (Hargittai vd., 2008: 603). Katılımcılar dijital ortamların birçok alanda eşitsizlikler ürettiğini ve mevcut eşitsizlikleri pekiştirdiklerini söylemektedirler. Robinson ve arkadaşlarının (2015: 574) ifade ettiği gibi, dijital eşitsizlikler yaşam döngüsünün birçok noktasında ortaya çıkmakta ve hem çevrimiçi hem de çevrimdışı sonuçlara yol açmaktadır; bu etkiler henüz tam olarak kavranamamaktadır. Dijital eşitsizlikler, hayatın çeşitli alanlarında görünür hale gelirken, mevcut eşitsizlikleri derinleştirmektedir. Ayrıca, dijital eşitsizlikleri sadece yaş, coğrafya veya diğer tekil faktörlerle ele almak, konuyu eksik yorumlamak anlamına gelmektedir.

...Kapitalizm ve dijitalleşme neden oluyor bu duruma, aslında bu birazcık farklı bir şeye giriyor ama telefon herkeste olan bir şey. Ama bir insan iPhone kullanıyorsa daha farklı bakılıyor. Kötü kamerası

olan, böyle eski gibi biraz camı çatlamış kullanıyorsa daha farklı bakılıyor. Yani bu yüzden artık dijitalleşmeyle birlikte herkesin dijital üzerinden değer gördüğünü düşünüyorum... (K3).

... Ya şu an bildiğin Twitter hakkında söyleyebilirim. Elon Musk'ın getirdiği o saçma sapan politikalar, mavi tik falan. Bunlar da dijital eşitsizlik sayılabilir bence. Sonuç olarak para verip seni algoritmada öne geçirecek. Sana aslında etkileşimine göre para verecek, parası olan yine orada da kral gibi... (K6).

... Ve ayrıca benim telefonum güzel güzel çekiyor. Ama eğer güzel telefon, güzel çeken bir telefonum olmasaydı, içerik bile yapamazdım. Doğru söylüyorsun. Hani bu kesinlikle bir eşitsizlik... (K13).

Katılımcılar, dijital ortamlarda karşılaştıkları eşitsizliklerden bahsederken özellikle erişilebilirlik konusuna vurgu yapmışlardır. Gençler, bu durumu yalnızca coğrafi faktörlere değil, aynı zamanda ekonomik gelir düzeyine de bağlamaktadırlar. Özellikle 'influencer' olarak adlandırılan ve dijital ortamlarda popülerlik kazanan bireyler, akademik başarı, mesleki yeterlilik ya da toplumsal statüye sahip olmadan ün kazanmakta ve bu sayede önemli ekonomik gelirler elde etmektedirler. Dijital ortamlar sayesinde popüler olan kişiler (influencer), çevrimiçi etkileşimler kullanarak, gelir elde etmektedirler. Dijital ortamlar içerisinde elde ettikleri tıklanma sayıları üzerinden ekonomik gelire ulaşmaktadırlar.

...Bazı insanlar çok rahat şekilde bu şeylere erişebiliyor. Telefon olsun ya da her türlü teknolojik hali olsun böyle üst model son model telefonlar ya da bilgisayarlar bazı insanlar bunlara erişemiyor. Bu noktada eşitsizlik var. Atıyorum bahsettiğim gibi takipçi konusu var ne bileyim. Kimisi influencer'dır kimisi çok da şeyle ilgilenmiyordur ama o influencer olduğu için daha çok ilgi görüyordur daha çok beğeniyordur. Ama aslında başka bir şey yoktur. Ne bileyim görüyoruz günümüz influencer'ına sadece göbek sallayarak influencer olmuş insanlar var. Bu da eşitsizlik yaratıyor. O adam aslında hiçbir şey yapmıyor. Maalesef topluma bir faydası yok. Ama başka bir insanın topluma faydası vardır. Sırf sosyal medyada görünür olmadığı için. Bence bu bir eşitsizlik aslında. Çünkü sosyal medya fenomenleri daha rahat koşullarda yaşıyor. Belki toplumdaki bazı bireyler daha faydalı şeyler yapmasına rağmen sırf dijital ortamlarda popüler ve görünür olmadıkları için değer kazanmıyorlar. Bence bunlar dijital eşitsizlik. Şu göbek sallayıp TikTok'ta baya ünlü olan bir çocuk var. O mesela, bir de aynı zamanda saat 8-5 çalışan ama asgari ücret alan bir adam var. Eşitsizlik işte ... (K16).

Eşitsizlikler, dijital ortamlar içinde daha belirgin ve görünür bir hal almaktadır. Bireyler, yaşamlarını dijital ortamlarda paylaşmaktadır. Satın aldıkları nesnelerden gittikleri yerlere kadar, kısacası tüm tüketim alışkanlıklarını dijital platformlarda sergilemektedirler. Böylece sahip oldukları statü ve sınıfsal konumlarını dijital ortamlara yansıtmakta ve bu mecralarda görünür olmayı tercih etmektedirler (Ekşi vd, 2022: 74) Bu durum, aynı zamanda mevcut toplumsal eşitsizlikleri dijital ortamlar da pekiştirmektedir. Bir katılımcı (24) dijital

ortamlardaki, eşitsizlikleri popülerlikle ilişkilendirmiştir. Özellikle bireylerin takipçi sayısı ve beğeni oranları, dijital ortamlarda yeni eşitsizliklerin oluşmasına yol açmaktadır. Diğer bir katılımcı (K4) bu durumu, günümüz toplumunda artık yeteneğin değil, yeteneksizliğin; doğrunun değil, sahtenin; normalin değil, anormalin talep gördüğü bir dünyada yaşadığımızı ifade etmiştir.

...Öyle, geçenlerde bir iki gün önce bir video gördüm mesela Twitter’da. Bu kandıralı ferdi var, şarkı söyleyemiyor. Mesela son modelde arabaya binmiş, yanında son derece güzel bir kız var. Dijitalleşme olmasaydı mesela o konumda olması mümkün değil. Ki dijitalle gelmeden önce de videolarını çekenler oluyordu onun. İmkânı yok çünkü o arabaya binebilmek için mesela yıllar önce insanlar dijitalleşme olmadan önce dişiyle tırnağıyla kazıya kazıya ne bileyim iş kuruyordu. İşte akademisyense akademide yükselmeye çalışıyordu. Kendi mesleklerin noktasında kendilerini donatarak yükselmeye çalışıyorlardı. Ama şimdi saçma sapan hareketler yaparak sosyal medyada ünlü olmak çok kolay. Burada mesela bir şarkı söyleyemeyen insanın nasıl ünlü olduğunu, nasıl son model arabaya bindiği çok normal bir şey gibi gelmiyor bana. Bir kişi krem anlatıyor mesela binlerce lira para alıyor... (K4).

...Bir kere kültürel anlamda aşırılık var. Zaten bizim ülkemiz bir batıya meraklı bir toplum. Ama sosyal medyada özellikle bir influencerların da öncelik ettiği... Özellikle yabancı influencerların... Hemen bizim ülkemizdeki influencerlar aynısı yapıyor... Ve hemen hani onların yaptığını bir akım şeklinde bizim ülkemize taşıyorlar. Eskiden hani şey... Geçen sene ya da 2-3 sene öncesinden bir baktığımda o modaya... Şey derdim. Eskiden bunları nasıl giyiyorlarmış falan. Şu anda hoşuma gidiyor. Ama bu nasıl oldu? Bu benim beynime nasıl yerleşti? Hiç anlamadım. Yani... Beğeni empozesi. Sadece bu da değil. Özellikle düğünlerde seçilen şarkılar... Ne diyeyim? Adetler hepsi değişti ... (K21).

... Ama içerik paylaşıırken de gezmen gerekiyor. Onun maddi olarak karşılanması lazım. Herkes sponsorluklarla gezmiyor. Herkes influencer değil ki bu gelire sahip olsun. Makyaj ürünleri mesela. Her geçen gün fiyatı artan şeyler. Dijitalleşmeyle eşitsizlikler bence arttı veya hep böyleydi daha görünür kılındı diye düşünüyorum. Bölüyor çünkü oraya gelmek için çaba sarf ediyorsun. Ve o çaba genel olarak maddi olarak harcanıyor. Şu anki dönemde de o giderek katlanması zor hale gelen bir şey. Zaten ünlü olan bir kişinin her şeyi var. Diyor ki marka ben buna göndereyim. O zaten parayla almıyor ki. Fakat oraya ulaşmak çok zor, herkes ulaşamıyor bu da büyük bir eşitsizlik yaratıyor... (K24).

Dijital ortamda görünür olmak ve paylaşım yapmak, ekonomik sermaye ile yakından ilişkilidir. Çünkü ekonomik geliri olmayan bireylerin dijital ortamda paylaşacak materyalleri sınırlı kalmaktadır. Gündelik yaşamlarına dair anları dijital mecralarda paylaşan bireyler aracılığıyla, farklı ekonomik sermayelere sahip kişiler arasındaki farklar daha belirgin hale gelmektedir. K9’unda bahsettiği gibi dijital ortamlara erişim de toplumlar ve bireyler için büyük bir eşitsizlikler kaynağı oluşturmaktadır. Covid-19 salgını bu ayrımı görünür kılmıştır. Her şeyin dijitalle aktarılması, erişim sorunlarını gündeme getirirken, dijital imkanlara

ulaşamayanlar arasında adaletsizliklerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Kayış, 2021: 119). Bu olgu, sadece toplumların içinde değil, ülkeler arasında da dijital eşitsizliklere yol açmaktadır. Görüldüğü gibi, dijitalleşme ülkeler arasında önemli farklılıklar yaratmakta ve toplumlar arasındaki uçurumu daha da derinleştirmektedir.

...Özellikle bu online Covid-19 zamanı çok fazla ortaya çıktı. Online eğitimi yüzünden. Çoğu aile mesela şeyi karşılayamadı. Çocuğuma bilgisayar alayım, tablet alayım. Bundan karşılamakla çok zorlandılar. Ama biraz da zorunlu bir durum vardı salgından dolayı. Buradan dijitalleşmenin biraz zorunlu bir etkisi oldu, öyle söyleyeyim. Çünkü aynı ortamda bulunmamak gerekiyordu vesaire. Bir şekilde çözüm bulunmaması gerekiyordu. Bu da online eğitimde bulundu. Ama aynı zamanda bu eşitsizliği de yaratmış oldu. Erişime sorunları olanlar için... (K9).

...Bir tarafta dijitalin son modeli var, bir tarafta insanlar var. Bir tarafta yorulmayan, uykuya ve gelire ihtiyaç duymayan ya da besine ihtiyaç duymayan bir dijital robot var. Bir tarafta insan var. Hangisi daha iyi ve daha verimli bir ürün üretir? Kesinlikle robotlar bence. Yani robotik bir endüstriye evrilecek Avrupa dediğimiz toplum. Diğeri hala erişemiyor hiçbir şekilde dijital ve onun üretim hızıyla diğerinin üretim hızı kesinlikle eşit olamaz zaten. Bu da eşitsizliklere tekrar ettiriyor... (K17).

...Aslında eşitsizlik deyince bence en çok eşitsizlik burada. Çünkü oradaki adam hiçbir şeye ulaşamıyorsa, orada ne bileyim gelişmiş teknoloji yoksa orada varsa biraz bu ne bileyim eşitsizliği ciddi oluşturacaktır ... Elinde yoksa hani o yapay zeka ya da o dijital aletler, büyük bir eşitsizlik üretebilir... (K16).

Bir diğer eşitsizlik ise dijitalleşmenin kuşaklar arasında yarattığı farklar ve ayrımlardır. Özellikle teknolojiyle sonradan tanışan, “dijital göçmen” olarak adlandırılan kuşaklar bu ayrımların en belirgin olduğu grupları oluşturur (Tuncer, 2021: 1351). Dijitalleşmeyle daha geç tanışan dijital göçmenler, yani Y kuşağı ile dijital çağda doğan Z kuşağı arasındaki farklar, ayrımlar ve uçurumlar oldukça belirgindir. Katılımcılar (örneğin K10, K6) bu konu hakkında görüşlerini belirtirken, sıklıkla Y kuşağının dijital ortamlarda daha geleneksel davranışlar takındıklarından bahsetmişlerdir.

...Z kuşağı sanki dijitalleşme için doğmuş bir kuşak gibi hissediyorum. Daha yetenekliler. Bazı şeyleri algılama, kapma konusunda dijital üzerinden kullanıp yapıyorlar. Eski kuşaklar, daha geleneksel kuşağı, Z kuşağı kadar dijital kullanımları iyi değil. Çok fazla gelişme yaşıyor. Her geçen gün dijitalleşme alanında yeni bir icat buluş ortaya çıkıyor. Bunu entegre olmak da çok zor. Kendi hayatına entegre etmek de öyle. Covid döneminde Zoom kullanamayan hocaları çok fazla gördüm, daha entegre olamadılar bu platforma. Öğrenme süreci, ona uyum sağlama süreci çok zordu. Ama biz gençler olarak sanırım değişime daha yatkınız. Mesela bugün yapay zeka alanında yeni bir şey çıktı. ...Gençler daha

pozitif bakıyoruz. Okey, kullanalım edelim. Dijitalden yararlanalım. Şu değişiklik de girsin hayatımıza. Bizim için yeni bir heyecan o. Yeni bir deneyimleme süreci. Ama Y kuşağı daha katı böyle. Hani kurallarına daha bağlı insanlar. Bu yüzden hani değişimi de fazla kabul etmiyorlar. Onlar için kendi doğruları var... (K5).

...Bir kere zaten onları dezavantajlı oluyorlar çünkü akıllı telefonlarla, teknolojiyle çok sonradan tanıştılar. Yani biz dijital içerisinde doğduk zaten. Bilgisayarla büyüdük, telefonu hep gördük. O yüzden çok daha kolay entegre olabildik ama onlar çok sonradan ona dahil oldular...o da yeterli olmuyor... (K6).

...Evet, Y kuşağı, Z kuşağı gibi bunun içine doğmayıp, buna uyum sağlayamamış bir nesil olduğu için kesinlikle bu farklılıklar oluyor. Şey gibi, kostüm partisinde konseptten farklı giyinen o kişi, kendini uydurmaya çalışan o kişi Y kuşağı. Böyle hem uyum sağlamak zorunda istediği uyum sağlamaya çalışıyor ama içten içe de buraya ait olmadığını biliyor çünkü geleneksel oldukları için. Mesela Reels yorumlarında bir Y kuşağı, olabildiğince müthiş bir Türkçe kullanmaya çalışır... Ama bir Z kuşağı ondan daha çok entelektüel birikime sahip olsa bile bunu çok yansıtmak istemez. Yansıtmaya ihtiyacı duymaz. Der ki çünkü burası sosyal medya. Ama Y kuşağı için öyle değildir. Hayır, Y kuşağı bilgili olduğunu, donanımlı olduğunu, sistem eleştirisini koyar, böyle müthiş kocaman paragraf yazar. O uzun yorumların hepsi Y kuşağına aittir... (K10).

Dijital uçurum, nesiller arasındaki zamansal ve dönemsel farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Kuşaklar arası dijital ortamlarda etkileşim biçimleri de farklılık göstermektedir. Dijitalleşme süreci, kuşak ayrımlarını daha görünür hale getirmiştir. Dijital ortama sonradan dahil olan nesiller için, dijital ortamı anlamak ve kullanmak çaba gerektiren bir eylemdir. Özellikle genç kuşak bireyler, dijital iletişim araçlarını ve sosyal medya platformlarını diğer yaş gruplarına kıyasla daha etkin kullanmaktadırlar. Bu durum, dijital ortamlarda “kullanım uçurumu”nun oluşmasına yol açmaktadır (Hargittai ve Hinnant, 2008: 604). Katılımcılara (örneğin K14, K16, K18) göre dijital göçmenlerin sosyal medyayı kullanma biçimlerini, ‘absürt’, ‘komik’ ve ‘garip’ olarak nitelendirmişlerdir.

...Mesela yanlışlıkla babam Temu’yu indirmiş. Kızım bu ne diye bana gel...Yanlışlıkla indirmiş adam. Hani bunun gibi komiklikler oluyor. İşte annem mesela yazamıyor klavye de böyle. İşte şey ses kaydı atıyor...Klavyenin yanında da mikrofona varmış. Ben bunu hiç görmedim. O klavyeye basıyor. Oradan konuşuyor. O klavyeye yazıyor. Annem bunu gönderiyor. Mesela bunu keşfetmiş. Ben şok olmuştum. Mesela Facebook Instagram kullanmaları yani bilemiyorum. Facebook’ta genelde babam bize siyasi içerikler takip ediyor, Cuma mesajları paylaşıyor genelde. Annem de dini şeyler takip ediyor. Bana garip geliyor bunlar... (K14).

...Orada da mesela şeyi görüyorum aşırı komiğime gidiyor. Yaşlı amca, dayıların böyle genç kızların fotoğrafına attığı o yorumlar, komik yorumlar. Bunu Instagram'da da yapıyorlar... (K16).

...Bunu bizim neslimizden birinin paylaşmadığını tabii ki anlayabiliyorum. Çünkü Z kuşağı o paylaşımlara baktığında komik buluyor. Cuma mesajları komik, ne bileyim kendilerini çekerken, aşırı yakından çekiyorlar, selfieler olabiliyor bazen. Onlar komik geliyor. Komik selfieler... (K18).

Dijital göçmenler (Prensky, 2001), dijital yerlilere kıyasla paylaşımlarında görsel estetik unsurlara daha az dikkat etme eğilimindedirler. Bu durum, dijital göçmenlerin dijital ortamları tam anlamıyla içselleştiremediklerinin önemli bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

...Fotoğraflarda mesela alakasız yerlerde paylaşım yapıyorlar, örneğin binanın girişinde kendini çekiyor, alakasız durum bilgisi paylaşımları, bugün üzgünüm, bugün iyiyim gibi, sahte hesaplı insanlara yazıyorlar, dolandırılıyorlar ve çoğunlukla sahte olduklarını bilmeden, komik Tiktok paylaşımları, sürekli dans etmeye çalışıyorlar ama beceremiyorlar gibi ... (K23).

...Bizim kendi neslimiz biraz daha artık işin içine doğduğu için birlikte geliştiler. Yani 2000 ve sonrası dijitalleşme, internette bayağı gelişti. Bizde daha dengeli ve neyi nasıl yaptığımızı bilir hale geldik. Kısaca bir önceki nesil daha zorlu bir hal aldı. Hani diyoruz işte küçücük çocuk ama telefonu benden daha iyi kullanıyor. Hemen entegre olabiliyor, fakat babalarımız annelerimiz, dedelerimiz vs. ise daha zor anlıyorlar tüm bunları... (K24).

... Ben kendimi bildim bileli her şeyim vardı, laptop, tablet, akıllı telefon, kulaklık, internet, her şey, yani oranın içerisinde doğdum diyebilirim, fakat daha yaşlı insanlar, bunlarla, sonradan tanıştı, yani biz doğduk, büyüdük, onlar yaşlandılar, o zaman bunları gördüler, zamansal bir fark var... Mesela yaşça büyük birinin sosyal medya hesabına bakınca göreceksin aslında farkı, çünkü onlar daha geleneksel tutumları var ve hala bunu sürdürüyorlar bizler ise daha farklı kullanıyoruz, her türlü trendi biliyoruz bilmesen bile buna aşına oluyorsun, aaa bak bu yeni trend gibisinden... (K25).

Fritsch'in (2010) çalışmasında sıkça vurguladığı üzere, dijital çağda doğan gençler doğdukları andan itibaren dijital dünyayla tamamen uyumlu bir biçimde var olmaktadır. Bu nedenle dijital yerliler ile dijital göçmenler arasındaki farklar yalnızca yaş ve zaman farklılıklarından kaynaklanmaz; aynı zamanda içinde büyüdükleri kültür ve ortam algısından doğan eşitsizliklere de sebep olmaktadır (akt. Eşgi 2013: 183). Katılımcıların anlatılarında, kuşaklar arasındaki farklar dijital ortamlarda yapılan paylaşımlar üzerinden değerlendirilmektedir. Bu farklılıklar, sadece teknolojik kullanım bağlamında ele alınmamalı, aynı zamanda dijital ortamlara adaptasyon süreçleri kapsamında da incelenmelidir. Özetle,

kuşaklar arası uçurumlar sadece teknik beceri eksikliğiyle açıklanamaz; kültürel ve dönemsel pratikler açısından da değerlendirilmelidir.

3.5. Gözetim: Dijital Bir Bakış

Dijital çağda gözetim, Bauman ve Lyon'a (2021) göre, dijital ortamlarda gerçekleşen her türlü etkinlik ve etkileşimin veri olarak kaydedilmesiyle şekillenen; bireylerin sürekli izlenip değerlendirilmesine dayanan yeni bir gözetim toplumunun ortaya çıkışıdır. Özellikle 1970'li yıllardan itibaren teknolojik süreçlerin etkisinin artmasıyla birlikte, zaman ve mekândan bağımsız bir gözetim hayatımıza girmiştir. Bu dönemde, dijital ortamlar içinde bizi kayıt altına alan ve her hareketimizi takip eden izlenme ortamları oluşturulmuştur (Kaplan ve Ertürk, 2012: 8; Kavut, 2023: 23). Bauman ve Lyon (2021: 23, 70), günümüzde gözetimin güçlendiğini ve etkisinin büyük ölçüde genişlediğini belirtir. Teknolojik ilerlemeyle birlikte gözetim biçimleri de çeşitlenmektedir. Bauman ve Lyon (2021), içinde bulunduğumuz dönemi özellikle “panoptikon sonrası” dönem olarak adlandırır. Günümüzde bu durum, dijital ortamlar sayesinde zaman ve mekândan bağımsız bir şekilde gerçekleşmektedir. Poster (1990), yeni bir gözetim biçiminden bahseder ve buna “süperpanoptikon” adını verir. Süperpanoptikon, dijital ortamda gerçekleşen bir gözetim türüdür. Bu gözetimde, klasik panoptikonda bulunan gardiyan (gözetleyici) ve kule (gözetlenen) yerini dijital araçlar almaktadır. Dijital mecralarda bireyler, gardiyan ve kulenin üstlendiği rolleri üstlenmektedir. Yani bireyler, dijital ortamlarda hem gözetleyici hem de gözetlenen konumundadır (Poster 1990, akt. Yıldız 2021: 129). Artık her şey gözetimin bir parçasıdır (Bauman, 2010: 55). Dolgun (2004: 58-63), dijital ortamlardaki gözetimi “tümleşik sistemler” kavramıyla açıklamaktadır. Bu kavram, bireylerin tek bir tuşla oturdukları yerden dijital ortamlara kolayca geçiş yapabildikleri ve dijital mecralar arasında hızlıca dolaşabildikleri bir sistemi ifade etmektedir. Bu doğrultuda, gençler istedikleri her an ve her yerden dijital ortama geçmekte ve çoklu gözetimin bir parçası olmaktadır. Tek bir tuşla tüm ihtiyaçlarını dijital ortamlar içinde karşılayabilmektedirler. Dolayısıyla gençler, artık tek bir mekâna bağlı kalmadıkları için dijital ortamlarda gözetimin ayrılmaz bir parçası haline gelmektedirler. Günümüzde gözetim, ulaşılan son teknolojik gelişmeler sayesinde hiçbir ayrıntıyı kaçırmamakta ve bireylerin hayatlarını doğrudan etkilemektedir. Bauman ve Lyon (2021) tarafından belirtildiği gibi, gözetimden kaçılacak ya da saklanacak bir yer yoktur; çünkü her şey dijital ortamlarda görünür olmak zorundadır. Bireyler, görünür olmak ile gözetlemek arasında dijital pratikler gerçekleştirerek kendilerini bu şekilde sunmaktadır. Dijital ortamlarda gözetim, bireyin gönüllü katılımıyla gerçekleşir. Birey, göz önünde olmayı arzu

etmekte ve başkaları tarafından gözetlenmeyi bir zevk haline getirmektedir. Gözetim, gündelik yaşamın kaçınılmaz bir parçası haline gelmiştir ve herkes her durumda gözetlenmektedir. Bu durum, genç katılımcılar tarafından “ya dijital ortamlardaki gözetime alışacaksın ya da bu mecralarda olmaman gerekir” şeklinde algılanmaktadır. Sonuç olarak, birey gözetim ve gözetlenmeye alışmak zorundadır.

...Çünkü her şey küreselleştikçe ve herkes her şeye sınırsız erişim sağladıkça daha fazla görünmek istiyorlar. Bu sınırsız erişimin bir dur noktası yok. O yüzden de insanlar zaten bazısı uyurken kendini çekiyor, bazısı çok saçma hareketler içinde kendini çekiyor. Çünkü bir sınırı yok sonsuz bir nokta. Ve bir kere başladığında o beğeni ve görünme hırsı her şeye erişme arzusu sürekli yenileniyor. Uçsuz bucaksız yani... (K13).

...Orada şöyle aslında bunun en temelinde sosyal medya uygulamalarını indirmekle başlayan bir süreç. Yani orada indirirken sen aslında ben hayatımı burada paylaşacağım diyorsun yani bilinçaltı tarafında. Ve tanıdığım kişilerin veya tanımadıklarımın da olabilir hayatlarını izleyeceğim. Yani aslında burada kendine taviz veriyorsun onu indirdiğin zaman. Çünkü insanlar gerçekten görünmek istiyor. Mesela bu YouTube’a giriyorsun 1 milyon 2 milyon belki 80 milyon insan. Türkiye’de 81 milyon mu var ya şu an 90 milyon mu kaçsa artık. 80 milyonunun belki de YouTube hesabı var ve bir şeyler paylaşıyor. Alakalı alakası bence yani bilmiyorum tek tek saymak lazım. Herkes bir şeyler üretme peşinde. Oradan bir kısmı işte hani maddi çıkar sağlayabilir miyim düşünüyor. Bir kısmı da kendini göstermek istiyor sadece. Biri sermaye biri popülerlik kazanma falanına gidiyor... (K22).

...Yani bir sosyal medya furysı var zaten. Hani kendini ona kaptırınca kesinlikle kontrolünü yitiriyorsun bence. Bir süre sonra otomatikleşmeye başlıyor. Bunu da paylaşayım. Şunu da paylaşayım. Bir şekilde o sihirli bir dünyanın içine gidiyorsun ve ister istemez sürükleniyorsun. Çünkü orada da sosyal medyada da görüyoruz ki arkadaşların, tanıdıkların, en yakınların sürekli bir şeyler paylaşıyor. Sen de ben buradayım demek istiyorsun mesela. İster istemez o furyaya katılmış oluyorlar. Yani gözetleniyorlar, istedikleri şekilde kendilerini gözetimin parçası yapmak istiyorlar... (K5).

Dijital ortamda gözetlenme ve başkaları tarafından takip edilme, ‘normal’ bir durum olarak kabul edilmektedir. Gözetim, kullanıcıların ‘onayı’ ve ‘gönüllü’ katılımıyla gerçekleşir. Katılımcılar, kendi rızaları ve bilinçli bir şekilde gözetim süreçlerine dahil olduklarını düşünürler. Ancak bu algı çoğu zaman gerçeği tam olarak yansıtmaz. Dijital ortamlarda gerçekleşen gözetim, bireylerin farkındalığının çok ötesinde, daha karmaşık ve kapsamlı mekanizmaları içerir. Bu durum, dijital gözetimin doğasını anlamak ve bireyin dijital varlığının nasıl şekillendiğini kavramak açısından kritik öneme sahiptir. Dijital ortamlarda gözetim, kullanıcıların kendi rızasıyla ve çoğu zaman farkında olmadan katılım sağladığı bir süreç olarak normalleşmiştir. Bu gözetim, bireylerde herhangi bir rahatsızlık

yaratmamaktadır; aksine kullanıcılar bundan haz duymaktadır. Fakat gözetleme ve gözetim olgusu, fiziksel bir ortamda gerçekleştiğinde hoş olmayan durumlara yol açmakta ve katılımcıların büyük bir kısmı bu durumdan rahatsızlık duymaktadır. Anlaşıldığı üzere, dijital ortamda yapılan gözetim ve gözetlenme durumları oldukça normal karşılanırken, fiziksel ortamda yapılan gözetim sorun teşkil etmektedir. Gözetim, fiziksel alanlardan dijital platformlara taşınmış; bu yeni ortamda olağan bir uygulama haline gelerek normalleşmiştir. Dolayısıyla çoğu zaman mevcut durumu kabul etmekten başka seçenek kalmamaktadır.

...Yani takip edilmek insanların hoşuna gidiyor. Tabii gündelik hayatta birisi beni takip etse fiziksel olarak çok tuhaf olur. Ama sosyal medya da hani biraz da insanların çok hoşuna gidiyor. Ona göre pozisyon alıyorlar ve ona göre görünür olmak istiyorlar... (K4).

...Evet normalleşti ve köken olarak da öz olarak da bence normaldi. Hani şey vardı ya, balkonda oturan teyzeler, baykuş teyzeler, herkesin ne yaptığını bilen teyzeler, bu zaten bizim hayatımızdaydı. Sadece biçim değiştirdi... (K10).

... Bence normal değil ama normalleştiği de göz ardı edilemez. Yani çok böyle bir rutin haline geldi insanlar tarafından. Hobi gibi, bir herhangi bir yaşam rutini gibi düşün. Açıp böyle şu ne yapmış, bu ne yapmış, işte şu kişinin hayatını takip edeyim, bu kişinin hayatında olup bitenlere bakayım deyip böyle aslında insanların alışkanlık edindiği hayatlar var. Takip ettiği yani alışkanlık şeklinde takip ettiği başka hayatlar var. İşte ünlü insanlar olabilir, izlediği dizideki çok beğendiği bir aktör olabilir. Bu insanların hayatını merak ediyor insanlar ve takip etmek istiyor, ulaşmak istiyor. Hani o dahil olmak istiyor kişinin hayatını bir yerde. Bundan dolayı da normalleşti ama bence normal bir şey değil tabii bu kadar takip etmek... (K1).

...Kişisel olarak. Normalleşti. İnsanları takip etmesi daha kolay. Mesela ilgimi çeken bir insan varsa ne yaptı, nereye gitti, ne yaptı diye, neler yaşıyor şu an diye takip etmem daha kolay. Ve bunu da dijital medya araçları sayesinde olmakta... (K2).

Dijital ortamdaki bireyler zaman gözetimin farkında olmadan uyum sağlar ve gözetimin sürekliliğine katkıda bulunur. Çünkü gözetim, sürekli ve akışkandır. Bazı katılımcılar (örneğin K6, K9, K12), Gençler, dijital ortamlarda sürekli gözetlendiklerinin farkındadır. Dijital ortamlar, gençlerin çeşitli gözetim pratiklerini deneyimledikleri bir alan olarak da karşımıza çıkmaktadır.

... Gözetim, gözetleme zaten normalleşti ama orada insan kendini, göstermek ve paylaşmak istiyor bu da onun bunun göz önünde olmasın sayesinde yapılıyor. Yani zaten kendini gösterip, paylaşıyorken diğerlerinin görmesini istiyor... (K17).

... İnsan birini gözetlemek istiyorsa, dijitalde bu çok basit, hatta ne biliyim sahte bir hesap açıp bile o kişiyi takip edebilir, gözetleyebilir, bunlarla uğraşabilir, hatta bunu yapan çok insan var hatta... (K16).

...Mesela bir arkadaşım Instagram'dan ya da Whatsapp'tan bir konu hakkında konuşuyorum. Diyelim ki tenis hakkında konuştuk, işte tenis oynamak istiyorum, tenise başlamak istiyorum. Instagram'da saniyesinde raket reklamları çıkıyor karşımda. Kesinlikle bence dinlendiğimiz ya da izlendiğimiz hissediliyor... (K6).

... Evet. Mesela uçak bileti baktım geçen iki hafta boyunca sürekli. Ve sürekli reklamlarda baktığım yerden çıkmaya başladı... (K9).

...Kesinlikle, kesinlikle. Daha geçenlerde başıma geldi. Bir şey alacağım, dambıl alacağım. Şeyler var ya, spor hareketleri yapmak için. Ondan alacağım ama sadece konuşuyorum. Daha internetten bakmadım bile. Ya alsam mı arkadaşım diye konuştum ve yarım saat, bir saat sonra karşıma çıktı. Ve ben hayatımda daha önce buna bakmamıştım. Çok enteresan...(K12).

Katılımcıların da ifade ettiği gibi, artık gözetim dijital ortamlar içinde kişiselleşmektedir. Bunu internet tabanlı veri sistemleri sağlamaktadır. Bu durum, dijital ortamlarda görüntüleme geçmişi ve dijital ayak izlerinin takibi sayesinde gerçekleşmektedir.

... Ben bu konu hakkında daha çok internetin tabanı şeklinde değerlendiriyorum. Gözetlenmeyi algoritma sayesinde oluştuğunu düşünüyorum. Hani şu konuştuğumuz şeyin hemen başka bir platformda karşıma çıkmasını falan... (K7).

...Yani gözetlenme bu, seni dinliyorlar ve görüyorlar, veri saklanması da var. Hani istediğin kadar geçmişini sil, bu silinebilecek bir şey değil, çünkü orada yaptıkların kalıcı oluyor... (K24).

... Gözetlendiğini şuradan pay biç, arama geçmişin takip ediliyor, bir şey aratıyorsun ondan sonra verilerin oraya aktarılıyor, dijital içerisinde verileri gözetleniyor olabilirsin... (K22).

... Algoritma ona göre seçiyor ve sana şey yapıyor. Zaten bunu sık sık da soruyor. Instagram özelinde söyleyecek olursam. Bu içerik ilgini çekiyor mu diye sana da gelenler böyle altta oluyor. Orada feedback (geri dönüşler) yapıyorsun. Feedback diyorum çünkü orada ilgimi çekiyor ya da çekmiyor dediğinde altta direkt şu yazıyı söylüyor. İşte 30 gün boyunca sana buna benzer gönderiler göstereceğiz ya da içerikler göstereceğiz. Yani bu aslında senin ne görmek istediğinle alakalı tamamen kişiselleştirmeye çalışıyorlar. Ve bununla da dediğim gibi senin beden dilinle, gün içinde söylediğin şeylerle ve nereye ne kadar tıklamışsın onunla alakalı... (K1).

“...Geçen gün arkadaşım ile yüz yüze bir konu hakkında konuşuyorduk. Bir baktım Instagram’ı dolaşıyorum, Twitter’ı dolaşıyorum ya, her ikisinde de reklam olarak bile karşıma o konuştuğumuz konu hakkında şeyler çıkıyor. Ve tamamen bahsettiğim hani o detaylarına kadar gelişmiş anladın mı? Hani böyle rengine kadar getiriyorlar önüne. Sadece dile getiriyorsun onu...” (K22).

Çalışmaya katılan gençler, dijital ortamdaki kullanıcıların gönüllü olarak gözetimin veri stokları haline geldiklerini vurgulamaktadır. Çünkü dijital ortamdaki kullanıcılar, genellikle beğenilme ve onaylanma kaygıları nedeniyle gözetimin bir parçası haline gelmektedir. Bu bağlamda, dijital ortamda yapılan her eylem belirli bir görünürlük ve izlenme potansiyeli taşımaktadır. Dijital ortamlarda gözetimden kaçınmak amacıyla katılımcılar (örneğin K7, K19, K23) çeşitli stratejiler geliştirdiklerini de söylemişlerdir. Bu stratejiler şu şekildedir:

...Mesela bazı online alışveriş sitelerinde çok fazla kişisel bilgi soruyorlar. Örnek olarak kimlik numarasını verebilirim. Hani orada kimlik numarasına girmektense 0000 diye giriyorum... (K7).

...İllaki ister istemez hani ne bileyim bazen yeni hesap açıp oradan yapıyorum işlerimi, dijitalde gizliliği öldürdüğü için kendim olmak istemediğim zamanlar oluyor. Niye boş yere başım ağrısın ki? (K19).

... Gizli bir e-posta hesabım var, burayı kullanıyorum çünkü güven sorunu var ayrıca çok fazla reklam, bülten okumak istemiyorum bu nedenle de bu şekilde bir mekanizma geliştirdim... (K23).

Gözetime dahil olan kişi, dijital ortamlar içerisinde yeni risklere de maruz kalmaktadır. Bu risklerin en çarpıcı olanı, “gözetimin sonsuz olması”dır. Çünkü kişisel bilgilerin sınırsız ve kontrolsüz bir şekilde yayılması, güvenlik endişelerinin temel kaynağını oluşturmaktadır.

...Zaten Türkiye’deki malum bilgi kaçağı internette dolu. Herhangi birkaç bilgiden kolay olarak ulaşabiliyorlar bütün bilgilerden. Yani herhangi bir güvenliğe emin olmadığını istemiyor olurken birkaç bilgiyi değiştiriyorum tabi... (K2).

... Mail olarak zaten şey kullanıyorum, iCloud’un bu. Kendi oluşturduğu e-posta var ya, onu da kullanıyorum e-posta olarak. Öyle olunca hem reklamlardan kurtulmuş oluyorsun hem de biraz güvenlik açısından iyi oluyor. Gözetlendiğim hissi biraz daha tolere ediyorum ve herkese verilerim dağılmıyor bir de... (K12).

...Yanlış bilgi veriyorsun, yanıltmalı veriyorsun. Bir kere zorunlu olmanın hiçbir bilgiye girmiyorsun. Gerek yoksa vermeyeyim diyorsun. Bu şekilde. Telefon numarası falan çabuk senin özene daire de olduğu için, rahatsız edilebilme oranında çok olduğu için verilmiyor. Geçen mesela anket yapılacaktı. Belediye ile ilgili bile olsak numarayı böyle bir vermedim yani. Ben anketi bitirdim ama sonunda bir onay mesajım ne gelecekmiş ona bile güvenemedim... (K21).

...Yani ne bileyim bazı web sitelerine vesaire girerken ya da işte bu Temu diye bir şey çıktı ya, bir reklamları vesaire çıkıyor. Mesela ona kayıt oluştururken bambaşka saçma bir isimde o e-posta aldım. Bir bakayım içeride ne var diye, biraz da sürekli takip edilirim diye endişe edindiğim için bunu yaptım... (K22).

Bazı katılımcılar (örneğin K1, K10, K23) ise gözetim mekanizmalarından kaçmanın neredeyse imkânsız hale geldiğini söylemişlerdir:

...Hayır aslında, çünkü bunun kaçınılmaz olduğunu düşünüyorum. Artık bu reklam için kullanılan algoritmalar, Google Map'in bana gideceğim yeri en çok sayıda işletme görecektir şekilde tarif etmesiyle falan. Zaten benim ilgi alanlarım, kimlik bilgilerim, bakın herkesin elinde. Kaçınılmaz artık, o yüzden ben kabul ettim bunu. Yeni Gine'deki adam benim T.C. kimlik numaramı biliyor olabilir... (K10).

...Ama illaki bu güvendiğim halde bilgilerimi çalan ya da bu şekilde suistimal edilen siteler olmuştur. Çok spesifik örnek de veremiyorum. Mesela işte bu ... siteleri olabilir. Onun dışında zaten bilgilerimiz illaki olmuştur benim kontrolüm dışında da. Dijitalde hiçbir şey süresiz gizli kalamıyor ... (K1).

... Herkes her şeyin farkında, ben oraya istersem annemin kızlık soyadını bile yanlış verdiğimi sanırım ama en sonunda gerçek ortaya çıkar, dijitalde gizli kalmak ve o gözetlenme hissinden uzaklaşmak çok zor... (K23).

Dolayısıyla genç birey, ne yaparsa yapsın, dijital ortam içerisinde gözetimin bir parçası haline gelme riskiyle karşı karşıyadır. Gençler, dijital ortamlarda hem gözetimin nesnesi hem de öznesi konumundadır.

3.6. Dijital Ortam Mahremiyetin Dönüşümü

Mahremiyet, özel olanı ya da kişisel alanı temsil eder. Günümüzde mahremiyet, özel alandan kamusal alana doğru kaymakta; bu durum mahremiyet erozyonuna yol açmakta ve mahremiyetin giderek ortadan kalktığı bir toplum yapısının ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Ahmedi, 2023: 27). Giddens (2014) "Mahremiyetin Dönüşümü" adlı eserinde, modern toplumlarda mahremiyet kavramının dönüşümünden ve bireyler arası ilişkilerin değişiminden bahseder. Ona göre, toplumsal değişimler bireylerin özel yaşam alanlarını ve

mahremiyet anlayışlarını dönüştürmekte, bu dönüşüm de sosyal ilişkilerin yeni biçimlerde yeniden organize olmasına neden olmaktadır. Zira dijital ortamda yer alan kullanıcılar en özel anlarını, dijital ortamlara aktarmakta ve hayatlarını milyonlar önünde sergilemektedirler (Yiğitbaşı ve Çelik, 2023: 851). Katılımcılar genel olarak mahremiyetin dönüşümünü dijitalleşmenin bir sonucu olarak görmektedir. Dijital ortamlar, özel hayatın sergilendiği bir alana dönüşmüştür. Bu bağlamda, görüşme yapılan gençler gündelik yaşamdaki tüm iletişim pratiklerini dijital ortamlara taşıdıklarını ve bireysel yaşantılarını dijital platformlarda sunduklarından bahsetmişlerdir.

...Tabii kesinlikle. Instagram'da mesela videoyu izlediğimiz zaman kaydırırken bakıyorum, aileler olduğu gibi aile yaşantısını çekiyorlar. Bu bana garip geliyor, çünkü aile ortamın, evin gizli kalmalıdır biraz da. Mesela yemek yaparken çekiyorlar, o ona sarılıyor falan, tamam aile yaşantısı ama yani bunu muhtemelen tıklanma için yapıyorlar. İşte yorumlar duruyor, maşallah bize de böyle nasip olur mu falan. Yani bu biraz evet kendi mahremiyetlerini ihlal ediyorlar... (K4).

...Daha hatta geçenlerde bunun hakkında düşündüm. Bir tanıdığım çocuğunun fotoğraflarını paylaştığını falan gördüm mesela. Biraz garip geldi açıkçası. Çocuklar küçük bayağı hani bilmiyorum. Ve bu kişiyi takip etmiş sayısı da biraz fazla. Ve ilginç geldi bilmiyorum... (K9).

Mahremiyet ile aile hayatı arasında bir ilişki kurulmaktadır (örneğin K21, K23). Mahremiyet kavramı, “aile hayatı”, “ev içi” ve “özel yaşam” gibi ifadelerle tanımlanmaktadır. Katılımcıların (örneğin K23) anlam dünyalarında mahremiyet “özel” ve “gizli” olandır. Bireylerin aile yaşamına ve ev hallerine ilişkin deneyimlerini ve pratiklerini dijital ortamlarda paylaşımları, mahremiyetin dönüşümüne işaret eder. Dolayısıyla, mahremiyet anlayışı dijital ortamlar aracılığıyla yeniden şekillenmektedir.

...Çok değişti ya bir kere. Aile içinde baya böyle şey popüler böyle aile videoları çıkıyor karşıma. Yani evinde sanki sıradan bir an içinde gibi pijamayla oturup kendi aileleriyle vakitlerini paylaşıyorlar, çekiyorlar ve o kadar böyle hani ne diyeyim eskiden bir adap olurdu. Evde oturmak bile bir adabı olurdu, mesela baban odaya gelse bir oturmanı düzeltirsin, kendine çeki düzen verirsin. Dijitalde bunlarda yok yani bütün dünya seni izliyor. Böyle bir çarpık bir şekilde oturuyorsun. Kıyafetin desen yamuk yumuk. Hiçbir özen yok bir şey yok. Konuşma dili desen tamamen hani böyle hiç özensiz. Ve herkes görüyor yani. Normalde hani bak seninle bile şu an çıksak karşı karşıya gelsem o tipimle hayatta çıkmam derim hani. Ama videoya kendilerini bu şekilde çekip atınca da bir sakınca görmüyorlar... (K21).

... Adamın yeni çocuğu olmuş, hemen sosyal medyaya atıyor, ya da ne biliyim, evlilik yıl dönümü, karısını veya kocasını, sosyal medyadan paylaşarak kutluyor, bunlar bence daha özel anlar ve özel bir

şekilde kalması gerekiyor, bazı değerler, dijital medyada da paylaşılarak, göz önünde olması, bana hoş gelen bir davranış gibi gelmiyor, mahremiyet daha gizli kalmalı... (K23).

Nitekim dijital ortamlarda bireylerin özel ve kamusal alanları iç içe geçmiştir. Bu durum, özel ve kamusal yaşam arasındaki sınırları belirsizleştirmiştir. Eskiden mahrem kalan şeyler değerli sayılırken, günümüzde bunun tam tersi geçerlidir. Bireyler artık, “Ya görünemezsem?” endişesi taşımaktadır (Kaleli, 2022: 25). Katılımcılar, mahremiyet olgusunun dijitalleşme ile dönüştüğünü belirtmişlerdir. Mahrem olanın ya da özel yaşamın ifşa edildiği, görünür kılındığı bir durum söz konusudur.

...Bence bu mahremiyet algısının evrimleşmesi değil de insanın özünde olan bir görünme ihtiyacı. İnsan hep görünmek istedi. Daha önceki dönemlerde komşuluk ilişkileri daha yakındı, insanlar birbirini daha sık yaşam alanlarında, konfor alanlarında ziyaret ederlerdi. Artık bunu yapmadığımız için görünme ihtiyacımızı sanal ortamda gerçekleştiriyoruz bence... (K10).

...Mahremiyet algısı ortadan kalktı kesinlikle. Dijitalleşmenin getirisi olarak şeye katılıyorum, sosyal medyada, farklı mecralarda insanlar kendini farklı bir hayatın içine sokuyorlar ve olmadıkları insanlar gibi davranmaya başlıyorlar. Mesela gelir düzeyi yüksek değilse yüksekmiş algısı oluşturmaya çalışıyorlar ve bunu yakınimdaki örneklerden de biliyorum. Gelir düzeyi aslında hiç o kadar iyi değil ama pahalı mekanlara gidiyor, pahalı içecekler içiyor ve bunları sürekli paylaşıyor. Sanki paylaşmak zorundaymış bir şeyler kanıtlamak zorundaymış gibi. Aslında öyle bir bütçesi yok sadece daha fazla görünmek ihtiyacı, özel hayat diye bir şey yok artık... (K5).

... Tabi eskiye göre mahremiyet algısı da değişti, insanlar daha çok mahrem anlarını paylaştı, ev içindeki hallerini, yatak odalarını bile paylaşıyorlar. Önceki gibi değil, zaten o mahrem yerlerini sosyal medyada paylaşıyorlar, görünüyorlar... (K23).

Kullanıcılar, daha fazla beğeni almak uğruna özel hayatlarını sürekli sergileme ihtiyacı hissetmektedir. Bu durumda mahremiyet olabildiğince görünür kılınmakta ve özel hayat, dijital ortamlarda sergilenerek sosyal kabul görmektedir (Yamaç, 2024: 104-105). K1, dijital ortamları kullanıcıların özel hayatlarını sergileyerek etkileşim elde ettikleri bir mecra olarak tanımlamaktadır. Katılımcılar, daha fazla görünürlük ve geri bildirim sağlamak amacıyla mahrem sayılabilecek yaşam kesitlerini dijital platformlarda paylaşmakta ve böylece etkileşim düzeylerini artırmaktadır. Dolayısıyla bireyler, ‘tıklanma’ ve ‘görüntülenme’ gibi etkileşimlerle dijital ortamda daha popüler bir konuma yükselebilmektedir.

...Bireyler o kaygıyla ya da işte o arzuyla hareket edebiliyor. Beğenilme duygusu, görünme duygusu, ünlü olma ya da işte göz önünde olma ana faktör olma. Hani insanların hayatında merak edilen, işte

sevilen, aranan. Ya en kötü bu istatistiklere sahip olmak istiyor. Sosyal medyadaki izlenme, beğeni vesaire vesaire. Ya bu normal değil bence çünkü sırf ünlü olmak ya da sırf tanınmak, sırf işte adının belli bir yüzümde de belli bir böyle bir toplulukta yayılması için çıkıp ne şaklabanlıklar yapmaya gerek var ne de özel hayatını gereğinden fazla paylaşmana gerek var. Bence dozunda olduğu gibi yapabilirsin, içinden geliyorsa amenna, hiç problem değil. Ama bazı insanlar gerçekten içinden gelmediği halde bunu bu amaçla, bu amaca hizmet ederek yapabiliyor. Salak gözükmek isteyebiliyor, affedersin. İşte buna benzer, dediğim gibi şaklabanlıklar yapabiliyor veya hiçbir yeteneğin yok, boş bir cümleyle, bir replikle, bir kendine ait olduğunu düşündüğü bir motto da diyebilirim. Öyle bir şeyle ünlü olan birçok insan var biliyorsun. Bir cümlesi var ve hani onunla patlıyor, gidiyor. Böyle onu zehirliyor. Yani sürekli hani hep bunu paylaşmak istiyor, hep bu cümleyi kurmak istiyor. Aslında bir yerde aklında beyinsizleşiyor, açık konuşsam. O yüzden haddinden fazla özel hayat zaten mahrem bir şey. Yani gizlilik açısından gizli tutulması gereken bir şey. Bu kadar böyle göz önüne sermek, her yaptığın, aldığın nefesten insanlara haberdar olsun, hoş değil. Kendi evinin içinde olanlar artık senin mahreminin şu an orada bulunmayan insan senin mahremine tanık olabiliyorken bu durum da görülüyor ki mahremiyetin anlamı değişmektedir. Yani ortadan kalkıyorsun ama mahremiyet anlamı değişiyor ama daha çok ortadan da kalkıyor bence. Normalleşti ama normal değil... (K1).

Katılımcıların anlatılarından da anlaşılacağı üzere, dijitalleşmeyle birlikte kamusal alan dijital ortama doğru kaymaktadır. Bu durum, özel hayatın sınırlarının kalkmasına ve belirsizleşmesine yol açmaktadır. Bireylerin dijital ortamlardaki paylaşımları, kamu ve özel alan arasındaki sınırları ortadan kaldırmaktadır (Türkoğlu, 2018: 171). Artık her şey, dijital ortamlara aktarılmaktadır. Sınırlar kalkmakta, daha akışkan bir dönemin içine girilmektedir. Bauman ve Lyon'un (2021: 35-42) da belirttiği gibi artık "anonimliğin öldüğü bir çağda yaşamaktayız". Mahremiyetimizi kendi gönüllü katılımlarımızla teşhir etmekteyiz. Dijital ortamlarda paylaşılmaktayız. Tüm bunları tamamen kendi rızamızla yapmaktayız. Mahremiyet artık kamusal alanı işgal etti, gizlilik artık tamamen kaybedilmiş bir kavram olarak yenilendi. Artık birey mahremiyetinin ihlal edilmesinden çekinmek yerine, mahremiyetini yeterince sunamama kaygısı taşımaktadır. Bauman ve Lyon'un (2021) dediği gibi, "mahremiyet, kamusal alanda tamamen görünür olacak ve herkesin ortak bir malı haline gelecektir". Mevcut durumda dijital ortamlar içerisinde "herkes, her şeyini yayımlamak zorunda" (K11) veya zorunda hissetmektedir. Dijital ortam kullanıcıları, mahremiyetin hem sunucusu hem de izleyicisi konumundadır. Bir yandan kendi özel yaşamlarına dair içerikleri paylaşarak mahremiyetin sınırlarını yeniden inşa ederken, diğer yandan başkalarının paylaşımlarını tüketerek bu dönüşümün pasif izleyicileri değil, aktif katılımcıları hâline gelmektedirler.

... Gözetleniyoruz ama herkes gözetleniyoruz. Sonuçta herkes özel hayatlarından bir şeyler paylaşıyor. Yani herkes her şeyini yayımlamak zorunda burada. Mahremiyetimizi satıyoruz bu şekilde. Kara

çevirmek gibi mesela o paylaşım la beğeni alıyorsun ya da algoritma seni daha görünür kılmak için, öne çıkartıyor, işte keşfet düşme mevzu su... (K11).

... Mesela ben de aslında onları izlemek istiyorum yani. Onların özel hayatlarını takip etmek benim hoşuma gidiyor. Hatta bazı takip ettiğim kişiler var onların hayatlarını izlemeyi çok seviyorum. Aileleriyle tatile çıkıyorlar, yemek yapıyorlar, gayet hoş bence... (K18).

Dijital farkındalığı yüksek olan gençler, mahremiyetlerini korumak amacıyla farklı stratejiler geliştirmektedir. Özellikle dijital platformlarda sunulan ‘yakın arkadaşlar’ özelliği, bireylerin sadece belirledikleri kişilerin görebileceği paylaşımlar yapmalarına olanak tanımaktadır. Bu sayede birey, kısmi de olsa görünürlüğünü kısıtlayabilmekte ve sadece kendisinin belirlediği kişilerin paylaşımlarını görüntülemesi sağlanmaktadır. Katılımcıların (örneğin K13, K14) dijital platformlardaki “yakın arkadaş” gibi sınırlı paylaşım alanlarını tercih etmeleri, mahremiyetlerini daha kontrollü şekilde sunma arzusu bağlamında değerlendirilebilir.

... Bence kesinlikle eğer bir birey hayatını sosyal medyada sunmak istiyorsa kesinlikle bunu bütün hayatıyla, özel hayatı ile yapmaktadır, bu da tercihtir tabi. Mesela ben daha çok yakın arkadaşlar kısmını kullanıyorum, çünkü daha fazla hayatımdan paylaşımları herkesin görmesini istemiyorum, mesela ev halimle bir resim atmak istedim, herkese değil de daha çok samimi olduğum kişilerin görmesini isterim... (K13).

...Tanımadığım insanların beni takip etmesi ve hayatımı hakkında az da olsa bir şey bilmesi beni rahatsız ediyor. Çünkü bu benim mahremiyetim dediğim bir şey. Ben bunu paylaşmayı sevmiyorum. Olabildiğince de zaten çok mahremiyet içeren şeyleri de olabildiğince yakın arkadaşlarla paylaşıyorum, şey yapıyorum ev halimle olan zamanları falan, yakın arkadaşlarıma atıyorum. Artık iş ona döndü. Ben artık daha fazla yakın arkadaşlar kısmını kullanmaya başladım. Çünkü mahrem olarak nitelendirdiğim şeyleri herkesin göreceği bir yerde paylaşmak istemiyorum... (K14).

Özetle, dijitalleşme süreci gençlerin mahremiyet algısını derinden etkilemiştir. Dijital ortamlarda yoğun biçimde varlık gösteren gençler, özel ve kamusal alan arasındaki sınırların giderek belirsizleştiği bir ortamda mahremiyeti yeniden tanımlamaktadır. Katılımcılar, dijital ortamlarda sürekli görünür olma arzusu ile mahremiyetini koruma isteği arasında giderek belirsizleşen bir durumda bulunduklarını belirtmektedir. Özel hayatın dijital platformlarda paylaşılması, sosyal onay ve beğeni gibi faktörlerin öne çıkmasına yol açmıştır.

3.7. Genç Nesil: Yabancılaşma ve Yalnızlık Duygusu

Dijitalleşmeyle birlikte yeni sosyallik biçimleri ortaya çıkmaktadır. Dijitalleşme, iletişimi fiziksel mekanlarla sınırlı olmaktan çıkarmıştır (İltu, 2021: 772). Bayhan'ın (2022: 61) da belirttiği gibi, gençler dijital ortamlar ve sosyal medya platformları aracılığıyla sosyalleşmektedir. Geçmişte sosyal ilişkiler çoğunlukla fiziksel mekanlarda ve yüz yüze etkileşimlerle gerçekleşirken, günümüzde dijital ortamların yaygınlaşmasıyla arkadaşlıklar takipçi sayılarına dönüşmüştür. Bu dönüşüm, hayatlarımıza yeni dinamikler kazandırmıştır (Şahin ve Mermutlu, 2022: 127). Dijital platformlar, sosyallik olgusunu dijital ortamlara taşımakta ve sosyal ilişkileri daha basit hale getirmektedir. Dijital ortamlar, gençlere dijital bir dünya sunarak bu ortamda sosyalleşmelerine olanak tanır. Böylece gençler, dünyanın farklı coğrafyalarındaki kişilerle kolayca iletişim kurarak sosyal ilişkiler geliştirmekte ve aynı zamanda sanal toplulukların üyeleri haline gelmektedir. Gençlerin, dijital ortamın olmadığı bir dünyada nasıl sosyalleşecekleri hakkında fikirleri yoktur.

... Şu an mesela dijital ağlarda hesapları olmaya insanları garip buluyorum açıkçası, hani neden kullanmıyorsun diyorum, şaşıyorum, atıyorum konuları kaçırıyorsun, gün içinde gündemi kaçırıyorsun, ben bu konulara önem veriyorum yani, hiçbir şeyi kaçırmak istemiyorum... (K20).

... Bu konu hakkında çok güzel bir örnek verebilirim. Şu an bulunduğum yerde çok fazla sosyal ortam yok. Yaşıtım insan sayısı çok az. Hani dışarı çıkıyım, böyle arkadaşlıklar edineyim, eğleneyim imkânı sınırlı. Ama dijitalde ise bir ortamım var, o hiç eksilmiyor... (K9).

... Ama günümüz şartlarından dolayı işte dijitalleşmeden dolayı da tabi ki, sosyal medyadan sosyalleşmek daha cazip geliyor. Çünkü herkes orada... (K11).

... Bir ara sana da bahsetmiştim ya, müzik çalanların konuştuğu, bir dijital ortam var diye. Application gibi işte, onda mesela yeni insanlarla tanışmış oluyorsun, ortak hobin üzerinden bir şeyler paylaşmış oluyorsun, yani artı yönleri var aslında, bu sayede sosyalleş de biliyorsun ... (K22).

... Sosyalleşiyoruz, bir nevi, her zaman arkadaşlarıma ulaşamıyorum, bu yüzden, bilgi akışını daha hızlı olması bağlamında dijitali kullanıyorum, aynı mizah seviyesinde arkadaşlarımla, eğleniyoruz, birbirimize videolar göndererek, ortak bir etkileşimler kısıyoruz işte, orada bir sosyalleşme gerçekleşiyoruz ... (K23).

Katılımcılar, dijital ortamlarda yer almayan kişilerin varlığını dahi tahayyül edememektedir. Ayrıca yüz yüze, fiziksel mekânlarda gerçekleşen etkileşimler dijital ortamlarda da devam etmektedir. Katılımcılara göre sadece fiziksel bir ortamda sosyalleşmek

eksik kalan bir olgudur. Bu nedenle tam anlamıyla sosyalleşme duygusuna ulaşabilmeleri için, dijital ortamlar içinde bu etkileşimlerin sürdürülmesi gerekmektedir.

...Toplumda var olduğumuzu hem insanlara hem kendine kabul ettirmek için, insanlarla sosyalleşmen gerekiyor ve bu durum dijitalde de böyle, yani bir sanal hesabım olsun, ben de buradayım diyebilmek için, varım buradayım gibisinden... (K1).

...Ya da diğer insanlara varlığını kabul ettirme. Zaten insanların genel şeyi bu. Sosyalleşmek, insanlarla bağ kurmak, takipçiler elde etmek, dijitalde sosyalleşmek böyle. Ben de buradayım, ben de yaşıyorum. Buradayım demenin dijital versiyonu... (K24).

Bazı katılımcılar (örneğin K5, K6, K15, K19) da dijital ortamda sosyalleşmenin yapaylık doğurduğunu belirtmişlerdir. Sosyalleşmenin temel bileşenlerinden biri olan duygu aktarımı, dijital mecralarda sınırlı kalmaktadır. Bu durum, sosyal ilişkilerin niteliğini olumsuz etkilemekte ve yapay bir sosyalleşme olarak değerlendirilmektedir. Bir katılımcı (K8), Katılımcılar, dijital ortamın duygu ve düşünceleri tam anlamıyla aktarmada yetersiz kaldığını ve duygusal açıdan sınırlı olduğunu belirtmiştir. Çünkü dijital ortam, klavye üzerinden iletişimin kurulduğu ve duyguların emoji aracılığıyla ifade edildiği bir alandır. Bu nedenle dijital ortamda, katılımcılara sunulan olanaklar doğrultusunda bir sosyalleşme gerçekleşmektedir.

... Dijitalde sosyalleşme mi, yapay tabi ki, çünkü bir süre sonra o karşıdaki kişinin yüzünü görmek, mimiklerini takip etmek istiyorsun. Bu yüzden dijitalde sosyalleşme bana gerçek gelmiyor... (K6).

...Dijitalde sosyalleşmeyi ben yapay sosyalleşme olarak tanımlıyorum. Kesinlikle gerçek bir sosyalleşme olarak değil, çünkü sosyallik benim için gerçek bir teması içermesi gerekiyor, mesela yüz yüze gelsek, daha samimi duygularla kendini ifade ediyorsun. Mesela sosyal mecra da ne yapabilirsin ki en fazla? Konuşabilirsin bir toplantı açarsın yine hani karşıdaki insanı görürsün ama bu yüz yüze sosyalleşmenin yerine geçemez yani. Yaptığın şey kısıtlı kısa mesela yüz yüze olunca sahilde de yürüyebilirsin, sinemaya da gidebilirsin, farklı aktiviteler de yapabilirsin... (K5).

...Mesela sosyal medya üzerinden ya da WhatsApp'tan birine mesaj yazdığınız zaman o mesajı mesela kişinin nasıl bir duygu, durum bile yazdı falan tam anlayamıyorsun, karşıda değil sonuçta. Biraz daha sinirli mi, mutlu mu anlayamıyorsunuz ama karşılıklı olarak yüzde geldiğinizde bu daha kolay. Duyguları aktarmakta kısıtlamalara maruz kalıyoruz dijitalde... (K15).

...Ve dijital de her zaman bir netlik yakalayamıyorsun. Hani birçok yanlış anlaşılmaya da sebebiyet veriyor. Mesela abi biz konuşuyoruz ben senin mimiklerinden bile söylemek istediğin her şeyi

anlayabiliyorum. Böyle daha iyi sosyalleşiyoruz, diğer türlü önünde bir ekran var ve sanki ekranla sohbet ediyormuşsun gibi geliyor... (K19).

... Dijitalde sosyalleşmek adı üzerinde sosyal medyada sosyalleşmek ya da sosyal olan bir platform aracılığıyla sosyalleşmek. Yani asıl amaç bütün bağlam oradan çıkıyor. Sanalın sana verdiği imkân dahilinde sosyalleşebilirsin. Ama gerçek hayat böyle değil, yaşamın akışı içerisinde getirdikleri var. Yani dijitalde bir akış var, 1 ve 0'ların olduğu bir alan, gerçek hayatın bir akışı değil orası... (K8).

Katılımcıların anlatımlarına göre, dijitalleşmenin “yalnızlık” duygusu ve “bireyselleşme”yi beraberinde getirdiği gözlemlenmektedir. Özellikle bireyler, aynı ortamda bulunmalarına rağmen yüz yüze iletişim kurmadan, dijital platformlar aracılığıyla etkileşimde bulunmaktadır. Gençlerin büyük bir kısmının, zamanlarının önemli bir bölümünü dijital ortamlarda geçirmesi, sosyal hayattan kopmalarına ve yabancılaşmalarına yol açmaktadır (Tulum ve Kaya, 2020: 318). Byung-Chul Han (2022: 21), günümüz dünyasını açıklarken, televizyon ekranlarının yerini dokunmatik ekranların aldığını belirtmektedir. Telefonlar artık akıllı cihazlar haline gelmiştir. Bu durum, bireylerin pasif seyirciler olarak tanımlanmasına yol açmıştır. Birey, sürekli bilgi üretmekte ve aynı zamanda bu bilgiyi tüketmektedir. İletişim, adeta bir bağımlılık ve çılgınlık haline evrilmiştir. Ölümüne iletişim kurarken, aynı zamanda ölümüne yalnızlaşıyoruz.

...Kesinlikle yalnızlaşıyoruz, yalnızlaştık. Mesela ders arasında bile aşağıya indiğim zaman, fakültenin önünde herkes telefonlarına dalmış oluyor. Yan yana oturup telefonda kafalar. Ya da ne biliyim kafede oturuyor telefona gömülmüş. Hatta bazen şey görüyorum, arkadaşlar karşılıklı oturuyor ikisi de telefona bakıyor, yani öyle bir iletişimsizlik doğuyor. İnsanlar biraz da sosyalleşmekten kaçmak için telefonu bilgisayarı tercih ediyorlar. Böyle bir durum da ben çok gördüm. Hatta bu son dönemde işte anksiyete diye bir kavram da var. Çoğu genç de bulunuyor. Ne bileyim işte otobüse biniyor kulaklığı takıp camdan dışarı bakıyor. Bu da biraz insanlarla muhatap olmaktan kaçınma durumu. Yani ben biraz daha insanları yalnızlaştırdığını düşünüyorum bu yüzden... (K4).

... Bireysel olarak zaten inanılmaz derece de yalnızlaştık. Oradaki hayat yalan ve herkes bunun farkında, orada ne kadar fazla takipçin olursa olsun, gün içinde ağzını bıçak açmayıp, yalnız başına oturup, kimseyle diyaloga bile girmediğin günün bile olabiliyor. Mesela geçen kafam attı ve biriyle konuşmak isteyesim geldi, profilime baktım 300 kişi arkadaşlarımda ekli, ama gerçekte konuşacak kimsem olmadığını fark ettim. Çünkü sanal da neyi anlatabilirsin ki birine... (K12).

...İnsanlar giderek daha yalnızlaşıyor, telefonla, sosyal ağlar ile iletişim kuruyorlar, bu da bireyleri yalnızlaştırıyor. Her yaş gurubunda bunu görüyoruz, çocuklar tabletle doğuyorlar, bizim yaş gurubumuzda mesajlaşma yapıyorlar, yüz yüze görüşme yapmak istemiyorlar bir nevi. Bu yüzden de

yalnızlaşıyoruz. Konuşacağım zaman biriyle, sosyal medyadan veya telefondan iletişim kuruyorum ben de yalnızlaştığımı düşünüyorum ister istemez... (K23).

Dijital ortamda kullanıcılar, en iyi hallerini gösterme kaygısı içindedir. Nitekim dijital ortamlar, bireyin çevresiyle kurduğu ilişkilerin niteliğini ve sürekliliğini etkilemekte; bu durum zamanla sosyal ilişkilerin zayıflamasına ve bireyin yalnızlaşmasına yol açmaktadır. Yabancılaşma, bireyin toplumsal çevresi ve kendisiyle olan uyumunun bozulması ve yaşamını kontrol etme duygusunu kaybetmesi anlamına gelir. Bu durum, gerçek dünyadan kopuşu ifade etmektedir. Anlatımlardan ortaya çıkan bir diğer bulgu ise yalnızlık duygusudur. Katılımcılar yalnızlığı sadece bireysel bir sorun olarak değil, aynı zamanda toplumsal bir mesele olarak da görmektedir. “Dijital ortam yalnızlığı derinleştirmektedir.” Dijital ortamda kurulan ilişkiler, yalnızlık hissinin artırmaktadır.

...Kimse kimseyi beğenmemeye başlıyor, herkeste bir mükemmel algısı baş gösteriyor. Herkes sanal da mükemmel vücutlu, bu da insanları gerçeklikten uzaklaştırıyor ve yalnızlığa itiyor. Çünkü sanalda karşılaştığı şeyle, gerçekte arasındaki farkı görüyor bu da kişiyi tamamen yalnızlığa itiyor... (K14).

... Çünkü insanlar gerçek hayat oldukları kişi yerine olmak istedikleri kişiyi yansıtıyorlar. Bunu dijitalde yapabiliyorlar ve bunu dijitalde görerek yapmaktadırlar. Küçükken ben de bunu yaşamıştım. İnternette gördüğün insanları beğenmeye başlıyorsun ve onlar gibi olmak istiyorsun çünkü ideal bir algı var. Ona ulaşamadığın zaman da daha yalnızlaşıyorsun, çünkü o sen değilsin sanki başka biri yabancı, ama gerçekte seni her halinle görecekler, üzgünken de mutluysan de iyiyken de kötüysen de... (K17).

...Ben biraz daha belki de yüz yüze görüşmeyi sevdiğim için olabilir. Dediğim gibi tepkileri ölçme ve tekrardan konuşma, sohbet etme daha sıcak geliyor. Hani sen sürekli sosyal medyada görüştüğünde ya da ne bileyim mesajlaştığında konuştuğunda bir süre sonra konuşacak bir şey olmuyor. Çünkü dışarıda olduğun zaman farklı konuşacak konular da geliyor. O anda bir şey oluyor mesela ve onun hakkında konuşmaya başlıyorsun. Belki de ikiniz için de komik bir şey olacak. Yıllar sonra işte geçen yıl şöyle bir şey olmuştu biz buradayken falan demek insana daha çok bağlıyor birbirini. Yani dijitalde evet hani böyle şey zaruri, ihtiyaçlarını karşılamak gibi en minimum seviyede olduğu zaman ideal, işleyebilir. Ama tüm hayatını bu şekilde yapacağın zaman bir şeye ihtiyacın olacak. Mesela arıyorsun diyor ki hani yok şu an, gelmeyecek o sırada. Yanında, yakınında güvenilebileceğin insansa eksilerek azalıyor ve yalnızlaşıyorsun... (K24).

... Benim yalnızlıktan kasıtım fiziksel anlamda aynı ortamda bulunma ihtiyacını bir noktada ortadan kaldırdığı için insanlar daha rahat böyle ne bileyim işte şehri terk edebiliyor atıyorum ya da bambaşka yerlere gidebiliyor. Ya bir tık o şey oldu ya da nasıl diyeyim sana işte telefonla görüşüyor mesela sevdiği bir arkadaş telefonla görüşüyor aynı şehirde ama buluşmuyor. Ya bir tık o yüzden sosyalleşme yani Real ortamda sosyalleşmeyi bir tık baltaladığını düşünüyorum. Mesela çocuklar gidiyor, nereye

gidiyor? Yani birlikte toplansa bile bowlinge gitmiyor, Playstation kafeye gidiyor mesela. Yine dijitalle geçiriyorlar vakitlerini. Yani orada da çok bir değer aktarımı olmuyor karşılıklı. Yine orada sanalda yaptıkları şeyi devam ettiriyorlar yani. Mesela benim ilk aklıma gelen şey oldu. Hani eskiden bayramda bir fotoğraf çektirelim. Şimdi bir fotoğraf çektirelim değil o cümle. Hadi bir fotoğraf atalım oldu. O cümle direkt ona evrildi. Hadi işte Instagram'a bir fotoğraf atalım... (K22).

Dijital ortamlarda sahip olunan takipçi sayısı ve alınan beğeni miktarı, sosyal etkileşimin bir göstergesi olarak görülse de bu tür niceliksel veriler bireyin gerçek anlamda sosyal ilişkilerini tam olarak yansıtmamaktadır. Dijital ortamlardaki bu göstergeler, bireyin ilişkisel doyumunu ve duygusal bağlılığını temsil etme açısından yeterli ve güvenilir değildir. Bulgular, katılımcıların dijital kalabalıklar içerisinde kendisini yalnızlaşmış ve yabancılaşmış hissettiklerini göstermektedir. Dijital yalnızlık, gündelik hayattaki yüz yüze iletişimin eksikliğine de işaret eder. Dijital ortamda her şey sanal bir dünyanın içinde gerçekleşmektedir. Bu durum, gerçek ile bağ kuramama ya da etkileşim yürütülecek kişiyi tam anlamıyla anlayamama sorununu beraberinde getirir. Her ne kadar dijital ortamlar bireylere bağlantılar kurma ve farklı insanlarla etkileşimde bulunma fırsatı sunsa da birey fiziksel yaşamında yabancılaşma ve yalnızlık duygusunu derinden hissetmektedir (Çelik, 2024: 54). Yalnızlık duygusu, bireyin dijital ortamları kullanma pratiklerine bağlı olarak şekillenmektedir. Dijitalleşmenin, bireyler açısından yalnızlaşma aracı mı yoksa sosyalleşme aracı mı olduğu sorusunda, katılımcıların dijital ortamları nasıl kullandıkları belirleyici bir rol oynamaktadır.

...Şöyle bence daha az yalnızlaşıyor gibi gözükerek daha çok yalnızlaşıyoruz. Çünkü görüşmediğim normalde insanlarla görüşme fırsatım oluyor. Arada işte denk geldiğimizde yazışıyoruz falan olabiliyor ama bu yani sonuçta benim yalnızlık çekmediğim anlamına gelmez. Ama çoğuyla da yani görüşmeyebiliyorsun. Ya ne bileyim bir arkadaşının yanına gideceksin artık yazıyorsun. Eskiden yürüyüp kapısını çalabiliyordun şimdi onu yapmıyorsun. Ne bileyim hatta telefonda açmıyorsun belki yanına gitmiyorsun bile yanına. Bence o fiilen yalnızlaşmasan da yalnızlaşmış oluyorsun... (K11).

... Ne bileyim bir şey oluyor yani konuşuyorsun dijitalde doğru. Mesela aynı ortamda değilken iletişim kurmanı sağlıyor ama aynı zamanda bence kalabalıklar içinde yalnızlık kavramını da ortaya çıkarıyor. Çünkü bakıyorsun aktif olarak görülen 100 tane kişi var hesabında ama kendini onlar içinde kendini hala yalnız hissedebiliyorsun... (K9).

...O nasıl kullandığımıza bağlı tamamen. Şimdi atıyorum benim yaptığım gibi sadece Reels izleyip 3 saat boyunca kaydırıyorsan kesinlikle asosyalleşıyorsun, yalnızlaşıyorsun. Ama sen dijitalleşmeyi işte gidiyorsun, biriyle tanışıyorsun, konuşuyorsun orada bir şeyler öğreniyorsun, seni sosyalleştirirken ayrıca öğretiyor da. Dediğim gibi kişi orayı nasıl kullandığına bağlı o yüzde... (K19).

...Ben yine yarı yarıya derim. Çünkü insanın kullanımına göre değişiyor. Şimdi çoğu insan dışa dönük ya da sosyal olmayı tercih ediyor. Antisozyal olma durumu da var. Çünkü sosyal medyayı kullanıp dışarıda da sosyalleşen ve sosyalleşmeye çalışan, ya da onu becerebilen çok fazla insan var ama tam tersi yönde kullanan da birçok insan var. Nasıl kullanıyorsan, saatlerce bilgisayar başında oturup chatleşmek de bir yerden sonra seni yalnızlaştırabilir dışarıdaki hayatı unutabilirsin, ama daha iyi kullanıp, o chati dışarıda bir kahveye dönüştürürsen sosyalleşme imkanı doğabilir, ortadayım...(K1).

... Kişiden kişiye değiştiğini düşünüyorum ben. Bu da kişinin elinde olan bir şey. Yani kendini sadece dijitalde vakit geçirmeye ayırıp yalnızlığa da kendini çekebilir. Ama dijitalle birlikte sosyal yaşamlarında da aktif bir insan da olabilir. O yüzden tam aradayım, net bir cevap veremiyorum bu konuya...(K3).

Dijital ortamlar, kullanım pratikleri doğrultusunda şekillenmektedir. Örneğin, bazı gençler dijital ortamları sosyalleştikleri bir alan olarak görürken, bazıları bu ortamlarda daha fazla yalnızlaşmaktadır. Bu durum, dijital ortam kullanıcılarının eylemleriyle birlikte değerlendirilmelidir. Bu bağlamda, dijital ortamlar sosyal etkileşimlerin oluşturulabileceği bir alan olarak da kabul edilmektedir. Fakat durumun tam tersi de gözlemlenmektedir. Örneğin, dijital ortamlar içinde etkileşim ve iletişim kurmakta güçlük yaşayanlar, sosyal izolasyon ve duygusal yalnızlık hissettiklerini ifade etmişlerdir. Bu durum, dijital ortamların kullanım biçimleriyle yakından ilişkilidir.

... Ben burada çok ortadayım aslında. Çünkü bir yandan bakınca çok globalleştik. Dünyanın her yerine ulaşabiliyorsun benim şu anda dünyanın başka yerlerinde arkadaşlarım da var ve onlarla hala iletişim kuruyorsam dijitalleşme sayesinde. Mesela Bulgaristan'da bir arkadaşım var ve biz muhakkak her hafta birbirimize güncelleriz hayatımızı ve bu benim onunla sosyalleşmemi getiriyor bir bakıma. Ama onun dışında bazen mesela biriyle buluşacaksam bunu iptal ediyorum çünkü telefona dalmışım ve çıkasım gelmiyor. Bu yüzden bakınca da Aslında bu yalnızlaşmayı getiriyor yani bu noktada ortadayım diyebilirim... (K13).

...Bence hem yalnızlaştık hem sosyalleştik. İkisini de söylüyorum. Yalnızlaşmanın sebebi psikolojik baskı. Kendini yetersiz etmeyle birlikte. Herkes bir şeyleri kanıtlamaya çalışıyor dijital içerisinde herkes mutlu ve harika hayatlar yaşıyor. O yüzden de sen biraz soyutlayabiliyorsun yaşamdan ve yalnızlaşıyorsun, içine kapanabiliyorsun, A bak insanların nasıl hayatı var ama senin yok işte biraz yalnızlaşabiliyorsun. Ama sosyalleştik aynı zamanda. Çünkü küreselleşme sayesinde yüz yüze buluşmamız imkansızken, tak interneti açıp herkes çayını kahvesini alıp oturup bu şekilde 15-20 kişi çok güzel bir şiddetle oturup bir şey üzerine konuşabiliriz. Dünyada mesela globalleşme sayesinde

farklı projeler, şirketler üzerinden insanlar farklı yerlerden çok rahat çalışabiliyor, konuşabiliyor bunlar dijitalleşme sayesinde... (K16).

Dijital ortamlardaki pratikler hem sosyalleşme hem de yalnızlık deneyimlerini içermektedir. Bu durum, görüşmeye katılan gençlerin dijital ortamları nasıl ve ne amaçla kullandıklarıyla yakından ilişkilidir.

3.8. Gelecek Tahayyülü

Dijital dönüşüm sadece bugünü değil, aynı zamanda geleceği de şekillendirmektedir. Araştırma bulguları, katılımcıların işsizlik sorununa dikkat çektiğini ortaya koymaktadır.

...Ve birazcık da insan faktörünün de ortadan yavaş yavaş kalkması.... Sonuçta belli girdiler verdiği için o girdiler doğrultusunda aldığı çıktığında tabii en maksimum derecede yapılabilir. O yüzden birçok iş artık bu şekilde yapılmaya başlandı. Yani her mesleğin bir yandan da yavaşça kaybolacağını düşünüyorum. Gelecekte yapay zekanın çok daha büyük değişikliklere yol açabileceğini söyleyebilirim... (K8).

...Yani işsizlik konusu açılmıştır. Bazı insanları işsiz bırakmıştır. Bu basit işler muhasebeciler olsun. Ya da ne bileyim lojistik işler olsun. Ya da bu yapay zekâ chatbotları var. Müşteri hizmetlerinde çalışanlar var. Çok kalmıyor. Lojistik işlerinde ya da bu blockchain denilen şeyler var. O tarz şeylerde yapay zeka çok kullanılıyor... (K16).

...Gelecekte özellikle yapay zekâ bir noktada bence bazı iş bölümlerini tamamen silecek. İş gücünü azaltacak. Bir reklama denk gelmişim. İki reklam analisti var. Biri reklam analisti, diğeri sadece bu yapay zekâ uygulamasıyla 1 dakika hatta 30 saniye içinde bütün reklamları analist edebiliyor. Ama bir insanın yaptığı kişinin bu 15-20 dakikasını belki daha uzun süresini alacak. O yüzden bazı iş modellerini bence de silip atacak yapay zekâ diye düşünüyorum... (K17).

Sheikhı'ye (2022: 109) göre dijitalleşme süreci, yeni üretim biçimlerini ortaya çıkarmaktadır. Bu durum, bireye olan bağımlılığı azaltmaktadır. Dolayısıyla dijital makinelerin yaşamlarımıza müdahalesi, işsizlikle dolu gelecek senaryolarının ortaya çıkmasına yol açacaktır. Katılımcıların anlatımlarında, dijitalleşmenin iş gücü dinamiklerini dönüştürmesiyle birlikte, gelecekte mesleklerini dijital ortamlara kaptırma ya da tamamen kaybetme endişesi belirgin şekilde öne çıkmaktadır. Bu durum, onlar için 'iş gücü açığı' ve 'insan gücünün değersizleşmesi' bağlamında değerlendirilmektedir.

...Bir şey olabilir mesela. Artık yapay zeka uygulamaları var. Mesela Practica diye bir uygulama var. Ondan yabancı dil konuşuyorsun. Mesela bunu bir öğretmenle de yapabilir. Zaten öğretmenlik sektörü

çok güçlü düşüşte diye düşünüyorum yani artık öğretmen insana ihtiyacımız kalmayacak, iş gücü açığı çok olacak bu sektörde... (K18).

... İşsiz kalacağız, çoğumuz öyle olacak, yapay zeka her şeyi yapıyor, telefonu açıyorsun, doktor gibi bir bakıyorsun öğretmen bir bakıyorsun şiir yazarı vs., bu yüzden endişeliyim, herkes işsiz olacak, robotlar olacak, insanoğlu büyük bir gerileme yaşayacak diye düşünüyorum... (K23).

...İşsizlik çok güzel bir örnek olabilir bu konuya. Ben Cassandra'yı izledikten sonra çok korkmuştum ...Çünkü onun kendi kapasitesinin de sınırı yok. Mesela senin yapacağın işleri yapıyor. Ya da sen en basitinden kendi evini süpürebilirsin ama o robot 2 dakika içinde senin yapacağın şeyi bitirmiş oluyor. Hani biraz da insan gücünün değersizleştirilmesi ne diyeyim...(K5).

Katılımcıların anlatımları, gençlerin gelecek tasavvurunda karamsar bir tablo çizmektedir. İşsizlik kaygısı, gençlerin geleceğe dair umutlarını olumsuz etkilemiştir. Genç bireyler, işsiz kalacakları ve çeşitli sorunlarla karşılaşacakları bir dünyada yaşamaktan korkmaktadırlar. Üniversite öğrencileriyle yapılan bu çalışma, gençlerin işsizlik konusundaki değerlendirmeleriyle 'genç işsizlik' gerçeğini ortaya koymaktadır. Katılımcılar arasında geleceğe dair yaygın bir güvensizlik ve derin bir endişe hissedilmektedir. Bununla birlikte, bazı gençler çıkış yolu olarak dijital ortamlara daha fazla entegre olmanın önemine vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda özellikle 'dijital okuryazarlık' kavramı ön plana çıkmaktadır. Elde edilen bulgular, bireylerin geleceğe hazırlanmasında dijital okuryazarlığın kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Gelecekte avantajlı bir konumda bulunmak, dijital ekosistemi tüm yönleriyle anlamak, kavramak ve buna entegre olmakla mümkün olacaktır.

...Ya bu yeteneklerimizi geliştirmezsek zaten meslek kalmaz. %95 mesleklerin kalmayacağını düşünüyorum ben de...fakat şeyi de düşünüyorum, yeni meslekler de türeyecektir, bu yüzden bu alana daha fazla öğrenmemiz gerekmekte. Çünkü bir robot çıkacak, senin elinle yaptığın her şeyi yapacak fakat sen kod yazmayı bilersen, onu tasarlayan sen olacaksın bu da seni o alanda iş sahibi olmaya itecek... (K19).

...Dijital okul yazarlıkları mesela. Bunu öğrenmemiz gerekiyor. Yapay zeka araçlarını nasıl kullanabiliriz? Ne bileyim, veri analizi ya da bu yazılım öğrencilerinin yaptığı. Çok böyle derine inmemize gerek yok aslında ama herkesin en basitinden bu yapay zeka araçları nasıl kullanılıyor? İşte burada ne yapılabilir? Bakıyorum. Ya da deep learning denen bir şey var. Sen yazıyorsun. Bu tarz becerilerimizi geliştirsek çok faydalı olur... atıyorum mesela, bilgisayar mühendisleri, yapay zeka çalışanları, daha kolay ekonomik gelir elde edebileceğini düşünüyorum. Çünkü tüm bunların tasarımcısı da bir insan olduğu için yeteneklerini, becerilerini bu alanda kullanırsa insanlar çok daha kolay bir hayat sürebilirler... (K16).

...Ama silemeyeceği yerlerde de yazılım gibi, çünkü yapay zekaya esas oluşturan şey yazılım olduğu için bu noktalarda tam tersi bence yardımcı olacak bu meslek gruplarına diye düşünüyorum, bir de bu dijital yazarlık, gibi faaliyetler var, onlara katılım sağlanarak daha iyi bir yol izleneceğini düşünüyorum... (K17).

Katılımcı 7, tıp fakültesi öğrencisi olması nedeniyle, özellikle doktorluk mesleğinde insan unsurunun gelecekte de kritik bir rol oynamaya devam edeceğine dikkat çekmektedir. Teknolojideki ilerlemelere rağmen, insanın olduğu her yerde tıp bilimlerine ihtiyaç duyulacağını ve bu alanda insan ihtiyacının azalmasının beklenmediğini belirtmiştir.

“...Bence eğer yapay zekayı hastalar kendileri kullanırlarsa bu o kadar iyi olmayacak. Çünkü sana bütün semptomlarını yazdığında şu anda bir de sana o tanıyı çok kolay verebiliyor. Ama hani o tanının onaylanması gerekiyor bir şekilde.... Ama hani yapay zeka bunları da yorumlayabilse diyelim, insan çok kompleks bir yapı. Bu kadar şeyi hani çok basit şekilde yapamaz. Mesela o sana bir ilaç önerecek diyelim ki. Sen o ilacı alacaksın ve yan etki yapacak. Ama doktor sana o yan etkiyi hatırlatacak. Çünkü kaç senedir doktor o insanları görüyor hani. Bunu alan insanlardan neler neler olduğunu biliyor. Ama yapay zeka hani daha çok bir doğurun üzerine odaklanmakta. Bir doğurun üzerinde gidiyor...Mesela yapay zeka senin ne kadar ağrı çektiğini de göremez ki. Bize mesela şey diyorlar... İşte hastaya diyelim ki karnı ağrıyor sen onu ağrımadığını bastırınca ağrıdı mı diye sorup. Hani onun cevabını almayacaksın bu yüzden de bu alan hep insan ile ilerleyecek...” (K7).

Katılımcıların bazıları (K6, K13, K15) ise gelecekte nasıl bir evrende yaşayacağımız konusunda net bir fikir beyan etmekte zorlanmışlardır. Bu durum, genç bireyin doğup büyüdüğü dijital ortamın içinde yer almasına rağmen, kendi geleceğine dair kesin ve temel yargılara sahip olmaması şeklinde yorumlanabilir. Bu durum, gençlerin içinde bulundukları çağı anlamlandırmakta zorluk çektiklerini ve geleceklerini tahayyül etmekte güçlük yaşadıklarını göstermektedir. Araştırma kapsamında görüşmeye katılan gençlerin, dijitalleşmenin getirdiği belirsizlik ve hızla değişen toplumsal yapılar içinde, geleceğe dair beklentilerini ifade etmekte zorlandıkları gözlemlenmiştir. Özellikle, ilgili sorulara “bir fikrim yok”, “bilemiyorum” veya “söyleyemiyorum” gibi yanıtlar vermeleri dikkat çekicidir.

...Ama bir 10 sene içerisinde ne gelişiyor bilmiyorum. Çünkü eminim teknoloji yapay zekâ ile ve dijitalleşme yapay zekâ ile sınırlı kalmayacak. Bunun hep üzerine koyulacak. Bir sonraki üzerine koyulma ne olur onun hakkında bir fikrim yok ...Gelecekte böyle dijital teknolojiler bizi yok edecek, hepimiz yok olacağım gibi endişelerim yok... Çünkü eminim şuan ki günümüzdeki her şey yapay zeka ile ve dijitalleşme ile sınırlı kalmayacak. Bunun hep üzerine koyulacak yeni şeyler gelecek, bir sonraki durağın ne olduğu hakkında emin ol bir fikrim yok... (K13).

...Çünkü yani yapay zeka birden hayatımıza geldi ve aşırı gelişmiş bir şekilde gidiyor. Hiç beklemedik böyle bir şey. Şu an her şeyi onunla yapabiliyormuşsun gibi bir algı da var. Ama ne kadar doğrudur bilmiyorum. Bunu regüle etmek de gerekiyor bu noktada bence... Düşünsene mesela psikolog oluyor yapay zeka. Çok saçma. Benim arkadaşlarım mesela bir arkadaşım yapay zekaya danışıyor her şeyini...Ama insanlar bunu biraz da inanmış gibi davranıyor yapay zeka. Bu kadar kudretli olduğuna inanmış gibi. Ama bunu regüle etmek lazım bence yoksa gelecekte daha hangi yenilikler olacağını bilemiyorum... (K6).

...Bilemiyorum. Gelecekte bizleri nasıl bir dünya bekliyor bir şey demiyorum. Ama kötü veya iyi şey de söylemiyorum. Mesela belki bilgisayar mühendisliğini mesleği daha önemli hale gelir, kod yazmadır falan... (K15).

...Eskiden binlerce yıl aynı şekilde devam ediyordu, taş devri vardı. Bu yüzyıllar alıyordu, şu an 2 senede çok farklı bir yere geçebiliyoruz, yapay zeka dahil oldu hayatımıza. Hologramlar çıktı, uzaya şu an gidiyor insanlar. Uzay seyahatinden bahsediliyor, normal direkt uzay turizmi. İnsanlar uzay seyahatinden bahsediliyor, normal direkt uzay turizmi yani çıkıp gidip gelebileceğimiz gibi şeyler. Bundan 20 sene önce telefon muhabbeti çok bir topik geliyordu insanlara sen düşün...(K1).

...Aslında oraya iki tane şey hatta yazmana bile gerek yok. Sesli olarak söylüyorsun ve sana okuyor da hani seni de yönlendiriyor. Bu yüzden Nasıl kullanıldığı önemli. Hani güzel bir şey. Ama sen kendini geliştirmek için kullanırsan katısı oluyor. Ama bir noktada da seni köreltiyor. Ya iyi mi kötü mü Bilemiyorum. Çok keskin bir şeyleri yok. İyidir ya da kötü diyebileceğim bir durum yok... (K24).

Gelecek tahayyülü, gençler için farklı ve karmaşık anlamlar taşımaktadır. Sürekli yenilenen teknolojik gelişmeler, belirsizleşen kariyer süreçleri ve hızla değişen sosyal dinamikler, gençlerin içinde bulundukları çağı anlamlandırmakta karşılaştıkları belirsizlikleri açıkça ortaya koymaktadır. Katılımcılar, yaşadıkları dönemi öngörülemez bir çağ olarak tanımlamakta ve bu durum nedeniyle geleceğe dair güven duygusunu yitirmiş durumdadırlar. Gelecek, yalnızca dijital dönüşümler ve büyük teknolojik ilerlemelerle değil; aynı zamanda yeni risklerin ve belirsizliklerin ortaya çıkmasıyla da ilişkilendirilmektedir. Katılımcılar (K2, K24) gelecekteki toplumsal ve sosyal yaşamın, daha çok yapay zekâ uygulamalarıyla biçimleneceğini belirtmişlerdir.

... Evet dünya farklı bir yere evriliyor ama her şekilde evrilecek... bana kalırsa 100 yılda, 150 yılda bir toplumlar değişir. Çünkü yeni şeyler keşfediyor. Yeni yerlere yönelmeye başlıyor. Şimdi bakıyoruz eskiden Altay Türklerinde işte atçılık varken araba çıktı. Bir anda herkes bir anda derken belli bir sürede arabaya yöneldi. Arabalar atıyorum popüler oldu. Yani bu yüzden dediğim gibi hani toplum hep bir yerlere gidiyor, bu hızlı gidiş, fazla riskler barındırıyor... (K3).

... Mesela yapay zekaya bak, cinsel anlamda kendini tatmin edebilecek seviyeye geldi. Bir film vardı abi. Orada arkadaşınmış gibi saatlerce seni dinliyor. Hiçbir şeyin yargılamadan seni dinleyebilecek bir insan var orada aslında. Duyguyu da aldı. Duyguyu da anlıyor artık. İnsanların yüzünden dahi duygusunu anlayabiliyor. Yüz hareketlerinden ne düşündüğünü tahmin edebilecek seviyeye geldi bu da senin sanal alemde, güvenli bir yerde bulunmadığın anlamına geliyor... (K12).

...O bir veri senin istediğin şeyi sana gösteriyor. Ve duygusu yokmuş gibi ama taklit ediyor. Bir yakınlığı yok. Özellikle çoğu insan bir şey yapmıyor. İnsanlar yazı yazmayı unutacak noktaya geldi. Artık klavye falan da kullanmıyorlar. Direkt sözlü komutlar. Yapay zekayla, sohbet etmeyi çok seviyorlar, sanki karşılarındaki bir insan gibi işte toplumda yavaş yavaş çökmeye giriyor bence... (K24).

Özetle, gençlerin anlatımlarında işsizlik kaygısı belirgin şekilde ön plana çıkmaktadır. Özellikle mezuniyet sonrası istihdam beklentisi içinde olan gençler, bu durum karşısında derin endişeler yaşamaktadır. Buna karşın, bazı katılımcılar teknolojik gelişmelerin yeni fırsatlar sunacağına inanmaktadır. Bu fırsatlara erişebilmek için gençlerin dijital okuryazarlık düzeylerini yükseltmeleri ve dijital ortamlarda becerilerini etkin şekilde kullanmaları gerektiği vurgulanmaktadır.

SONUÇ

Bu bölümde, saha çalışmasından elde edilen bulguların genel bir değerlendirmesine, bu bulguların ilgili literatürle ilişkisine ve araştırmanın ortaya koyduğu analizlere yer verilmektedir. Araştırmanın bulguları, katılımcıların sosyalleşme pratiklerinde en çok dijital ortamları tercih ettiklerini ortaya koymaktadır. Katılımcılar dijital ortamlardaki etkileşimleri ve deneyimleriyle toplumsal kimliklerini yeniden inşa etmektedir.

Araştırma bulguları, gençlerin dijitalleşme deneyimleri, dijital ortamlardaki pratikleri, sosyal etkileşimleri, boş zamanın değerlendirilmesi, gelecek tahayyülleri ve kuşak çatışmalarını ortaya koymuştur. Dijital platformlar, gençler için yeni bir kamusal alan haline gelmiştir. Aynı zamanda benlik sunumlarını gerçekleştirdikleri bir alan olarak da işlev görmektedir. Bulgular, gençlerin gerçek kimliklerinden ziyade, olmak istedikleri ‘kimlik performanslarını’ sunduklarını göstermiştir. Boyd’un (2014: 78) da ifade ettiği gibi dijital ortamlar, bireylerin kimliklerini yeniden kurguladıkları, sundukları merkezi bir alandır.

Dijital ortamlar, gençler için benliklerini istedikleri şekilde kurgulayıp sunabildikleri bir alandır. Dikkat çeken bir diğer bulgu ise, gençlerin dijital ortamlarda etkileşim kurmak istedikleri kişilerle iletişimde kalabilmek için bazen gerçek olmayan kimlikler dahi yaratmalarıdır. Bu durum, Bauman’ın (2017: 109) dediği gibi kimlikleri “eğip, bükme ve onlara şekil vermeye zorlanıyoruz ve istesek de tek bir kimliğe bağlanıp kalamıyoruz”. Dolayısıyla dijital iletişim araçları da bu sürecin ana aktörleri haline gelmekte ve geniş kitleler tarafından hızla benimsenmektedir. Böylece kimlikler akışkan bir özellik kazanmaktadır. Kimlik, dijital ortamlarda arzulara ve tercihlere göre kurgulanabilen bir süreçtir. Benlik sunumları ve performanslar, kullanılan dijital platformların yapısına göre değişkenlik gösterebilmektedir. Örneğin, katılımcılar Instagram’ı daha çok benlik sunumu amacıyla kullanırken; Twitter’ı ise haber takibi ve gündeme dair içeriklere ulaşmak için tercih etmektedir.

Vurgulanması gereken önemli noktalardan biri, genç katılımcıların kullandıkları cihazlar üzerinden (yeni nesil akıllı teknolojiler) sürekli kaydırma (scrolling) hareketini yapmalarıdır. Özellikle kısa süreli video içerikleri sunan Reels, kullanıcıların en sık kaydırma pratiği gerçekleştirdikleri bir uygulama özelliğidir. Bu durum, odaklanma güçlüğü şeklinde tanımlayabileceğimiz bir sorunu ortaya çıkarmıştır. Bu durum görüşmeler sırasında da gözlenmiştir. Katılımcılar sık sık telefonlarına bakmışlardır. Dijitalleşmenin etkisiyle birlikte dikkat dağınıklığı gibi bilişsel sorunların yaygınlaştığı söylenebilir.

Araştırmanın bulgularına göre dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla birlikte, boş zaman ‘dijital etkileşimlerle tüketilen bir zaman dilimine dönüştüğü’ söylenebilir. Bu bağlamda, dijitalleşme boş zamanın anlamını yeniden şekillendirmiş ve ona daha dinamik ve çok katmanlı bir boyut kazandırmıştır. Dijital dönüşüm süreci, boş zamanın geleneksel anlayışını dönüştürerek, bireylerin boş zamanlarını dijital ortamlar aracılığıyla geçirmelerine olanak sağlamaktadır. Bu dönüşüm, boş zamanın mekânsal ve zamansal sınırlarını esnetmekte ve dijital platformlar aracılığıyla sürekli erişilebilir ve etkileşimli bir boş zaman pratiği ortaya çıkarmaktadır. Bu çerçevede boş zaman, sadece dinlenmeye ayrılan bir süre olmaktan çıkarak; dijital kimlik inşası, görünürlük sağlama ve sürekli çevrim içi kalma gereksinimiyle biçimlenen çok boyutlu bir sürece dönüşmektedir. Bauman (2017), modern toplumun sabit, kalıcı ve sağlam yapıların yerini esnek, geçici ve sürekli değişen dinamiklerin aldığı bir yapıya dönüştüğünü vurgular. Dijital ortamlar, bu geçici ve esnek yapıyı pekiştirir. Çünkü bireyler burada kimliklerini sürekli yeniden şekillendirebilir, zaman ve mekânın sınırları kalkar, her an çevrim içi olma ve sürekli etkileşimde bulunma gerekliliği ortaya çıkar. Boş zaman, bir anlamda dijital platformlarda kimlik performansının sürekli sergilendiği, anlık hazların peşinden koşulan ve sürekli olarak yeniden inşa edilen bir süreç haline gelir.

Bulgular, katılımcıların dijital ortamlarda paylaşımlarda bulunarak, özel hayatlarını kamusal alana doğru aktardıklarını göstermektedir. Kamusal alan, aynı zamanda ‘bir gözetim alanı’ olarak karşımıza çıkmakta ve gözetim süreci bireyin rızası ve gönüllü katılımıyla gerçekleşmektedir. Dolayısıyla görüşme sürecine dahil edilen genç katılımcılar, dijital ortamlarda bulunmayı seçtikleri andan itibaren gözetimin de parçası olmayı kabul etmektedirler. Araştırmanın ortaya koyduğu bir diğer önemli bulgu, katılımcıların büyük çoğunluğunun dijital ortamlardaki gözetimi olağan ve “normal” bir durum olarak kabul etmeleridir. Bu durum, dijital dünyada bireylerin mahremiyet algılarının değiştiğini ve sürekli denetim altında olmayı kabul ettiklerini gösterir. Dijital gözetim, artık bireyler için rahatsız edici bir durum olmaktan çıkmış, daha çok sosyal medya etkileşimleri ve çevrimiçi varlıklarını yönetme biçimlerinin bir parçası haline gelmiştir. Bu, dijitalleşen toplumlarda bireylerin dijital kimliklerini ve mahremiyetlerini nasıl yeniden şekillendirdiğini de gösteren önemli bir bulgudur. Zira genç katılımcılar, sosyal medya aracılığıyla hem gözetlenen hem de gözetleyen pozisyonda bulunmakta, dolayısıyla sürekli bir izlenme ve izleme döngüsünün parçası haline gelmektedirler. Bu durum, dijital etkileşimlerin karşılıklı bir gözetim mekanizması oluşturduğunu ve bireylerin dijital platformlarda kendilerini sürekli izlenen bir konumda hissettiklerini ortaya koymaktadır.

Bu çerçevede, sosyal medya mecralarının sunduğu sürekli görünürlük, ‘mahremiyet algısını’ da dönüştürmekte ve gözetim deneyimini normalleştirmektedir. Katılımcılar, sürekli çevrimiçi olmanın ve dijital platformlarda aktif bir varlık göstermenin bir parçası olarak, kişisel bilgilerini ve deneyimlerini paylaşma eğilimindedirler. Gözetim, başlangıçta rahatsız edici bir unsur olarak algılanabilirken, sosyal medya platformlarında sürekli izlenme ve izleme alışkanlıkları, zamanla bu deneyimi sıradanlaştırmakta ve kabul edilebilir bir durum olarak benimsenmesine yol açmaktadır. Böylece, dijital çağda mahremiyet ve gözetim kavramları birbirinden ayrılmaz hale gelirken, gençler bu yeni sosyal dinamiğin hem öznesi hem de nesnesi olmaktadır. Katılımcılar için dijital ortamlarda gözetimden kaçınacak bir yer yoktur. Çünkü gözetim artık her yerdedir. Bu yüzden, gözetim mekanizmalarından kaçınmak neredeyse imkânsız hale gelmektedir. Katılımcılar, sürekli ve kapsamlı bir takip sürecinin içindedirler. Gözetim, katılımcılar tarafından ‘gönüllü’ ve ‘karşılıklı rızaya dayalı’ bir eylem olarak değerlendirilmektedir.

Dijital dönüşüm ve dijitalleşme süreçleri, mahremiyet anlayışında da köklü değişimlere yol açmaktadır. Günümüzde mahremiyet, artık sadece özel alanın temsili olmaktan çıkmış, sürekli olarak yeniden tanımlanan ve yeniden biçimlenen dinamik bir olgu hâline gelmiştir (bkz. Giddens, 2014). Dijital platformlarda paylaşılan bilgiler, özel-kamusal alan arasındaki çizgileri giderek bulanıklaştırmaktadır. Nissenbaum’ın (2010) da belirttiği gibi, bireylerin kişisel verilerinin dijital ortamlarda, amacından farklı şekilde kullanılması, bireylerin mahremiyetlerine zarar vermektedir. Buna rağmen kullanıcılar, kendi mahrem anlarını, ‘rıзалarı’ ve ‘gönüllü katılımlarıyla’ dijital ortamlarda sunmaya devam etmektedirler. Mahremiyetin sınırlarının bulanıklaştığı “dijital toplum”da, “görölmek” ve “beğenilmek” gibi sembolik değeri olan ödüller, vazgeçilmez bir öneme dönüşmüştür. Bulgular, araştırmaya katılan gençlerin dijital ortamları “idealize edilmiş benliklerin” sergilendiği bir “alan” olarak gördüğünü ortaya koymaktadır. Bu durum, Erving Goffman’ın (2020) benlik sunumu (self-presentation) kuramıyla paralellik göstermektedir; Goffman’a göre sosyal etkileşimlerde bireyler, kendilerini bir sahnedeki oyuncu gibi konumlandırarak çeşitli roller üstlenir ve idealize edilmiş bir imaj sergilemeye çalışırlar. Dijital ortamlar içerisindeki gençler, çevrimiçi kimliklerini şekillendirirken sosyal kabul görme ve beğenilme gibi “sembolik ödülleri” hedeflemekte, bu da onların sosyal davranışlarını ve iletişim pratiklerini biçimlendirmektedir. Bourdieu’nun (1994) habitus kavramı ise, dijital ortamlarda pratikleşen davranış kalıplarını anlamada önemli bir araçtır. Dijital ortamlar, sosyal konum ve geçmiş deneyimlere bağlı olarak oluşturulan dijital habitusu şekillendirir ve bu habitus hem bireysel hem de toplumsal pratikleri düzenler.

Katılımcıların büyük bir bölümü, geleceklerine dair karamsar bir tablo çizmiştir. Geleceğe dair “bilinmezlik” ve “belirsizlik” duygusu oldukça fazla vurgulanmıştır. Bu durum, dijital ortamların birer “kaçış alanı” haline gelmesine yol açmaktadır. Bu karamsarlık, geleceğe dair tahayyüllerini olumsuz yönde etkilemektedir. Geleceğin belirsizliği, özellikle işsizlik kaygısı olarak kendini göstermekte; kariyer planlamasında güçlük yaşandığı sıkça dile getirilmektedir. Örneğin, yapay zekâ sistemlerinin meslekleri ortadan kaldıracağı ve insan emeğine olan ihtiyacı azaltacağına dair kaygılar yaygındır.

Dijital ortamlar içinde kurulan etkileşimler, kuşaklar arasında belirgin biçimde farklılık göstermektedir. Bu farklılık, özellikle yaş, kuşak ve dönemsel koşullar bağlamında ele alınmalıdır. Prensky, (2001) bu farklılığı “dijital yerli” ve “dijital göçmen” kavramlarıyla açıklamıştır. Dijital yerli olarak tanımlanan kuşak, teknolojinin içinde doğup büyümüş, dijital araçlara doğal bir erişim ve adaptasyon becerisi kazanmıştır. Bu durum, onların dijital pratikleri daha kolay benimsemelerine ve dijital ortamda gelişen yeni iletişim biçimlerine hızlıca uyum sağlamalarına olanak tanımaktadır. Literatürde, bu farklılaşma “dijital uçurum” (digital divide) kavramıyla da ilişkilendirilir (van Dijk, 2018). Dijital uçurum, özellikle kuşaklar arasında teknolojik erişim, kullanım becerileri ve dijital içeriklere yönelik farklılıkları ifade eder. Dijital yerli kuşağın, dijital teknolojileri içselleştirerek günlük yaşam pratiklerine entegre etmesi, onların bilgiye erişim, iletişim ve öğrenme biçimlerini kökten değiştirmektedir. Buna karşın, önceki nesiller dijital ortama adaptasyonda daha fazla güçlük çekmekte ve bu da kuşaklar arası bilgi ve deneyim uçurumunu derinleştirmektedir. Fakat tüm bu farklılıklar sadece teknolojik kullanımlar bağlamında değerlendirilmemekte, aynı zamanda dijital ortamlara adaptasyon süreçleri kapsamında ele alınmaktadır. Elde edilen bulgulara göre kuşaklar arası uçurumlar yalnızca teknik beceri eksikliğiyle açıklanamaz; aynı zamanda toplumsal, kültürel ve dönemsel pratikler bağlamında da ele alınması gereken bir olgudur. Araştırma bulguları, dijitalleşmenin dijital eşitsizlikleri doğurduğunu ortaya koymaktadır. Günümüz dünyasında herkesin dijital ortamlara kolayca erişebildiği görüşü yaygın olsa da dijitalleşmenin tüm bireyler tarafından eşit şekilde deneyimlendiği söylenemez. Örneğin dijital okuryazarlık düzeyindeki farklılıklar, sosyo-ekonomik statü, eğitim seviyesi, coğrafi koşullar ve bu tezinde temel odak noktası olan ‘kuşaklar arası ayrımlar’ dijitalleşmenin mevcut eşitsizlikleri yeniden ürettiğini ortaya koymaktadır. Bu anlamda “dijital bölünme” ve “dijital uçurum” önemli sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dikkat çeken bir diğer bulgu, dijital ortamların bir yandan yeni sosyallik biçimleri yaratırken, diğer yandan yalnızlık duygusunu derinleştirmesidir. Günümüzde gençlerin çoğu, sosyal ihtiyaçlarını karşılamak için dijital platformlara yönelmekte; ancak bu çevrimiçi

etkileşimlerin, yüz yüze ve fiziksel sosyalleşmenin yerini tam olarak alamadığı gözlemlenmektedir. Sonuç olarak, literatürde de belirtildiği gibi dijital iletişim, bireyler arasında yüzeysel bağlar oluşturmakta ve bu durum, gerçek ve anlamlı ilişkilerin azalmasına yol açmaktadır. Bu bağlamda, “dijital kültür” sosyalleşme biçimlerini çeşitlendirse de fiziksel sosyal etkileşimlerin yerini tam olarak dolduramamakta ve yalnızlık hissinin artmasına zemin hazırlamaktadır. Genç katılımcıların dijital ortamlarda sergiledikleri davranışlar, dijital vatandaşlık düzeylerine bağlı olarak şekillenmektedir. Diğer bir ifadeyle, dijital ortamda etkileşimde bulunan katılımcıların, yalnızlık hissi ile sosyalleşme deneyimi arasındaki denge, dijital dünyayı nasıl kullandıklarına bağlı olarak değişebilmektedir.

Görüşme yapılan gençler, dijital ortamların en yoğun kullanıcıları olmaları sebebiyle, dijitalleşmenin beraberinde getirdiği risklerden doğrudan etkilenmektedir. Bu durum, dijital dünyada geçirilen zamanın artmasıyla birlikte, gençlerin çevrimiçi güvenlik, mahremiyet ihlalleri ve dijital bağımlılık gibi risklerle karşılaşmalarını artırmaktadır. Özellikle yapay zekânın gelişen veri skalası ve insan benzeri donanımlara sahip olması, simülasyonun daha da gerçeğe yaklaşmasını sağlamaktadır. Bu, Baudrillard’ın (2011) “simülasyon ve simülakrlar” kavramlarını çağırıştır; gerçek ile sahte arasındaki sınırların giderek daha da belirsizleştiği bir toplumu işaret eder. Buradan hareketle, genç katılımcıların, sürekli uyarana maruz kaldıkları, odaklanma güçlükleri yaşadıkları, dijital ortamlarda kurdukları etkileşimlerin samimiyetten uzak olduğu, kuşaklar arası uçurumların derinleştiği, iletişim sorunları yaşadıkları, mahremiyet ve güvenlik konusunda endişeler taşıdıkları, sosyal onay almak amacıyla dijital ortamda inşa edilen benliklerin kimlik karmaşasına yol açtığı ve işsizlik kaygılarıyla karşı karşıya kaldıkları söylenebilir. Bu nedenle dijitalleşme ve dijital toplum sosyo-ekonomik, kültürel ve psiko-sosyal boyutlarıyla birlikte değerlendirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Adorno, T. W. ve Horkheimer, M. (2002). *Dialectic of Enlightenment: Philosophical fragments* (E. Jephcott, Çev.). Stanford University Press.
- Ahmedi, E. Ş. (2023). “Mahremiyet, Dindarlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma”. *Journal of Media and Religion Studies*, 6(1), 25-46
- Akboğa, İ. (2021). “Süper Akıllı Toplum: Fütürizm ve Dijital Kültür”. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, 7, 1835-1864
- Akdemir, A., Konakay, G., & Demirkaya, H. (2013). “Y Kuşağının Kariyer Algısı, Kariyer Değişimi ve Liderlik Tarzı Beklentilerinin Araştırılması”. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 11-42
- Akgün, E. (2018). “Sosyal Medya Platformlarından Youtube Üzerinden Benlik Sunumunun Dramaturjik Bir Analizi”. *Yeni Medya*, (4), 29-49
- Akgün, E. (2022). “Web 4.0 Teknolojinin Gelişimi: Eğitsel Bağlamda Değerlendirilmesi”. *International Conference on Distance Learning and Innovative Educational Technologies*, 2, 227-238.
- Akman, A. Ö., Çakır, B. Ç., & Kocabaş, C. N. (2021). “Çocukların Sosyal Medyadaki Dijital Ayak İzleri: Mahremiyet İhlalinde Hassas Noktalar”. *Turkish Journal of Pediatric Disease*, 15(6), 553-555.
- Aladağ, İ., & Yağbasan, M. (2012). “Yeni Medya Akımlarına Türk İnsanın Uyum Sağlama Süreci (İstanbul İli Örneği)”. *Tarih Okulu Dergisi*, 2013(XVI), 673-688.
- Altunbay, M., & Bıçak, N. (2018). “Türkçe Eğitimi Derslerinde “Z Kuşağı” Bireylerine Uygun Teknoloji Tabanlı Uygulamaların Kullanımı. *Generation Z*, 10(1), 127-142.
- Arabacı, İ. B., & Polat, M. (2013). “Dijital Yerliler, Dijital Göçmenler ve Sınıf Yönetimi”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(47), 11-20.
- Aydın, E. B. (2023). “Kuşakların Teknoloji Kullanımının Mahremiyet Kapsamında Karşılaştırılması: Dijital Melezler ve Dijital Yerliler”. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 11(2), 1679- 1702.

- Avcı, C. (2024). Bir Mizah Virüsü Olarak Kovid-19: Ağ Toplumunda Siber Mizah Yaratmak. *Journal of Turkish Studies*, 15(3), 1657-1684.
- Aytaç, Ö. (2005). “Kapitalizm ve Boş Zaman”. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 1-22.
- Arun, Ö., & Elmas, Ç. (2020). “Türkiye’de Dijital Eşitsizliğin Toplumsal Kökenleri”. *Dijital Kültür, Dijital Eşitsizlikler ve Yaşlanma*, 115-138.
- Bakıroğlu, C. T. (2013). “Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları”. *Akademik Bilişim Dergisi*, 4, 1047-1054.
- Baltacı, A. (2018). “Nitel Araştırmalarda Örnekleme Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme”. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon* (Çev. O. Adanır) Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2022). *Neden Her Şey Hala Yok Olup Gitmedi ?* (Çev. O. Adanır) Doğu Batı Yayınları.
- Bauman, Z. (2010). *Küreselleşme Toplumsal Sonuçları* (Çev. A. Yılmaz.). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (2017). *Kimlik* (Çev. A.S. Erözdeni). Heretik Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. ve Lyon, D. (2021). *Akışkan Gözetim: Modern Yaşamla Yüzleşmesi Üzerine Bir Diyalog* (Çev. E. Kılıç). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bayhan, V. (2022). “Gençlik, Sosyal Medya ve İnternet Bağımlılığı”. *Düşünce Dünyasında Türkiz*, 4(23), 61-80.
- Bayzan, Ş., & Çubukcu, A. (2013). “Türkiye’de Dijital Vatandaşlık Algısı ve Bu Algıyı İnternetin Bilinçli, Güvenli ve Etkin Kullanımı İle Artırma Yöntemleri”. *Middle Eastern & African Journal of Educational Research*, (5), 148-174.
- Bekiroğlu, H. A., & Hülür, A. B. (2016). “Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanımı ve Dijital Şizofreni Üzerine Bir Araştırma”. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6(14), 146-175.

- Berners-Lee, T. (2009). *Weaving The Web: The Original Design And Ultimate Destiny Of The World Wide Web*. Harper San Francisco.
- Binark, M. (2007). Yeni Medya Çalışmaları. İçinde *Yeni Medya Çalışmaları*, Dipnot Kitapevi.
- Binark, M., & Bayraktutan, G. (2011). “Dijital Oyun Kültürü Haritasında Oyuncular: Dijital Oyuncuların Habitusları ve Kariyer Türevleri”. *Alternatif Bilişim*, 12(01), 3-30.
- Binark, M., Toprak, A., Yıldırım, A., Aygöl, E., Börekçi, S., & Çomu, T. (2014). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görüliyorum Öyleyse Varım!* Kalkedon Yayınevi, İstanbul.
- Blake, B. P., Agarwal, N., Wigand, R. T. ve Wood, J. D. (2010). Twitter quo vadis: Is Twitter bitter or are tweets sweet. *Proceedings of the Seventh International Conference on Information Technology*, ss. 1257–1260.
- Bourdieu, P. (1994). *Pratik Nedenler* (Çev. A. Tufan), Kesit Yayıncılık, İstanbul.
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- Bozkurt, G. (2022). “Dijital Dünyanın Soyutlaştırılması Üzerine Metaforik Bir İnceleme”. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2), 714-727.
- Brennen, J. S., & Kreiss, D. (2016). Digitalization. *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*, 1-11.
- Byung Chul Han. (2022). *Enfokrasi* (4. Baskı Çev. M.Yılmaz). Ketebe Yayınevi, İstanbul.
- Castells, M. (2013). Ağ Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Çağı: Ekonomi. Toplum ve Kültür, (Çev. Ebru Kılıç), İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2018). *The mediated construction of reality*. John Wiley & Sons.
- Chaney, D., Touzani, M., & Ben Slimane, K. (2017). “Marketing To the (new) Generations: Summary and Perspectives”. *Journal of Strategic Marketing*, 25, 179-189.
- Choudhury, N. (2014). “World Wide Web and Its Journey from Web 1.0 to Web 4.0”. *International Journal of Computer Science and Information Technologies*, 5, 8096-8100.

- Coşkun, R., Yıldırım, E., & Altunışık, R. (2019). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı, Genişletilmiş 10 baskı*.
- Creswell, J. (2017). *Araştırma Deseni, Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları* (Çev. S.B. Demir). Eğiten Kitap, Ankara.
- Creswell, J. (2020). *Nitel Araştırma Yöntemleri* (Çev. M. Bütün ve S. B. Demir) Siyasal Kitapevi, Ankara.
- Çat, A. K., & Aydın, B. (2023). “Sosyal Medyada Dijital Kimlik İnşası: Instagram Kullanıcılarının Biyografi Yazılarının Cinsiyet ve Kuşak Kategorisine Göre İçerik Analizi”. *Academic Knowledge*, 6(2), 219-233.
- Çelik, A. K. (2024). “Sosyal Medya Kullanım Amaçları ve Sanal Ortam Yalnızlığı Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (66), 53-68.
- Çetinkaya, E. (2012). “Dijital Bölünme: Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Eşitsizlikler”. *Yeni İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Dönüşüm, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları*, 194-205.
- Çiftçi, A., & Karakaş, Y. (2019). “Dijitalleşen Zamanın İzdüşümünde: Kimliğin, Bedenin ve İletişimin Dönüşümü”. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 10(37), 7-30.
- Çildan, C., Ertemiz, M., Küçük, E., Tumuçin, H., & Albayrak, D. (2013). “Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü”. *Akademik Bilişim Dergisi*, (3), 1-9.
- Çokluk, N., & Bal, Z. E. (2021). Küresel Köyün Buhranı Olarak Koronavirüs Sürecinde Dijital Gözetim Üzerine Bir Değerlendirme. *İletişim ve Diplomasi*, (6), 93-110.
- Çubuk, E. B. S. (2024). “Dijital Toplum ve Dijital Yeteneklerin Gelişimi Üzerine Sistemik Literatür Analizi”. *3 rd International Conference on Frontiers in Academic Research*, (3), 1071-1075.
- Değirmen, G. C., Vural, Z. B. A., & Özbükerci, İ. (2016). “Bilgi Toplumu ve Dijital Uçurum”. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 102–118.

- Değirmencioğlu, G. (2016). “Dijitalleşme Çağında Gazeteciliğin Geleceği ve İnovasyon Haberciliği”. *TRT Akademi*, 1(2), 590-606.
- Demir, M., & Yıldız, İ. (2024). “Bir İletişim Aracının Medyaya Dönüşümü: İletişimde Metamorfoz (Whatsapp Özelinde)”. *Dijital Communication Journal*, 13(7), 50-71.
- Demir, T. (2022). Kutsal Olan Her Şey Buharlaşıyor mu? Z Kuşağının Değer Yöneliminde Transhümanist İzler. *Marifetname*, 9(1), 111-139.
- Demirel, C., & Kütük, F. Ö. (2010). “Anlamsal Web ve Ontolojilerine Genel Bir Bakış”. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 18, 97-108.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Celeste, C., & Shafer, S. (2004). From unequal access to differentiated use: A literature review and agenda for research on digital inequality. *Social inequality*, 1, 355-400.
- Dijk, J. Van. (2018). *Ağ Toplumu* (Çev.M. Özgen). Kafka Yayınları, İstanbul.
- Dogruer, N., Meneviş, I., & Eyyam, R. (2011). “What is the motivation for using Facebook?”. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 15, 2642-2646.
- Dolgun, U. (2004). “Gözetim Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna”. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 55-74.
- Dönmez, B., & Sincar, M. (2008). “Avrupa Birliği Sürecinde Yükselen Ağ Toplumu ve Eğitim Yöneticileri”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(24), 1-19.
- Ekşi, O., Cesur, Z., & Yavuzylmaz, O. (2022). “Algılanan Sosyal Medya Pazarlaması’nın Gösterişçi Tüketim Üzerine Etkisi’nde Influencer Pazarlamasının Aracılık Rolü”. *Balkan and Near Eastern Journal of Social Science*, 2, 70-83.
- Eraydın, G. (2019). “Etkileşim » Submission ‘Ağ Toplumu’nda Farkındalığa Davet Eden Kitap”: “İletişim Gücü”. *Etkileşim Dergisi*, 218-223.
- Erragcha, N., & Romdhane, R. (2014). “New Faces of Marketing in the Era of the Web: From Marketing 1.0 to Marketing 3.0”. *Journal of Research in Marketing* (ISSN: 2292-9355), 2(2), 137-142.

- Ercansungur, D. O., & Çetin, E. (2023). Popüler Kültür ve Dijitalleşme: Yeni Medya Ekosisteminde Yakınsama ve Kitle Üzerine Sosyolojik Bir Analiz. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 565-584.
- Erişti, S. D. (2022). Yeni Medya ve Görsel İletişim Tasarımı, *Pegem Yayınları*.Ankara.
- Ersöz, B. (2020). “Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi Makale- Yeni Nesil Web Paradigması-Web 4.0”. *Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi*, 58-65.
- Eşgi, N. (2013). “Dijital Yerli Çocukların ve Dijital Göçmen Ebeveynlerinin İnternet Bağımlılığına İlişkin Algılarının Karşılaştırılması”. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(28-3), 181-194.
- Eşitti, Ş., & Işık, M. (2015). “Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi Makale Sosyal Medyanın Yabancı Turistlerin Türkiye'yi Tatil Destinasyonu Olarak Tercih Etmelerine Etkisi”. *Karadeniz Araştırma Dergisi*, 27, 11-33.
- Gencer, T. E., & Aktan, M. C. (2021). “Dijitalleşen Çağda ve Toplumda Değişen İhtiyaçlar ve Sorunlar: E-sosyal hizmet (Sosyal Hizmet 2.0) Gereksinimi”. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 3, 1143–1175.
- Gere, C. (2019). *Dijital Kültür* (Çev.A. Ertan) Vakıfbank Kültür Yayınları, Ankara.
- Giddens, A. (2021). *Sosyoloji* (Çev. E.A Kayhan). Kırmızı Yayınları, İstanbul.
- Giddens, A. (2014). *Mahremiyetin Dönüşümü: Modern Toplumlarda Mahremiyet ve Bireysel İlişkiler* (Çev.İ. Şahin). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Goffman, E. (2020). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* (Çev.M. Harmanlı) İthaki Yayınları, İstanbul.
- Görmez, A. B. (2021). “Neoliberal Özne Olarak Z Kuşağı”. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(2), 509-530.
- Görmez, E. (2024).” İlkokul Sosyal Bilgiler Programının Dijital Vatandaşlık ve Alt Boyutları Açısından Yeterliliği”. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 7(60), 1-15.
- Güzel, E. (2022). “Ağ Toplumlarında Gündelik Yaşamın Kusursuzluğu”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (49), 161-174.

- Güzel, E. (2016). Dijital kültür ve çevrimiçi sosyal ağlarda rekabetin aktörü: 'Dijital habitus'. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (15), 83–100.
- Hari, J. (2024). *Çalınan Dikkat* (Çev. Z. Bilgen.). Metis Yayınevi, İstanbul.
- Hargittai, E., & Hinnant, A. (2008).” Digital Inequality: Differences in Young Adults' Use Of Internet”. *Communication research*, 35(5), 602-621.
- Heidegger, M. (2019). *Varlık ve Zaman* (Çev. H. Ökten). Alfa Yayınları, İstanbul.
- Hiremath, B. K., & Kenchakkanavar, A. Y. (2016). “An Alteration of the Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0”: A Comparative Study. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research*, 2.
- Hogan, B. (2010). The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 376-386.
- Hoş, S. (2023, Mart 3). Web 4.0 Nedir? *ÇözümPark*. <https://www.cozumpark.com/web-4-0-nedir/>
- Husserl, E. (2003). *Fenomenoloji Üzerine Beş Ders* (Çev. H. Tepe) Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Işık, U. (2012). *Rekreasyon ve Dijitalleşme. İçinde Açıköğretim Fakültesi Atatürk Üniversitesi Rekreasyon*.
- İltuş, C. (2021). *Asead 7. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu (e-kitap)*. Geliş tarihi 29 Mart 2025, gönderen <https://www.astanayayinlari.com/asead-7.-uluslararasi-sosyal-bilimler-sempozyumu>
- Kaleli, T. (2022). “Geçmişten Günümüze Kuşaklar, Sosyal Medya Kullanımı ve Mahremiyet Blnc: Kuşaklar Örneği”. *Sivas Cumhuriyet Üniversitesi*, 11-26.
- Kaplan, K., & Ertürk, E. (2012). “Dijital Çağ ve Bireyin İdeolojik Aygıtları”. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 2(4), 7-12.
- Kaplan, M., & Yardımcıoğlu, M. (2020). “Alan, Habitus ve Sermaye Kavramlarıyla Pierre Bourdieu”. *Habitus Toplumbilim Dergisi*, 1, 23-37.

- Karaboğa, M. T. (2018). “Üniversite Öğrencilerinin Bir Sosyalleşme Alanı Olarak Sosyal Medya Hakkındaki Görüşleri”. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(3), 175-182.
- Karabulut, B. (2015). “Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler” *Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute » Submission »*. 21, 11-23.
- Karaduman, S. (2019). “Yeni Medya Okuryazarlığı: Yeni Beceriler/Olanaklar/Riskler”. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 683-700.
- Karagülle, A. E., & Çaycı, B. (2014). “Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma”. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 4(1), 1-9.
- Karanfiloğlu, M., & Sağlam, M. (2021). *Yeni Reklam Modelleri ve E-spor Faaliyetleri: Z Kuşağı*. Dijital Çağda Z Kuşağı Gerçekleri (1. baskı). Kriter Yayınevi, İstanbul.
- Kart, E. (2014). “Boş Zamanın Çoklu Tüketim Mekanı Olarak İnternet ve Yeni Yaşam Tarzlarının İnşası”. *Global Media Journal: TR Edition*, 5(9), 180-218.
- Kartal, O. Y., Yazgan, A. D., & Kıncal, R. Y. (2017). “Bilişim Çağında Sosyal Sermayenin Yeni Belirleyicileri: Dijital Uçurum ve Sosyal Medya Okuryazarlığı”. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(2), 353-373.
- Kavut, S. (2018). “Goffman’ın Benlik Sunumu Kuramı Bağlamında Sosyal Medyada Kimlik İnşası: Instagram Üzerine Bir Araştırma”. *NOSYON: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, (1),1-12.
- Kavut, S. (2023). “Dijital Dönüşüm Çağında Gözetimin Elektronikleşmesi: Panoptikon’dan Süperpanoptikon’a Gözetim Toplumu”. *Communicata*, (25), 25-27.
- Kaya, S. (2021). “Sosyal Medya Kullanıcıların Dijital Kimlik İnşası Sürecinde Kültürel Faaliyet ve Sanal ile İlgili Paylaşımlarının Rolü”. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 11(4), 1403-1419.
- Kayış, H. H. (2021). “Dijital Eşitsizlikleri Yakından İncelemek: Dijital Uçurum Buzdağının Görünen Yüzü Müdür?”. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (15), 109-104.

- Kemiksiz, R. C. (2022). “Büyük Veri Çağında Kişisel Veri Güvenliği Üzerine Bir Alan Araştırması: Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlerin Güvenlik Algıları”. *Maltepe Üniversitesi İletişim Dergisi*, 1(9), 64-91.
- Kepenek, E. B. (2020). “Yeni ve Yükselen Bir Alan: Dijital Oyunlar Sosyolojisi”. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi Makale*, 23(2), 186-213.
- Kılıç, S. (2020). “Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Twitter ve İnternet Gazetelerinin Karşılaştırılması: Hürriyet ve Milliyet Gazeteleri Örneği”. *Selçuk İletişim*, 13(1), 91-129.
- Kıran, Ö. (2021). “İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi » Submission Dijital Ortamlarda Benlik Sunumu ve Kimlik İnşası”. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2038-2065.
- Kırık, A. M., & Aydoğan, F. (2012). “Alternatif Medya Olarak Yeni Medya”. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (18), 58-69.
- Koç, R. (2022). “Dijitalleşen Kültür veya Kültürün Dijitalleşmesi: Dijital Kültür Kavramı”. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 15(38), 500-513.
- Koçyiğit, M., & Koçyiğit, A. (2018). Değişen ve Gelişen Dijital İletişim: Yazılabilir Web Teknolojisi (Web 2.0). (ed. Çakmak, V. ve Çavuş, S.), Dijital Kültür ve İletişim. İstanbul: Literatürk Yayınları.
- Koytak, E. (2013). “Tahakküme Hükmetmek: Bourdieu Sosyolojisinde Toplum ve Bilim İlişkisi”. *İstanbul University Journal of Sociology*, 3(25), 85-101.
- Köktener, A., & Algül, A. (2020). “Z Kuşağı YouTube Kullanım Motivasyonları”. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 417-434.
- Köse, U., & Çal, Ö. (2012). “Web 2.0 Servislerinin Sosyolojik Değerlendirilmesi”. *Akademik Bilişim Konferansları*, 1-11.
- Kurgun, H., Kurgun, O., & Aktas, E. (2018). “What does Web 4.0 Promise for Tourism Ecosystem? A Qualitative Research on Tourism Ecosystem Stakeholders’ Awareness”. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, (6), 55-65.

- Kurt, A. A., Günüş, S., & Ersoy, M. (2013). “Dijitalleşmede Son Durum: Dijital Yerli, Dijital Göçmen ve Dijital Göçebe”. *Ankara University, Journal of Faculty of Educational Science*, 1, 1-22.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2015). *Psikoterapide İnternet Bağımlılığı* (E. A. Koruyucu), Ayrıntı Yayınları.
- Kutup, N. (2010).” İnternet ve Sanat, Yeni Medya ve Art”. *Akademik Bilişim Dergisi*, 9-20.
- Küçükvardar, M., & Aslan, A. (2021). “Dijitalleşmenin Ekonomik, Teknolojik, Toplumsal ve Etik Etkilerinin Uluslararası Raporlar Üzerinden Analizi”. *Intermedia International E-journal*, 8(14), 21-38.
- Küçün, N. T., Yaman, C., Güngör, S., & Eroğlu, S. (2018). “Online Alışveriş Süreçlerinde Dijital Yerlilerin ve Dijital Göçmenlerin Stres Düzeylerinin Biyometrik Analizi”. *Journal of Life Economics*, 5(4), 177-190.
- Kümbetoğlu, B. (2020). Niteliksel Araştırmalarda Analiz. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Kvale, S. (1996). *Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*.
- Lattore, M. (2018). *Historia de la Web, 1.0,2.0,3.0 , 4.0. Recuperado de Universidad Marcelino Champagnat:*
- Laverty, S. M. (2003). “Hermeneutic phenomenology and phenomenology: A comparison of historical and methodological considerations”. *International journal of qualitative methods*, 2(3), 21-35.
- Lister, M., Dovey, J., Giddens, S., Grant, I., & Kelly, K. (2003). *New Media A Critical Introduction* (Vols. 1-2). Routledge.
- Lupton, D. (2015). *Digital Sociology*.-London, New York: Routledge.
- Maxwell, J. A. (2018). *Nitel Araştırma Tasarımı: Etkileşimli Bir Tasarım* (M. Çevikbaş, Çev.). Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- McCrindle, M., & Wolfinger, E. (2009). *The ABC of XYZ: Understanding the global generations*. The ABC of XYZ.McKinsey, O. (2024). *What is Gen Z?* 1-7.

- Meder, M., & Çeğin. (2011). Bourdieu'yü Okumak: *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 233-256.
- Mestçi, A. (2009). "Web 2.0 Teknolojisi & İnteraktif Pazarlama ve Reklam Modelleri". *Akademik Bilişim Dergisi*, 9, 589-596.
- Morva, O. (2016). Ben, Kendim ve Dijital Benliğim: Dijital İletişim Çağında Benlik Kavramlaştırması Üzerine (Der.), Dijital Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler İçinde (41-62). *İstanbul: Kalkedon Yayınları*.
- Murugesan, S., Rossi, G., Wilbanks, L., & Djavanshir, R. (2011). The Future of Web Apps. *IT Professional*, 13(5), 12-14.
- McLuhan, M. ve Powers, B. R. (1989). *The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st century*. Oxford University Press.
- Nedeva, V., & Dineva, S. (2012). *New Learning Innovations with Web 4.0*. 7, 316-321.
- Nissenbaum, H. (2010). *Privacy in Context: Technology, Policy, and the Integrity Of Social Life*. Stanford University Press.
- Okur, H. D., & Özkul, M. (2015). "Modern İletişimin Arayüzü: Sanal İletişim Sosyal Paylaşım Sitelerinin Toplumsal İlişki Kurma Biçimlerine Etkisi (Facebook Örneği)". *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 213-246.
- Ökten, M. S. (2024). "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyada Kimlik İnşasına Yönelik Ölçek Geliştirme Çalışması". *Journal of University Research*, 7(2), 93-101.
- Öner, F. K., & Fildiş, B. (2022). "Erving Goffman'ın Benlik Sunumu Kuramı'na Göre Resimde Otoportre". *Sanat Tarihi Dergisi*, 31(1), 455-481.
- Özbey, İ. B. (2022). "Dijitalleşme, Sosyal Medya ve Risk Toplumu". *İmgelem*, 6(10), 141-158.
- Özcan, M. (2021). Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi » Submission » Dijitalleşmenin Kurumlar Sosyolojisine Etkisi Üzerine bir Tartışma. *Emek ve Toplum*, (3), 364-376.

- Özcan, M., & Keskin, B. (2020). “Dijitalizasyon Bağlamında Sosyal Dönüşüm”. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(29), 2214-2229.
- Özdemir, N., & Akpınar, B. (2022). “Kültürel Emperyalizm ve ‘Yeni Medya’: Türk Toplumunda Kore Kültürü Örneği”. *Olgu Sosyoloji Dergisi*, 1(1), 20-26.
- Özden, A. T. (2022). 1.0’dan 5.0’a Dünya: Web, Pazarlama, Endüstri ve Toplum. *Journal of Business in The Digital Age*, 5(1), 29-44.
- Özdoyran, G. (2019). “Yeni Medya’ya Yönelik ‘Yeni’ Yaklaşımlar”: *Yeni Medya ve Post-Yapısalcılık/Postmodernizm. Etkileşim*, (4), 186-218.
- Öztezcan, B. A., Çoban, B., & Erkmen, Ö. (2020). *Yeni Gazetecilik—Mecralar, Deneyimler, Olanaklar (C.2)*.
- Öztürk, H. S., Meral, K., & Yarımbaş, M. (2023). Bourdieu’nün “Habitus” Kavramıyla Twitter’daki Eğilimleri Pekiştirme Olgusunun Aşı Tartışmaları Üzerinden İncelenmesi. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (11), 26-50.
- Palabıyık, A. (2011). Pierre Bourdieu Sosyolojisinde “Habitus”, “Sermaye” ve “Alan” Üzerine1. *Liberal Düşünce Dergisi*, (62), 1-21.
- Papacharissi, Z., Streeter, T., & Gillespie, T. (2013). “Culture Digitally: Habitus of the New”. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, (57), 596-607.
- Parçal, C. (2018). Dijital Gözetim: Sosyal Medya. II. *Marmara Lisansüstü İletişim Öğrencileri Kongresi*.
- Parvathi, M., & Mariselvi, R. (2017). “A bird’s eye on the Evolution – Web 1.0 to Web 5.0: Lib 1.0 to Lib 5.0”. *International Journal of Advanced Research Trends in Engineering and Technology (IJARTET)*, 4(4), 167-176.
- Patel, K. (2013). Incremental Journey for World Wide Web: Introduced with Web 1.0 to Recent Web 5.0 – A Survey Paper. *ijarcse, Volume(3)*, 10.
- Pedró, F. (2006). The New Millennium Learners: Challenging our Views on ICT and Learning. *IDB Publications*.

- Polat, A. (2022). “Nitel araştırmalarda Yarı-Yapılandırılmış Görüşme Soruları: Soru form ve Türleri, Nitelikler ve Sıralama”. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 161-182.
- Prabhu, D. (2016). “Application of Web 2.0 and Web 3.0: an Overview”. *International Journal of Research in Library Science*, (2), 54-62.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 5(9), 1–6.
- Ragnedda, M., Ruiu, M. L., & Addeo, F. (2019). “Measuring Digital Capital: An empirical investigation”. *New Media & Society*, 1-24.
- Ramazan, D., & Koçak, A. (2022). Kimlik İnşası, Yabancılaşma ve Sorunlu İnternet Kullanımı. İçinde *Psikolojik Danışmada Güncel Konular*, Palme Yayınları.
- Ritzer, G., & Stepnisky, J. (2013). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları* (İ.E. Howison Çev.). De Ki Yayınları.
- Robinson, L., Cotten, S. R., Ono, H., Quan-Haase, A., Mesch, G., Chen, W., & Stern, M. J. (2015). Digital inequalities and why they matter. *Information, communication & society*, 18(5), 569-582.
- Romele, A., & Rodighiero, D. (2020). Digital habitus or personalization without personality? *Humana.Mente: Journal of Philosophical Studies*, 13(37), 98–126.
- Saklı, E. (2020). “Murat Uluk ve Hakikat Sonrası Çağda Yeni Medya & Yalan Haber Kitabı Üzerine Bir Değerlendirme”. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 1-15.
- Sayar, T. E. (2016). “Türkiye’de Twitter Kullanımı Üzerinden Siyasal İletişimi İncelemek: TRT Haber Örneği”. *International Peer-Reviewed Journal of Communication and Humanities Researches*, 344-364.
- Sayar, T. E., & Özmen, S. (2022). “Dijital Oyunlarda Avatar-Kimlik İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(1), 320-341.
- Sayimer, İ. (2014). “Yeni Medya Ortamlarında Ağlar Oluşturan Toplumsal Hareket Deneyimleri”. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 97-112.

- Sezen, H. K., & Şenaras, A. E. (2022). “Dijitalizasyon, Dijitalizasyon, Dijital Dönüşüm Kavrmaları ve Tarihsel bir Bakış”. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (51), 123-145.
- Sheikhı, M. (2022). “Yapay Zeka Kullanımının İş Piyasasına Etkisi”. *Journal of Economics and Political Sciences*, 2(1), 102-111.
- Shivalingaiah, D., & Naik, U. (2008). Comparative Study of Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0. *Conference: 6th International CALIBER*, 2, 1-13.
- Sönmez, G., Keskin, S., Laleh, N., & Kömür, G. (2022). “Dijital Hikâye Anlatısı Olarak Instagram Kimliği: Biyografi Yazma Kültürü Üzerine İnceleme”. *Yeni Medya*, 2022(13), 127-147.
- Sparks, A., & Honey, B. (2015). *Gen Z 2025: The final generation*. Sparks & Honey.
- Stolterman, E., & Fors, A. (2004). “Information Technology and the Good Life”. *International Federation for Information Processing Digital Library; Information Systems Research*;, 143.
- Swartz, D. (2013). *Kültür ve iktidar: Pierre Bourdieu’nün Sosyolojisi*. (E. Gen, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Şahin, İ. M., & Mermutlu, B. (2022). “Dijitalleşme ve Topluma Etkisi”. *Social Science Development Journal*,(7), 123-131.
- Şimşek, D. C. (2023). “Dijital Topluluklardan Siber İnsana: Web Teknolojileri Hakkında bir İnceleme”. *Bandırma Onyedİ Eylöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6 (CEEİK 2023 Özel Sayısı), 1-8.
- Taş, H. Y., Demirdöğmez, M., & Küçüköğlü, M. (2017). “Geleceğimiz Olan Z Kuşağının Çalışma Hayatına Muhtemel Etkileri”. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 1031-1048.
- Taylan, H. H., & Arklan, Ü. (2008). “Medya ve Kültür: Kültürün Medya Aracılığıyla Küreselleşmesi”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 85-97.

- Temurtaş, T. (2022). “Sosyal Medyada Var Olmaya Çalışan Kadınlar: Kullanıcı İsmi Olarak Mesleğini ve Yanında Annelik Kimliğini Kullanan Kadın Profiller”. II. Ulusal Kadın Temalı Öğrenci Kongresi.
- Tiryaki, S., Karakuş, M., & Balcı, E. V. (2023). “Yüz Yüze ve Sosyal Ağlardaki İlişkilerde Benlik Sunumu: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması”. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 13(3), 792-802.
- Trevino, N. (2018). *The arrival of Generation Z On College Campuses* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). University of the Incarnate Word.
- Tuğtekin, E. B., & Dursun, Ö. (2021). “Sosyal Ağlarda Sanal Kimlik Kullanımının İncelenmesi”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2021(55), 146-160.
- Tulum, A. B., & Kaya, Y. (2020). “Dijital Yerlilerin Sanal Ağlarda Sosyalleşme ve Yalnızlaşma Tutumları.” *Zeitschrift für die Welt der Türken*, 12(2), 315–338.
- Tuncer, B. B. (2021). “Dijital iletişim, dijital eşitsizlik ve yaşlanma: Kovid-19 Süreci ile Yaşanan Dijital Bölüme ve Uçurumlar Üzerine.” *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, (6), 1339-1369.
- Turgut, S. T., & Gedik, E. (2023). “Dijitalleşen Alanlar: E-Spor Örneği”. *Bozok Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 83-94.
- Türk, G. D. (2013). Demokrasinin Dördüncü Kuvveti: Yeni Medya Teknolojileri. *Bildiri Sunumu: İnternet ve Toplum Konferansı* (INET-TR 2013), İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York
- Ümit, E. (2021). *Dijital Platformlarda Kültürel Emperyalizm*. Berikan Yayınevi, Ankara.
- Ünlü, D. G., Kuş, O., & Göksu, O. (2020). “Videolarda Gerçek Hayattaki Gibi Değilim, Rol Yapmaktayım”: TikTok Kullanıcılarının Benlik Performansları Üzerine Bir İnceleme. *Intermedia International E-journal*, 7(12), 115-128.
- Wallace, R. A., & Wolf, A. (2020). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları: Klasik Geleneğin Geliştirilmesi* (L. Elbruz & M. R. Ayas, Çev.). Doğu Batı Yayınları.

- Wacquant, L., & Bourdieu, P. (2014). *Düşünsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar* (Çev., N. Ökten, Çev.), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- White, D. S., & Cornu, A. L. (2011). "Visitors and Residents: A New Typology for Online Engagement". *First Monday*.
- WhiteBIT. (2022, Ağustos 17). *Web 5: What Is Emotional Web?* WhiteBIT Blog.
- Yağar, F., & Dökme, S. (2018). "Niteliksel Araştırmaların Planlanması: Araştırma Soruları, Örneklem Seçimi, Geçerlilik ve Güvenirlilik". *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), 1-9.
- Yamaç, M. (2024). "Postmodern Çağ ve Sosyal Medya: Beğeni Toplunun Panoraması". *Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (35), 90-118.
- Yıldırım, A. (1999). "Nitel Araştırma Yöntemlerinin Temel Özellikleri ve Eğitim Araştırmalarındaki Yeri ve Önemi". *Eğitim ve Bilim*, 23(112), 7-17.
- Yıldız, İ. (2021). "Sosyal Medya ve Mahremiyet Sorunsalı: Panoptikondan Süperpanoptikona Mahremiyetin Dönüşümü". *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 6(11), 122-132.
- Yılmazdoğan, C. ve Şabanoğlu, C. (2022). "Dijital Çağda Dijital Yerliler, Dijital Göçmenler ve Dijital Göçebeler". İçinde A. Yazar (Ed.), *Dijitalleşen Toplum ve Yeni Medya XYZ* Yayıncılık.
- Yiğitbaşı, K. G., & Çelik, S. (2023). "Dijital Dünyada Mahremiyet, Ebeveynlik ve Çocuklar: Afyonkarahisar Örneği". *TRT Akademi*, 8(19), 846-875.
- Yorgancılar, S. (2018). "Kültürün Yeniden Üretim Aracı Olarak Sosyal Medya'nın Gençliğe Etkisi". *OPUS International Journal of Society Researches*, 9(16), 2511-2532.
- Yurdakul, Ş. (2019). "Kültür Endüstrilerin Yaratılmasında Dijital Medyanın Rolü". *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, (14), 44-56.
- Yücedağ, A. (2020). Varlığın Poetikasına Doğru: Heidegger ve Hölderlin. İçinde (Ed.), *Felsefi Yönelimler II*(133–150). Bilim ve Sanat Yayınları.
- Zinderen, İ. E. (2020). "Yeni Medya Ekolojisi Ekseninde YouTube: Türkiye Örneği". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 215-232.

Zur, O., & Zur, A. (2011). On Digital Immigrants and Digital Natives: How the Digital Divide Affects Families, Educational Institutions, and the Workplace. *Zur Institute—Online Publication*. Retrieved on February, 21(2012).



EK-1 KATILIMCI PROFİLİ

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Bölüm	Yaşadıkları Şehir
K.1	25	Erkek	Siyaset Bilimi	İstanbul
K.2	24	Erkek	Turizm ve Otel İşletmeciliği	Kırklareli
K.3	19	Erkek	Siyaset Bilimi	İzmir
K.4	22	Erkek	Tarih	Antalya
K.5	24	Kadın	Uluslararası İlişkiler	İzmir
K.6	24	Erkek	İnşaat Mühendisliği	İzmir
K.7	20	Erkek	Tıp Fakültesi	Hatay
K.8	25	Erkek	Ekonomi	İstanbul
K.9	22	Erkek	İngilizce Tercümanlık	İzmir
K.10	24	Kadın	Sosyoloji	Antalya
K.11	22	Erkek	İnşaat Mühendisliği	İstanbul
K.12	22	Erkek	Siyaset Bilimi	İstanbul
K.13	25	Kadın	Uluslararası İlişkiler	Antalya
K.14	24	Kadın	Siyaset Bilimi	İzmir
K.15	21	Erkek	Makine Mühendisliği	Ankara
K.16	25	Kadın	Biyoloji Mühendisliği	İzmir
K.17	21	Kadın	Endüstri Mühendisliği	Ankara
K.18	21	Erkek	Endüstri Mühendisliği	Ankara
K.19	18	Erkek	Konservatuvar	Ankara
K.20	23	Kadın	Biyoloji	Ankara
K.21	22	Kadın	Sosyoloji	Antalya
K.22	23	Erkek	Sosyoloji	Antalya
K.23	21	Erkek	Endüstri Mühendisliği	Ankara
K.24	22	Kadın	Sosyoloji	Antalya
K.25	20	Kadın	Sosyoloji	Antalya

EK-2 KATILIMCI ONAM FORMU

Ben Berkay Tuncer, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı'nda yüksek lisans öğrencisiyim. Doç. Dr. Elife Kart danışmanlığında yürüttüğümüz tez çalışmam için burada bulunmaktayım. Araştırmam gençlerin dijital ortamlardaki pratikleri ve deneyimleri ile ilgilidir.

Görüşme sırasında sorulara doğru ve samimi cevaplar vermeniz, bu tez çalışmamda doğru saptamalar yapabilmem için son derece önemlidir. Tüm soruları yanıtlamak zorunda olmadığınızı, kendinizi rahatsız hissettiğiniz takdirde görüşmenin istediğiniz aşamasında görüşmeyi sonlandırabileceğinizi, bu bilimsel çalışmanın gönüllülük esasına dayalı olduğunu, vereceğiniz cevapların sadece bilimsel araştırma amacıyla kullanılacağını ve ticari bir amaç gütmeyeceğini belirtmek isterim.

Sorularıma vereceğiniz cevaplar yalnızca araştırma için kullanılacak, bir 3. Kişi ile paylaşılmayacaktır. Araştırma için izinizi ve onayınızı almak istiyorum. Şimdiden katılımınız için teşekkür ederim.

Berkay Tuncer / Yüksek lisans öğrencisi

Katılımcı Beyanı: Yukarıdaki bilgiler doğrultusunda bu çalışmanın yüksek lisans tezi için kullanılacağını, çalışmaya devam etmek istemediğim takdirde istediğim aşamada çekilebileceğimi, kişisel bilgilerimin korunacağını anlıyorum. Çalışmaya gönüllülük esasına dayalı olarak, tamamen kendi rızamla katıldığımı sözlü olarak beyan ederim.

ÖZGEÇMİŞ

<u>Ad Soyad:</u>	Berkay TUNCER
<u>Eğitim Hayatı:</u>	Özdemir Sabancı Emirgan A.L (İstanbul)
	Akdeniz Üniversitesi Sosyoloji Bölümü Lisans
	Akdeniz Üniversitesi Sosyoloji Bölümü Yüksek Lisans
<u>Yabancı Dil:</u>	İngilizce, Almanca, Yunanca