

T.C.
DİCLE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

İNTERNET CAFELER VE İNTERNET BAĞIMLILIĞI
ÜZERİNE SOSYOLOJİK BİR ARAŞTIRMA:
DİYARBAKIR ÖRNEĞİ
(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

HAZIRLAYAN
KENAN BÖLÜKBAŞ

137437
T.C. YÜKSEK LİSANS ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

DANIŞMAN
Yrd. Doç. Dr. M. CENGİZ YILDIZ

DİYARBAKIR

2003

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

İnternet Cafeler ve İnternet Bağımlılığı Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma: Diyarbakır Örneği

Kenan BÖLÜKBAŞ

Dicle Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Sosyoloji Anabilim Dalı

"İnternet Cafeler ve İnternet Bağımlılığı Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma: Diyarbakır Örneği" başlıklı araştırma, internet kullanımının sosyal ilişkilere etkisini, internet kullanıcılarının sosyo-kültürel yapılarını ve ülkemizde hemen her gün bir yenisı açılan internet cafelerin özelliklerini belirlemek amacıyla yapıldı.

Seçilmiş internet cafelerdeki kullanıcılara anket uygulandı ve cafe sahipleriyle görüşmeler yapıldı. Örneklem, Dağkapı, Yenişehir, Ofis, Bağlar ve Cezaevi semtlerindeki 42 internet cafe ve bu cafelerdeki 150 kullanıcıdan oluşturuldu.

Bu araştırmanın amacı, sayıları hızla artan internet cafeler hakkında bilgi toplamak ve her yaş grubu, cinsiyet, gelir ve eğitim düzeyinden kullanıcıya erişmektir. Ayrıca internet kullanımının bağımlılık ve sosyal izolasyona yol açıp açmadığı da araştırılmıştır.

İnternet cafe kullanıcılarının yanında, bu mekanların sahipleriyle de görüşmeler yapılmıştır. İnternet cafe kullanıcılarının bağımlılık ve sosyal izolasyon düzeylerinin; yaş, medeni durum, öğrenim durumu, baba mesleği, aylık gelir durumu, interneti kullanma sıklığı gibi değişkenlere bağlı olarak farklılaştığı dikkat çekmektedir.

ANAHTAR KELİMELEER: İnternet, İnternet Cafe. İnternet Bağımlılığı, Diyarbakır, İnternet Kullanıcısı

ABSTRACT

Graduate Thesis

A Sociological Research On Internet Cafes and Net-Addiction: Diyarbakır Example

Kenan BÖLÜKBAŞ

Dicle University

Institute of Social Sciences

Department of Sociology

The research with the title “A Sociological Research On Internet Cafes and Net-Addiction: Diyarbakır Example” has been performed in order to determine the effects of internet usage on social relations and socio-cultural characteristics of internet users and to specify the features of internet cafes where almost everyday a new one is opened in our country.

Surveys were applied to the internet users in selected internetcafes and interviews were made with the cafe owners. The sample was selected as 42 internetcafes and 150 internet users from these cafes which were located in Dağkapı, Yenişehir, Ofis, Bağlar and Cezaevi.

The aim of this research is to obtain information about the internetcafes increasing rapidly and to reach the users in every age, sex, income and education level. In addition, whether the internet usage causes net-addiction and social isolation or not has been investigated.

In addition to the internet users, the interviews with the owners of these cafes have been performed. It is pointable that the level of the addiction and social isolation of the internet users in the internet cafes differanciates with the variables such as age, marital status, level of education, the job of the father, monthly income, the frequency of the internet usage.

KEY WORDS: Internet, Internet Cafe, Internet Addiction, Diyarbakır, Internet User

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne

Bu çalışma, jürimiz tarafından.....

.....SOS.YOLU..... Anabilim Dalı'nda YÜKSEK LİSANS
TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan

Doç. Dr. Ahmet Çiğdem Çiğdem

Üye

Yrd. Doç. Dr. M. Cengiz YILDIZ

Üye

Doç. Dr. İlyas DOĞAN

Üye

.....

Üye

.....

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

17.../05/2004

Prof. Dr. Emrullah GÜNEY



ÖNSÖZ

İnternet, birçok bilgisayar sistemini birbirine bağlayan dünya çapında yaygınlaşan ve sürekli büyüyen bir iletişim ağıdır. İnternet, bilgiye kolay, ucuz, hızlı ve güvenli ulaşmanın ve onu paylasmanın günümüzdeki en geçerli yoludur. İnternet Kullanımı, son yıllarda hızla artmaya başlamıştır. Dünyada ve ülkemizde milyonlarca internet kullanıcısı, internetin sağladığı olanaklardan yararlanmaktadır.

Bu araştırma ile, ülkemizde de hızla yayılmaya başlayan ve gün geçtikçe daha çok ilgi gören bilgisayar ve internetin, Diyarbakır'daki internet cafe kullanıcıları tarafından daha çok hangi amaçlar için kullanıldığını, internet kullanıcıların bilgisayar ve internete ilişkin düşüncelerini, internetin bağımlılık ya da sosya izolasyona yol açıp açmadığını, internet cafelerin yararları ya da zararlarını, internetin kullanıcılar için önemini belirlemek amaçlanmıştır.

Bu araştırmanın ortaya çıkmasında bir çok kişinin katkıları olmuştur. Öncelikle, yüksek lisans konumun tespitinden tezin son halini alıncaya kadar olan süreçte görüşlerinden her zaman yararlandığım tez hocam Yrd. Doç. Dr. M. Cengiz Yıldız'a sonsuz teşekkürler ederim.

Araştırmayı hazırlama sürecinde fikirleriyle yol gösteren bölüm başkanımız Dç.Dr. Ahmet Cihan'a, tez aşamasında yardımlarını esirgemeyen Yrd. Doç. Dr. Rüstem Erkan'a, Yrd. Doç. Dr. Mazhar Bağlı'ya , Yrd. Doç. Dr. Faruk Bartan'a ve Yrd. Doç. Dr. Recep Cengiz'e teşekkür ederim.

Kaynak ve veri elde etme konusunda yardımlarını esirgemeyen, Cumhuriyet Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Anabilim Dalı öğretim üyesi Ali Esgin'e, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü öğretim üyesi Aylin Görgün Baran'a, Ceyda Kuloğlu'na, Mahmut Güler'e, Kurtuluş Özyazıcı'ya en içten dileklerimle teşekkür ederim.

Araştırmamızın asıl konusunu oluşturan internet cafelerde bizlere yakın ilgi gösteren ama adlarını şu an tek tek yazamayacağım internet cafe sahiplerine ve katılan bütün internet cafe kullanıcılarına da teşekkürler ederim.

Yardımlarını ve desteğini hep yanımda hissettiğim eşim Seda Bölükbaş'a ve adları şu an aklıma gelmeyen herkese minnettarlığımı sunuyorum.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
JÜRİ ONAYI.....	iii
ÖNSÖZ.....	iv
İÇİNDEKİLER.....	v
KISALTMALAR.....	viii
TABLolar LİSTESİ.....	ix

I. BÖLÜM

GİRİŞ.....	1
1.Araştırmanın Konusu.....	5
2.Araştırmanın Amacı.....	9
3.Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi.....	10
3.1.İletişim Nedir?.....	10
3.1.1.İletişimin Önemi.....	11
3.2.Kitle İletişimi.....	13
3.2.1.Kitle İletişiminin Öğeleri ve Araçları.....	13
3.2.2.İnternetin Kitle İletişim Araçları Arasındaki Yeri.....	14
3.3.İnternetin Geçmişi.....	18
3.4.İnternet Cafeler.....	21
3.4.1.İnternet Cafeler ve Türkiye’de İnternet Cafelerin Genel Yapısı.....	21
3.4.2.İnternet Cafelerin Yasal Altyapısı.....	24
3.5.Enformasyon Toplumunda İnternet ve Yabancılaşma.....	26
3.6.İnternette Sanal Sohbet: Chat.....	34
3.7.İnternet Bağımlılığı.....	39
4.Araştırmanın Metodu.....	49
4.1.Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	49
4.2.Araştırmanın Sınırları	50
4.3.Bilgi Toplama Araçları.....	52
4.4.Analiz Teknikleri.....	53

II. BÖLÜM

BULGULAR VE DEĞERLENDİRME.....	55
1.İnternet Kullanıcılarının Genel ve Mesleki Durumları.....	55
1.1.Genel durumları.....	55
1.1.1.Cinsiyet Durumu.....	56
1.1.2.Yaş Durumu.....	56
1.1.3.Medeni Durum.....	58
1.1.4.Doğum Yeri	59
1.1.5.Meslek Durumu.....	60
1.1.6. Kardeş Sayısı.....	61
1.1.7. Anne ve Baba Mesleği.....	62
1.2. Öğrenim Durumu.....	65
1.2.1. İnternet Kullanıcılarının Öğrenim Durumu.....	65
1.2.2.Anne ve Babanın Öğrenim Durumu.....	67
1.3.İnternet Kullanıcılarının Ekonomik Durumları.....	69
1.3.1.Aylık Geliri.....	69
1.3.2.Ailenin Aylık Gelir Durumu.....	71
2.İnternet Kullanıcıları-İnternet İlişkisi.....	73
2.1.İnternet Kullanımının Geçmişi.....	73
2.1.2.İnternette Tanışma ve İnternet Aktiviteleri.....	75
2.2.İnternet Kullanıcıları ve İnternet Bağımlılığı.....	81
2.2.1.İnternette Kullanma Sıklığı	82
2.2.2.İnternette Bağı Kalınan Süreler.....	85
2.2.3.İnternette Geçirilen Zamana Çevrenin Bakışı.....	90
2.2.4.İnternette Kullanıcıların Sosyal Hayatına Etkileri.....	94
2.2.5. İnternet Kullanıcılarının İnternet Bağımlılığına Bakışı.....	101
2.3. İnternette Sanal Sohbet: Chat.....	104
2.3.1.İnternette Chat Yapma Sıklığı ve Amacı.....	106
2.3.2.Chatte “Güven” Sorunu	112
2.3.3.Sanal Sohbet Odaları ve Konuları.....	119
3.İnternet Cafe Sahipleri.....	123
3.1.İnternet Cafe Sahiplerinin Özellikleri.....	123
4.İnternet Bağımlıları.....	126
4.1.İnternet Bağımlılarının Özellikleri.....	126
4.1.1. Bağımlılık Kategorilerinin Cinsiyete Göre Dağılımı.....	127
4.1.2. Bağımlılık Kategorilerinin Yaşa Göre Dağılımı.....	128

4.1.3. Bağımlılık Kategorilerinin Medeni Duruma Göre Dağılımı.....	130
4.1.4. Bağımlılık Kategorilerinin Öğrenim Düzeylerine Göre Dağılımı.....	131
4.1.5. Bağımlılık Kategorilerinin Chat Yapma Durumuna Göre Dağılımı.....	132
4.1.6. Bağımlılık Kategorilerinin İnternete Bağlanma Sıklığına göre Dağılımı.....	134
SONUÇ ve DEĞERLENDİRME.....	136
KAYNAKÇA.....	143
EK:1: Anket Formu.	147
EK:2: Görüşme Formu	153
EK:3: İnternet Cafe Adresleri.....	156



KISALTMALAR

age	:Adı geçen eser
agg	:Adı geçen genelge
agm	:Adı geçen makale
Ank.	:Ankara
AÜ	:Ankara Üniversitesi
bkz.	:Bakınız
C	:Cilt
Çev.	:Çeviren
İTÜ	:İstanbul Teknik Üniversitesi
KİA	:Kitle iletişim Araçları
MÜ	:Marmara Üniversitesi
ODTÜ	:Ortadoğu Teknik Üniversitesi
S	:Sayı
s.	:Sayfa
ss.	:Sayfalar arası
Üniv.	:Üniversite, Üniversitesi
vb.	:Ve Benzeri
vd.	:Ve Diğerleri
vs.	:Ve Saire
Yay.	:Yayını, Yayınları, Yayınevi

TABLOLAR LİSTESİ

<u>Tablo No</u>	<u>Sayfa No</u>
1. Türkiye'de İllere Göre İnternet Cafelerin Dağılımı(2001).....	23
2. İnternet Kullanıcılarının Cinsiyet Durumuna Göre Dağılımı.....	56
3. İnternet Kullanıcılarının Yaş Durumuna Göre Dağılımı.....	57
4. İnternet Kullanıcılarının Medeni Durumuna Göre Dağılımı.....	58
5. İnternet Kullanıcılarının Doğum Yerine Göre Dağılımı.....	59
6. İnternet Kullanıcılarının Mesleğine Göre Dağılımı.....	61
7. İnternet Kullanıcılarının Kardeş Sayısına Göre Dağılımı.....	62
8. İnternet Kullanıcılarının Anne Mesleğine Göre Dağılımı.....	63
9. İnternet Kullanıcılarının Baba Mesleğine Göre Dağılımı.....	64
10. İnternet Kullanıcılarının Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı.....	66
11. İnternet Kullanıcılarının Annelerinin Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı.....	68
12. İnternet Kullanıcılarının Babalarının Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı.....	69
13. İnternet Cafe Kullanıcılarının Aylık Gelir Durumuna Göre Dağılımı.....	70
14. İnternet Cafe Kullanıcılarının Ailesinin Aylık Gelir Durumuna Göre Dağılımı.....	71
15. İnternet Kullanıcılarının İnterneti Kullanmaya Başlama Sürelerine Göre Dağılımı.....	74
16. İnternet Kullanıcılarının İnternetle Tanışma Şekline Göre Dağılımı.....	76
17. İnternet Kullanıcılarının İnterneti Kullanma Şekline Göre Dağılımı.....	77
18. İnternet Kullanıcılarının İnternete Bağlanma Sıklıklarına Göre Dağılımı.....	83
19. İnternete Bağlanma Sıklığının Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı.....	84
20. İnternete Bağlanma Sıklığının Medeni Durum Değişkenine Göre Dağılımı.....	84
21. İnternet Kullanıcılarının Bir Günde İnternete Bağlanma Sürelerine Göre Dağılımı.....	86
22. İnternet Kullanıcılarının Bir Haftada İnternete Bağlanma Sürelerine Göre Dağılımı.....	88
23. Bir Haftada İnternete Bağlanma Süresinin Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı.....	89
24. İnternet Kullanıcılarının İnternette Planladıklarından Fazla Zaman Geçirme Durumuna Göre Dağılımı.....	90
25. İnternet Kullanıcılarının İnternette Geçirdikleri Zamana Yakınlarının Yaklaşım Durumları Göre Dağılımı.....	91
26. Yakınların İnternette Geçirilen Zamana Bakış Durumunun Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Dağılımı.....	93
27. İnternet Kullanıcılarının Arkadaşlarıyla Vakit Geçirmektense İnternete Bağlanmayı Tercih Etme Durumlarına Göre Dağılımı.....	96
28. İnternet Kullanıcılarının İnternette Geçirdikleri Zaman Nedeniyle İş ya da Okullarındaki Başarılarının Etkilenme Durumlarına Göre Dağılımı.....	97

29. İnternet Kullanıcılarına İnternet Kullanımının Özgürlük Hissi Vermesi Durumuna Göre Dağılımı.....	99
30. İnternet Kullanıcılarının Kendilerini Bağımlı Olarak Görme Durumuna Göre Dağılımı.....	102
31. İnternet Kullanıcılarının Başkaları tarafından İnternet Bağımlısı Olarak Görülme Durumuna Göre Dağılımı.....	104
32. İnternet Kullanıcılarının Chat Yapma Sıklığına Göre Dağılımı.....	106
33. Chatte Yapma Sıklığının Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı.....	108
34. İnternet Kullanıcılarının Chat Yaparken Yeni Arkadaşlıklar Kurma Durumuna Göre Dağılımı	110
35. İnternet Kullanıcılarının Chatte Yeni Arkadaşlıklar Kurma Amacına Göre Dağılımı.....	111
36. İnternet Kullanıcılarının Chat Yaparken Kimliklerini Saklama Durumuna Göre Dağılımı.....	114
37. İnternet Kullanıcılarının Chat Yaparken Cinsiyetlerini Saklama Durumuna Göre Dağılımı.....	116
38. İnternet Kullanıcılarının Chat Yaptıkları Kişilerle Yüz Yüze Görüşme Durumuna Göre Dağılımı.....	118
39. İnternet Kullanıcılarının Bağlandıkları Chat Odalarının Kategorilerine Göre Dağılımı.....	120
40. İnternet Kullanıcılarının Chatte Konuştukları Konulara Göre Dağılımı.....	122
41. İnternet Kullanıcılarının Bağımlılık Kategorilerine Göre Dağılımı.....	126
42. Bağımlılık Kategorilerinin Cinsiyete Göre Dağılımı.....	127
43. Bağımlılık Kategorilerinin Yaşa Göre Dağılımı.....	128
44. Bağımlılık Kategorilerinin Medeni Duruma Göre Dağılımı.....	130
45. Bağımlılık Kategorilerinin Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı.....	131
46. Bağımlılık Kategorilerinin Chat Yapma Durumuna Göre Dağılımı.....	133
47. Bağımlılık Kategorilerinin İnternete Bağlanma Sıklığına Göre Dağılımı.....	134

I. BÖLÜM

GİRİŞ

Bilindiği gibi ilk zamanlarda dünya; işaretlerle, sinyallerle, haberlerle kısaca enformasyonla doluydu. Bir kuşun uçuşması, bir dahn sallanması, bacadan tüten dumanın kıvrılışı, bulutların geçip gitmesi bir işaretti. Bilinmezden, ilahlardan, meleklerden gelen haberleriyle dünya enformasyonla doluydu. Dünya, adeta tepeden tırnağa “bilgi” doluydu. Bunları okumak; harfleri, sözcükleri anlama ve yorum yapabilme yeteneğine sahip kahinlerin, ermişlerin işiydi.

Miladi takvimin başlangıcından 1500’lü yıllara kadar zaman, bu şekilde geçmiştir. Ardından bir “silgi” çıkmıştır. Bu silgi, doğanın her yerinden çıkan haberleri silmeye başlamıştır. Örneğin esen rüzgar, bir mesaj olmaktan çıkıp, sıradan meteorolojik bir olay olarak algılanmaya başlamıştır. Dünya üstünde son beş yüzyılda, aklın gücüyle hareket eden ve onun adına silmeye devam eden bu silginin tam adı, “bilim”dir.

Ancak bu silinen gizemli işaretlerin, tamamen yok olduğunu söylemek mümkün değildir. Çünkü, işaretlerinden tamamen arınmış bir dünya, anlamını kaybetmiş, anlamından soyutlanmış olurdu. İşte bu nedenle; kalemler, fırçalar kullanılmaya başlamıştır. Onların ardından mikrofonlar, kameralar, sinemalar, radyolar, televizyonlar, bilgisayarlar, mikro-çipler, yongalar, e-mail, yani elektronik mektuplar durmaksızın gelişmeye, hayatı doldurmaya başladılar.

Gutenberg’in 1440’larda icat ettiği matbaa, telgrafın bulunduğu 1840’lara kadar tam 400 yıl en önemli iletişim aracı olmuştur. Onu, artık hayatımızın vazgeçilmezleri arasına giren elektrik takip etmiştir. Elektrik sayesinde çalıştırılan fonograf, telefon, sinema, sırasıyla insanlığın hizmetine girmiştir. Bu şekilde, 19.ve 20. yüzyıl geçilmiştir.

Geride bıraktığımız 20. yüzyıl da kendi içinde bir çeşit bilgi kıtlığından, bilgi bolluğuna geçiş öyküsü olarak değerlendirilebilir. Ama bugün, özellikle kentlerde yaşayan profesyoneller, bilgi emekçileri, çok farklı bir yeredirler. Artık onlar, insanlığın bir bölümüyle birlikte bilgi kıtlığının değil, aşırı bolluğunun sorunlarını yaşamaktadırlar. Öyle ki, son yüzyıl içinde insanın enformasyon üretme kapasitesi, enformasyonu algılama, değerlendirme ve çözümleme yeteneklerinden daha büyük bir sıçrama göstermiştir.

Bugün, “Enformasyon Toplumu”na enformasyon üretmek, saklamak, işlemek ve değiş tokuş etmek, o toplumun başlıca uğraşı haline gelmiştir. Bunun birey açısından bir anlamı da enformasyon kıtlığının, enformasyon bolluğuna dönüşmesidir. Sanayileşmede çok geç kalmış olsa da, Türkiye’nin de bu yeni yönde büyük adımlar attığı inkar edilemez. Bu bolluğun niteliksel mi yoksa niceliksel mi olduğu, kazanç mı kayıp mı getirdiği elbette tartışılabilir, ama olgusallığını değiştirmez (Şahin, 2000). Araştırmamızın konusu olan internet, diğerlerinin ardından bolluk yönünde yeni bir sıçramayı gerçekleştirmiştir.

1700’lü yıllarda başlayan sanayileşme hareketinden bugüne gelişimini sürdüren enformasyon araçları içerisinde internet, en yeni ve gelecekte en etkili enformasyon aracı olmaya adaydır. İnternet, sanayi toplumundan bilişim toplumuna geçişin habercisi, bir ön modelidir. İnternet, bilimsel ve teknolojik gelişmenin önemli etmeni, sürekli değişen bilgi teknolojilerini değiştiren, giderek toplumun ve yaşamın tüm boyutlarını değişime zorlayan bir teknolojidir (Cumhuriyet, 05.08.1999).

Tüm dünyada toplumların ve yaşamın her alanında etkin olmaya başlayan internet teknolojisi, özellikle gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde her yaştan ve her meslekten milyonlarca kullanıcının ilgi alanına girmeyi başarmıştır.

İnternet, tüm dünyaya yayılmış irili ufaklı milyonlarca bilgisayardan oluşan büyük bir ağıdır. “Ağlar ağı” olarak da adlandırılan internet, temelde kullanıcılara hızlı, güvenilir iletişim ve insan deneyiminin ürünleri olan nesneleri paylaşma olanağı verdiğinden, tüm disiplin ve meslek grupları interneti kullanmaktadır. İlkokul öğrencilerinden, üniversite öğrencilerine; halk kütüphanelerinden, yerel ticaret odalarına, çeşitli demokratik kitle örgütleri üyelerine, evinde çalışan meslek sahiplerine kadar geniş bir yelpazeyi internette bulmak mümkündür (Akgül, 1995:11).

Bir anda, binlerce, yüz binlerce insanla tartışılabilecek, iletişim kurulabilecek bir alan olarak internet, önümüzdeki yıllarda üretilecek bilgilerin dolaşım sistemine de kaynaklık etmektedir. İnternetin, klasik yaşama biçimlerini, algılayışları değiştirecek bir etkiye sahip olması beklenmektedir. Çünkü gelecekte internet, yaşamı doğrudan etkileyen bir teknoloji haline gelecektir. Gelecekte daha iyi anlaşılacak olan internetin günlük yaşamdaki etkileri, şimdiden günlük hayat görülmeye başlanmıştır. İnternet, henüz gelişmesi tamamlanmamış bir teknoloji olmasına ve daha yolun başında

olunmasına rağmen, bu teknolojinin gelecek 10 yıl gibi kısa bir dönemde bile hangi biçimi alacağını bugünden kestirebilmek mümkün değildir.

Yeni teknolojilerin toplumların ekonomik, sosyal, psikolojik vb. hayatında bir değişim ve hatta dönüşüme neden olması kaçınılmazdır. İnternetin sosyal boyutlarına bakıldığında ise, toplum yapısında çeşitli değişimlere, sorunlara neden olduğunu söylemek mümkündür. Yabancılaşma ve bağımlılık, internetin sosyal boyutu açısından değerlendirilebilecek önemli olgulardır. Bu yönüyle bakıldığında, şu soru sorulabilir: Dünya üzerindeki tüm kültürleri, toplumları bir noktada buluşturan internet, yararları yanında sosyal açıdan bazı sorunlara neden olmakta mıdır?

Kısaca tanımlamak gerekirse, internet, bilgi paylaşımı veya tüketiminin gerçekleştiği bir ortamdır. Günümüzde, internet, insanlık adına son derece heyecan verici bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak, bütün yeryüzü kültürlerinin ortak bir sanal coğrafyası internet, kültürel içeriklerin bulunduğu bir alan olarak, acaba kendi özgün kültürünü belirginleştirebilecek midir? Yoksa bu çaplı bir küresel buluşma, her bir kültürel bütünlüğün özgünlüğünü korumasını giderek daha da güçleştiren bir etkinlik alanı olarak bir takım riskleri mi barındıracaktır? (Eltugay, 2000).

İnternetin saymakla bitmeyecek yararları yanında, bir takım sorunlara da neden olabileceğini daha önce belirtmiştik. Çünkü bilgi akışını hızlandıran, iletişimi kolaylaştıran “sanal alem” internet, beraberinde, yeni psikolojik, sağlık ve sosyal problemleri de gündeme getirmiştir.

Bu konuda yapılan bazı araştırmalara göre, internetin çekiciliği yüzünden birçok kişi, zamanının büyük bir kısmını ekran başında geçirmektedir. Bu araştırmalara göre, internet kullanımının dozu artırıldığında, iş ve okul hayatında verimlilik düşmekte, aile ve iş hayatında sorunlar ortaya çıkmaktadır. İnternet cafelerde başlayan sanal aşklar, yuva yıkmakta, sanal-kumarhaneler yüzünden bir çok kişi tüm varlığını kaybetmektedir. Bütün bu veriler, “İnternet Bağımlılığı” adı altında yeni bir hastalık türünün ortaya çıktığını gösteriyor olabilir.

Sonuç olarak, internetin birçok olumlu yönü yanında “bağımlılık yaratma”, “yalnızlaştırma”, “ruhsal sorunlar yaratma”, “yabancılaştırma” gibi bazı olumsuz etkileri de bulunduğu ileri sürülmektedir.

Bu araştırmada, Diyarbakır’daki internet cafelerden bir örneklem belirlenerek, yukarıda değinilen internet kaynaklı sorunların boyutları tespit edilmeye çalışıldı.

Araştırma için internet cafelerin seçilme nedeni, toplumumuzda ve özellikle medyada yararları-zararları son günlerde oldukça tartışılan bu yeni eğlence ve bilgi dünyası hakkında bilgi sahibi olmak ve bu dünyanın içindeki bireyleri, yani çeşitli sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel özelliklere sahip internet cafe kullanıcılarını tanımaya çalışma isteğidir.

Bu açıdan araştırma, 2 ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, araştırmanın konusu, araştırmanın amacı, araştırmanın dayandığı kuramsal çerçevesi kapsamında, iletişim kavramı ve iletişimin önemi, başlangıcından günümüze internetin geçmişi, kitle iletişimi kavramı, kitle iletişiminin öğeleri, araçları, internetin diğer kitle iletişim araçlarıyla ilişkisi ve yeri, internet cafeler ve internet cafelerin yasal altyapısı, göstergeleri, türleri, chat olgusunun ne olduğu ve ülkemizdeki algılanış biçimi, yabancılaşma, internet bağımlılığı olgusu ve bu konularda daha önce yapılmış araştırmalar ve araştırmanın metodu yer almaktadır.

İkinci bölümde ise, araştırma sonucunda, internet cafe kullanıcıları için uygulanan anket formu ve internet cafe sahipleri için uygulanan görüşme formları ile elde edilen bilgiler, tablolar haline getirilmiş, yorumlanmaya çalışılmıştır.

Sonuç bölümünde, araştırmanın genel bir değerlendirmesi yapılmış, internet cafeler ve internet bağımlılığıyla ilgili önerilerde bulunulmuştur.

Kaynakça bölümünde ise, araştırma kapsamında faydalanan kitaplar, makaleler, gazeteler, dergiler ve internet sitelerine yer verilmiştir.

Ekler kısmında ise, anket formu ve görüşme formunun bir örneği ile internet cafe adresleri yer almaktadır.

1. Araştırmanın Konusu

Araştırmanın adı, “İnternet Cafeler ve İnternet Bağımlılığı Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma: Diyarbakır Örneği”dir. Araştırmada, Diyarbakır merkezinde bulunan internet cafelerdeki internet kullanıcılarının; bireysel ve sosyal durumları, internet kullanım alışkanlıkları, internete bakışları ortaya konmaya çalışılmış, bunun yanında internetin kullanıcılar üzerinde bağımlılık yapıcı, yabancılaştırıcı etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. Bu nedenle, konuyla ilgili bazı değişkenler arasında ilişkiler aranmış, bu ilişkilerden bazı genellemelere ulaşılmaya çalışılmıştır.

İnsanoğlu, yüzyıllardır gelişimin peşinden koşmuş; sürekli daha iyiyi daha güzeli yakalama arzusu içerisinde, doğayla ve kendisiyle olan savaşımını sürdürmüştür. Teknolojik gelişmeler, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra, insanoğlunun daha önceki devirlerle kıyaslanamayacak ölçüde bir sıçrama yapmasını sağlamış; iş hayatı, toplumsal yaşam ve bireysel ilişkilerde radikal değişimlere neden olmuştur. Bu değişimlerin yaşanmasındaki en önemli aktör, hiç şüphesiz bilgisayar ve onun öncülük ettiği bilişim sektöründe yaşanan ilerleme ve dolayısıyla internettir.

Bugün, bilginin çok hızlı olarak üretildiği ve kısa bir süre içerisinde geçerliliğini yitirdiği bir çağda yaşamaktayız. Bu nedenle bilgi çağı, insanlar ve kuruluşlar arasında bilgi aktarımının hızlı ve etkin olarak yapılmasını gerektirmektedir. Bu ihtiyaçları karşılamaya yönelik çabalar sonucunda, 1980'li yıllarda, iletişim ve bilgisayar ağları konusunda önemli gelişmeler olmuştur. İnternet, bu gelişmelerle birlikte ortaya çıkan ve günümüzde en yaygın olarak kullanılan bilgisayar ağlarının adıdır. Bugün, milyonlarca bilgisayarın bağlı olduğu internet, gene milyonlarca kullanıcıya hizmet vermektedir. Bu kullanıcılar, internet aracılığıyla çok büyük sayılarda ve çeşitlilikte yazılımlara, milyonlarca kitap koleksiyonu olan kütüphanelere, çok hızlı bilgisayarların bulunduğu merkezlere ulaşabilir ve internet üzerindeki tüm noktalarla elektronik posta sayesinde haberleşebilirler (Çağıltay, 1994).

İnternet, bilginin yayılmasını ve dağıtımını kolaylaştırmıştır, yeni buluşlara erişmek, gelişmekte olan ülkeler için daha hızlı ve rahat hale gelmiştir. Gelişmekte olan ülkeler için internet sıçrama tahtası görevi yapmakta, bu ülkelere gelişmiş ülkeleri yakalamak için tarihi bir fırsat sunmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin elektrik, demiryolları, telefon gibi teknolojik olanaklardan yararlanmaları için on yılların

geçmesi gerekmiştir. Buna karşın çok kısa bir geçmişi olan internet, bugün, tüm gelişmiş ülkelerle birlikte Asya'da, Latin Amerika'da ve Doğu Avrupa'da büyük bir hızla yayılmaktadır.

Elektronik ve iletişimdeki hızlı gelişmeler dünyayı haberleşme açısından küçük bir köye çevirmektedir. Kişisel bilgisayarların uygun fiyatla ve kullanımı rahat programlarla ortaya çıkması, yaşam biçimimizi değiştiren yeni teknolojileri ortaya çıkarmıştır. Bunların arasında cd-rom, teletext, ve bilgisayar ağlarını sayabiliriz.

Gittikçe artan bir şekilde, ağlar sayesinde bilgili dünya vatandaşları olarak, kişisel ve toplumsal hayatı belirleyen kararlar alıp uygulanabilir. Örneğin, dünyanın herhangi bir yerinden alışveriş yapılabilir, ürünler renkli ve dinamik olarak ekranda incelenebilir, ödeme, kredi kartıyla veya banka hesabıyla yapılabilir.

Özellikle araştırmacılar ve bilgiye gereksinimi olanlar için, ağlar, hayati önem kazanmıştır. Bilgisayara bağlı bir modem, dünyaya açılan bir penceredir. Ağın parçası olan kütüphanelere, veri tabanlarına, üniversitelerin elektronik arşivlerine, tartışma listeleri ve haber guruplarının arşiv ve tutanaklarına erişilebilir.

Ağlar, dünya üzerinde milyonlarca insanla kolay iletişim olanağı sağlamaktadır. Devletin vergi, adli sicil, trafik, vs. gibi veri tabanlarının ağ üzerinde olması devlet çarkının daha hızlı ve etkin dönmesini sağlamaktadır (Akgül, 1999).

İlkokuldan üniversiteye, en küçüğünden en büyüğüne ticari firmalara, halk kütüphanesinden ulusal kütüphanelere, belediyelere ve sivil toplum örgütlerine yayılmaya başlayan bilgisayar ağları, bilgisayar eğitiminden, açık öğretime tüm eğitim sisteminde önemli değişiklikler meydana getirmek üzeredir. Bilgisayar ağlarının yarattığı bir elektronik ağ kültürü ortaya çıkmaktadır. Mesafe kavramının ortadan kalktığı ve haberleşen kişilerin ırk, renk ve etnik özelliklerinin ortadan kalkması sonucu, insanlar arası önyargısız haberleşmeye olanak sağlamakta ve ağ üzerinde sayısız "insan hikayeleri" ortaya çıkmaktadır (Akgül, 1999).

İletişimin bilgisayar teknolojisi ile buluşması, bu alandaki teknolojinin gelişme hızının katlanarak artmasına yol açmıştır.

İnternete bağlı olan kullanıcıların sayısı, her yıl bir önceki yıla göre yaklaşık iki kat artarak çığ gibi büyümektedir. İnternet sayesinde, insanlar istedikleri bilgiye kolay ve hızlı bir şekilde ulaşabilmektedir.

Birçok bilim insanı tarafından iletişim alanında yaşanan yenilik, yeni bir çağın başlangıcı olarak kabul edilmiştir. İnternetle, ilk defa küresel anlamda yaşanan bir bilgi paylaşımı söz konusudur. İnternet ile dünya, “bileşik bir bilgi ağı” haline gelmiştir (Baran, 2000).

İçinde yaşadığımız çağda bilişim teknolojileri hayatın her alanında aktif biçimde yer almaktadır. Özellikle internet ve ona benzer ağ sistemlerinin sınırlar ötesi iletişim, pazarlama, reklam ve ticaret gibi bir çok imkanı sunması; gerek maliyet gerekse etkinlik açısından avantajlara sahip olması, artan bir ivmeyle bu teknolojilerin kullanılmasını çoğaltmaktadır. İnternet, kapsamı çok geniş olan ve her geçen gün daha da büyüyen, teknolojik değişimlere anında cevap verebilen bir dünyanın kapısını insanlığa açmıştır. İnsanoğlu, bu dünya içerisinde yüzyıllardır gerçekleştirdiği faaliyetlere farklı bir boyut getirmiş ve bu dünyanın dinamiği ile birlikte yepyeni kavramlar yaratmıştır (Beceni, 2001).

Beceni’ye (2001) göre, bilişim sektöründe yaşanan gelişmeler insanların ortak çıkarlarına ulaşmasında onlara yardımcı olmakta, sosyal hayatın daha düzenli ve organize bir bütün olarak yaşanmasına hizmet etmektedir.

Bilişim devriminin sosyal yaşamımıza olan olumlu etkileri şu şekilde özetlenebilir (Beceni, 2001):

1. Bilişim teknolojilerinin tıp, ekonomi, eğitim gibi alanlarda etkinlik sağlamasıyla bu alanlarda daha verimli çalışmaların yapılarak toplumun refah düzeyinin yükselmesi.
2. Bilişim teknolojilerinin insanlar arasındaki iletişim imkanını kolaylaştırması ile toplumsal sorunların daha geniş platformda birleştirilmesi imkanının edinilmesi.
3. Global düzeyde iletişim imkanına sahip olunması ile toplumların kendilerini etkileyen durumlara direk olarak reaksiyon verebilmesi
4. Devlet teşkilatı ile toplum arasında şeffaf ve etkili bir köprü kurulmasına hizmet etmesi.

İnternet kullanımının insan zekasını geliştirici yönde olumlu etkileri olduğu da söylenebilir. Zira bireyin yaratıcılığının ortaya çıkması ve gelişmesi bu noktadaki en önemli olumluluktur (Baran ve Burcu, 1999). Bu anlamda bireysel yaratıcılığı desteklediği, geliştirdiği söylenebilir.

Teknolojinin etkisiyle radyo, televizyon, posta hizmetleri, uydular, telli ve telsiz haberleşme, kütüphaneler, basılı medya, veri ve bilgi nakli gibi iletişim farklı araçlarla

gerçekleştirilen, farklı fonksiyonları, giderek birbirleriyle bütünleştirmektedir. Bunun sonucunda da, örneğin, cadde ve sokaklardaki bankamatikler; evdeki CD çalarlar; televizyondaki teleteks servisi; bürodaki bilgi işlem aracı ve sayısal telefon gibi, kitle iletişim, ticari iletişim ve kişisel iletişim araçları, giderek birbirlerine yaklaşmaktadır (İlgaz, 2001). Ancak, iletişim teknolojisindeki gelişmelerin insanları giderek birbirinden uzaklaştırdığını, ilişkileri karmaşıklaştırdığını belirterek, bu tezin aksini de düşünmek de mümkündür.

Her teknoloji, sağladığı kolaylıklar yanında, toplumsal yaşamın bir alanında, etkisi oranında çeşitli değişim ve dönüşümlere, olumsuzluklara da yol açmaktadır.

Baran ve Burcu'ya (1999) göre, internetin sosyal hayata ilişkin olumsuz etkileri, toplumdan uzaklaşma-bireyselleşme sonucu sosyal ilişkilerde çözülme, bireyin yabancılaşması sonucunu getirmektedir. Ayrıca, internetin dilinin gelişmiş ülkelerin dili olması nedeniyle, bu ülkelerin dillerinin diğer diller üzerinde kurduğu hakimiyettir. Şiddet ve cinsellik içeren sitelere rahatça ulaşılabilmesi, çocuklar üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir.

Baran ve Burcu'ya göre, (Baran ve Burcu, 1999) internetin kişisel bilgilere kolayca ulaşabilme olanağı gibi olumsuz bir etkisi de vardır. Bireysel bilgisayarlarındaki programlara ya da bilgilere erişilebilmekte ve bunlara zarar verilebilmektedir. Ayrıca, "polis kayıtları" gibi özel ve gizli bilgilere de ulaşılabilir.

İnternetin olumsuz etkilerini ise genel olarak şöyle özetlemek mümkündür (Beceni, 2001):

1. Bilişim dünyasında yaşanan gelişime paralel olarak aile hayatı, iş hayatı sınırlarının birbiri içine geçmesi ve toplumun temel taşı olan aile düzeninin bozulması.
2. Devrimin gelişmiş olan ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler arasındaki farkı gelişmiş ülkeler lehine açmasıyla gelişmekte olan ülkelerin toplumlarının yaratılan katma değerden daha az ölçüde pay alması.
3. Yüksek gelir grubuna sahip olan bireylerin teknolojik yararlardan daha fazla oranda pay alması sebebiyle toplumda eşitlik ilkesine aykırı bir durumun oluşması.

2. Araştırmanın Amacı

Ülkemizde, internet bağımlılığı üzerine yapılan araştırmalar, oldukça sınırlı sayıdadır. Toplum olarak, internetin sürekli yararlarının aktarıldığı, hayatımızı kolaylaştırıp, zenginleştirdiği yönünde kültürel anlamda bir mesaj yağmuruna tutulmaktayız. Buna karşın, bazı araştırmacılar, internetin bağımlılık yaratıcı etkisinin, göz ardı edilemeyecek kadar önemli bir sorun olabileceğini iddia etmektedir.

Bu araştırmada, sanal alemle yeni yeni tanışmaya başlayan ve kırsal bölgelerden aldığı yoğun göç nedeniyle hızlı bir değişimin yaşandığı Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin en büyük kenti Diyarbakır'daki internet kullanıcılarına ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla, Diyarbakır'daki internet cafelerde yapılan araştırmada, internet kullanıcılarının yaşları, cinsiyetleri, sosyo-ekonomik düzeyleri dikkate alınarak internet bağımlılarının hangi kategorilerde yer aldıkları, Avrupa ve Amerika'da yapılan araştırmalarda görülen internet bağımlılığının, ülkemizde ne boyutlarda olduğu, anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla, ülkemizde bu alanda yapılan araştırmalardan da yararlanılmıştır.

İnternet bağımlılığı nedir, bir insanı saatlerce bilgisayarın başına bağlayan, çevresiyle kurduğu sosyal ilişkilerden kopartan çekici faktör nedir? İnternet bağımlısı insanlar, hangi sosyo-kültürel özelliklere sahiptir? İnternet cafelerin, bağımlılığı artırıcı bir etkisi var mıdır? İnternet cafelerin özellikleri nelerdir? Bu teknolojinin kullanımı ve yaygınlığı, ne durumdadır? Araştırmada, bu soruların yanıtlarının bulunması amaçlanmaktadır.

3. Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi

3.1. İletişim Nedir?

İletişim (communication), latince "communis" (ortak) kelimesinden türemiştir. İletişim, insanlar arasında etkileşimi ve enformasyon akışını sağlar. Bu yüzden, insan hayatının en önemli unsurlarından biridir. İletişim, insanların fiziksel ve sosyolojik ihtiyaçlarını karşılanmasını sağlar. İletişim, temelde bir ileti -mesaj- göndermedir. Ancak, iletişim çok geniş bir anlam taşır. İletişim, yaşama dair her şeydir; enformasyon yaymadır, görüş bildirir, yüz yüze konuşmadır, medyadır, kültürdür, düşünce paylaşımıdır, giyiniş tarzıdır, duyguların ve kişisel özelliklerin dışa vurumudur, yaşamın kendisi ve en temel noktasıdır. İletişim; bir sanat, bilim ve amaç içeren bir süreç olmakla birlikte aynı zamanda doğal bir süreçtir.

En dar anlamıyla iki kişi, en geniş boyutuyla ise, tüm insanlar arasında gerçekleşen karşılıklı bilgi, duygu, düşünce aktarımı şeklinde tanımlayabileceğimiz iletişim, doğası gereği sosyal bir varlık olan insanın çevresindeki diğer kişiler ve varlıklarla ilişki kurma, anlaşma, haberleşme ihtiyacından doğmuş bir olgudur.

Başka bir tanıma göre iletişim; bizim başkalarını, başkalarının da bizi anlaması süreci olarak tanımlanmaktadır. Cüceloğlu (1999) ise; bu kavramı, "iki birim arasında bir biriyle ilişkili mesaj alışverişidir" şeklinde açıklamıştır. Birim kelimesi insanı, hayvanı ya da makineleri kapsamaktadır. İletişim sadece insana özgü bir olay değildir.

İletişimin, gerçekte, tam olarak doyurucu bir tanımının yapılması çok zordur. Çünkü, iletişim, disiplinler arası bir alandır. Özkök, iletişim olgusunu açıklamada tüm disiplinlerin işbirliğine değinmektedir. Ona göre, "iletişim bilimi, ayrı bir disiplinden çok disiplinler ittifakıdır". Eğer bir insanbilimci olan Levi-Strauss'un, bir toplumbilimci olan H. Marcuse'nin, bir dilbilimci olan F.Saussure'nin iletişim olgusunun anlaşılmasına katkıda bulunduğunu kabul ediyorsak, bu yeni bilim dalının çok disiplinli özelliğini de kabul etmek zorundayız" (Özkök, 1985: 17-18).

Bilişim terimleri sözlüğüne (1981)göre, iletişim, "bir yerden, bir kişiden, bir makineden bir başkasına herhangi bir ortamdan yararlanarak bilgi göndermedir". Ana

Britanica Ansiklopedisi'nde iletişim,"bireyler arasında ortak bir simgeler sistemiyle gerçekleştirilen anlam ve bilgi alışverişidir" şeklinde tanımlanmaktadır.

İletişim, en geniş anlamda, bir aklın bir başka kişiyi etkilediği tüm işlemleri içerir; yani iletişim, çok geniş bir anlam ifade eder. İletişim, görsel sanatlardan, yazı yazmaya kadar bütün insan davranışlarını kapsar.

İletişimin temel amacı, organizma ile çevre arasındaki özgün ilişkiyi değiştirmektir. Başka bir deyişle, dış güçlerin hedefi olmak yerine, kendimizi etkili bir güç durumuna getirmektir. Çünkü iletişim, etkilemek için kurulmaktadır.

Dance; iletişimin sürekli değiştiğini, incelenmekteyken bile değiştiğini gözlemlemekte, bu nedenle iletişimin bir etkileşim olduğunu söylemektedir. Williams; düşüncelerin, bilginin ve tavırların, kişiden kişiye aktarılması olarak tanımlamakta; basım, telgraf, fotoğraf, film, radyo, televizyon ve interneti de bu aktarmadaki yeni yollar olarak saymaktadır. Dance, 1967 yılında iletişimin sürekli değiştiğini vurgularken, bugünkü uydu sistemlerini, bilgisayar ve internet ağını tahmin edebiliyordu. Zira iki yıl sonra, Amerika'da ARPANET (Advanced Research Project Agency Net), yani ileri araştırma ve proje kurumu ağı tarafından, iki eyalet içindeki 3 merkezi birleştirmek için internet kullanılmıştır. Dance'ın belirttiği yollara hemen bir yenisi eklenmiştir. Bugün internet kullanımı, bütün dünyaya yayılarak, milyonlarca insanın iletişim kurmasını sağlayan en önemli araçlardan biri haline gelmiştir (<http://www.iletisimciler.com/iletisim.htm>).

3.1.1 İletişimin Önemi

İnsanlar arasında yaşanan ilişkilerin temeli iletişimdir. Öğrenmek, öğretmek, anlamak, anlatmak, etkilemek, etkilenmek, paylaşmak için iletişim kurmamız gerekiyor. Bunların dışında yeme, içme, barınma gibi temel fizyolojik ihtiyaçlarımızı da iletişim kurarak gidermekteyiz. Bilindiği gibi içinde bulunduğumuz çağ, "enformasyon çağı" olarak nitelendirilmektedir. Bugün yaşadığımız bilgi çağında, kullandığımız kaynak, enformasyondur. Kaynak olarak enformasyon kullanılınca, günümüz toplumları için yaşamsal değer taşıyan iletişim, ön plana çıkmakta ve önemini vurgulamaktadır.

Bell, insanlık tarihinde toplumları üç bölüme ayırmaktadır. Toplumun birinci evresi, sanayi öncesi toplum olarak nitelendirilir. Bu toplum, kas gücüne dayanan bir

yapı göstermektedir. İkinci evre ise, sanayi toplumu olarak nitelendirilir. Bu dönemde, önemli olan motor gücüdür ve toplumlar, gelişmek için bu gücü kullanmaktadır. Üçüncü evre ise günümüz toplumunu da içine alan, sanayi ötesi toplum olarak nitelendirilir. Bu evredeki toplum, bilgi ve iletişime ağırlık veren bir toplumsal yapılanma içindedir. "

Gelecek bilimci Toffler de "Yeni Güçler, Yeni Şoklar" adlı kitabında bu konuya değinmiştir. Toffler'a göre, insanlık tarihi boyunca insanlar üç kaynak kullanmıştır. Endüstri öncesi toplumlar, güç kaynağı olarak şiddeti kullanmıştır. Endüstri toplumlarının güç kaynağı olarak serveti kullandığını söyleyen Toffler, endüstri sonrası toplumların güç kaynağı olarak bilgiyi kullanacaklarına değinir.

Özkök' e göre, sanayi öncesi toplum doğaya karşı bir oyun; sanayi toplumu mamul haline getirilmiş doğaya karşı bir oyun, sanayi ötesi toplum ise hizmetler sektörü çerçevesinde yoğunlaştığı için kişiler arası bir oyun olarak görülmektedir (Özkök,1985:44).

Günümüzdeki toplumlar, enformasyon güçleri ve bilgi varlıklarına göre değerlendirilmektedir. Bugün bilgi üretimi, en önemli gelişme aracı olarak görülmektedir. İnsanlar; bilgi tüketmek, bilgi üretmek ve üretilen bilgiyi kitle iletişim araçları ile tüm dünyaya yaymak istemektedir. Günümüzde, gelişmiş, yani sanayi ötesi toplum olarak nitelendirilmek için, üretilen bilgi miktarı kıstas alınmaktadır. Bugün iş gücünün büyük bir bölümünü enformasyon üretmek için kullanan toplumlar, dünyaca tanınmakta ve siyasal, toplumsal ve ekonomik bir güç olarak görülmektedir.

Yeni dünya düzeninde toplumlar, enformasyonun sağladığı güç sayesinde gelişmekte, yenilenmektedir. Enformasyon üretemeyen toplumlar ise, bunu yapabilen ülkelere bağımlı olarak yaşamakta ve bilgi yoksulu, geri kalmış, zayıf bir toplum olarak görülmektedir. Tüm bu nedenlerden dolayı, enformasyon üretimini ve dağılımını sağlayan iletişim çok önemlidir.

3.2. Kitle İletişimi

3.2.1. Kitle İletişiminin Öğeleri ve Araçları

Kitle iletişimine değinmeden önce, kitle kavramı hakkında bilgi vermek yerinde olacaktır. Kitle iletişimindeki kitle kavramının iki anlamı vardır; sosyolojik olarak kitle, sosyal grupların öğelerine sahip olmayan, devamlılık arz etmeyen bir yapıdır. Kitleyi meydana getiren bireyler arasında karşılıklı bağıllık, hareket ve tavırlarda aynı standartların paylaşımı yoktur. Özellikleri aynı olmayan, aynı norm ve değerleri taşımayan kümelerdir. Geniş anlamıyla ele alındığında kitle, belli bir alanda varolduğu kabul edilen büyük sayıdaki insan topluluğudur. Kitle iletişim araçları sayesinde bilgi, duygu, düşünce ve tutumların tek yönlü olarak insan veya gruplara ulaştırılmasıdır.

Kitle iletişimi ise, iletinin bir ya da daha çok kitle iletişim araçları-gazete, dergi, kitap, radyo,televizyon, sinema, internet vb-aracılığıyla geniş ve bilinmeyen bir kitleye -okuyucu, dinleyici, izleyici kitlesi- iletilmesidir.

Burton ve Dimbleby'e göre kitle iletişimi, birkaç kişinin büyük sayıdaki kişiler için ileti yaratmasıdır. Defleur ve Dennis'e göre ise, kitle iletişimi bir süreçtir. Kitle iletişiminde bazı öğeler vardır. Kitle iletişim araçlarını ele alırsak iletici, mesaj ya da ileti, araç ve alıcı öğelerini rahatlıkla görebiliriz. Örneğin en çok kullanılan kitle iletişim araçlarından olan gazetenin muhabiri iletici konumundadır. Muhabirin verdiği haber mesaj, haberin yayınlandığı gazete araç, okuyucu ise alıcıdır. Bu basit bir örnektir, çünkü kitle iletişim araçlarında çalışan çok sayıda iletici vardır. Agee' ye göre kitle iletişim araçlarındaki ileticiler çok fazladır. Kitle iletişim araçları ile verilen mesajlar da oldukça fazladır. Bunlar; haberler, köşe yazıları, grafikler, reklam ve ilanlar, karikatürler, programlar, filmler, diziler, parodiler, clipler, vb. gibi çok geniş mesajlardır. Araç olarak gazete, dergi, kitap, radyo televizyon, (internet de buna dahil edilmelidir) kullanılır. Alıcı grubunu ise okuyucu, dinleyici, izleyici oluşturmaktadır. Buna göre,

1- İletici, bir örgüt televizyon ya da örgütlenmemiş bir kişidir. Kitle iletişimi, örgütlenmemiş kişiler arası iletişimden farklılıklar gösterir.

2- Mesajlar ya da iletiler nicel ve nitel yönlerden farklıdır: İletiler standartlaştırılmıştır ve kitlesel üretim söz konusudur, diğer deyişle çok sayıda ileti söz konusudur. İletiler, sistemli olarak verilir.

3- Kanal, kitle iletişimini gerçekleştirecek şekilde yapılandırılır.

4- Alıcı ögeyi çok geniş bir izleyici, dinleyici, okuyucu kitlesi oluşturur. Alıcının verici ile ilişkisi kişisel olmayan bir niteliğe sahiptir. Alıcı ile verici arasında denge yoktur. Kitle iletişim sürecinde alıcının iletiye tepkisi, iletişim sürecine göre çok daha zayıftır; ileten tarafından hemen alınamadığı gibi hiç alınmaması da söz konusudur (Aziz, 1981:28).

Kitle iletişim araçları sayesinde kitle iletişimi doğmuş ve iletişimin boyutları genişlemiştir. Kitle iletişim araçları enformasyon dağılımında da büyük bir rol üstlenmiştir. Özellikle gazete, radyo ve televizyonun enformasyon yaymadaki gücü ve etkinliği tartışılmaz. Ama kitle iletişim araçları bunlarla sınırlı değildir.

Kitle iletişim araçlarını şu şekilde sıralamak mümkündür: Radyo, tv, video, basın, kaset, plak, sinema, kitap, dergi, tiyatro, afiş, el ilanı, duvar, yazısı, siyasal miting, konser, telefon, telgraf, teleks, telefoto, faksimile, radyo foto, radyo link sistemleri, kablolu televizyon, iletişim uyduları, bilgisayarlar. Bunlara, artık, interneti de ilave etmek gerekmektedir.

Günümüzün ve geleceğin en büyük iletişim aracı, bilgisayar ve dolayısıyla internettir. Çünkü bilgisayar, hem kitle iletişim aracıdır, hem de yüz yüze iletişimi sağlayan bir araçtır. Bir iletişim aracı ile kurulan iletişim, anında geri dönebilmeye olanak sağlıyorsa, yüz yüze iletişim sayılır. Buna örnek olarak da telefon gösterilebilir. Bilgisayar, fiziksel uzaklığı ortadan kaldırarak yüz yüze iletişimi sağlayan bir araçtır. Bugün bilgisayar ve internet sayesinde dünyanın öbür ucundaki bir insanla chat yapıp, oyun oynanabiliyorsa, bilgisayarın iletişim teknolojileri içindeki yerini ve önemini tartışamayız. Hatta bilgisayar, dolayısıyla internet ve iletişim teknolojileri, birbirinden bağımsız düşünülemez.

3.2.2. İnternetin Kitle İletişim Araçları Arasındaki Yeri

Kitle iletişiminden söz etmek için öncelikle, internetle doğrudan ilişkili bir kavram olan iletişim kavramına tekrar değinmek yerinde olacaktır. İletişim, gerek

sözcük düzeyinde, gerekse kavramsal düzeyde; doğrudan, yani yüz yüze veya bazı durumlarda bütün enformasyon akışını ifade etmekte kullanılan çok geniş bir açılıma sahiptir.

İletişim kavramının geçerliliği, anlamlı kodlar içeren iletinin yerine ulaşmasına ve buna bağlı olarak da ileti kaynağının bir şekilde hedefin tepkileriyle etkileşmesine bağlıdır ve bu bağımlılık ilişkisi belirli yöntem, teknik ve mekanizmaları içerir. Dolayısıyla, iletişim bir "yayımlama eylemi" (Şenyapılı, 1981:39) olduğu kadar aynı zamanda "alma ve tepki gösterme"yi de (reaksiyonu) kapsar (Şenyapılı, 1981:40).

Kitle iletişiminin diğer iletişim biçimlerinden ayırıcı özellikleri, genel olarak şu şekilde sıralandırılabilir: Öncelikle kamusaldır ve kurumsallığı gerektirir. Ancak burada kurumsallık, "kamu yararına" olduğu varsayılan belli ilke ve politikaların oluşturulması ve uygulanması etkinliklerini de içermektedir. Bundan başka, kitle iletişim araçları tarafından yayılan kültürel ürünler, halkın çoğunluğu tarafından kolayca elde edilebilir. Bütün bu özellikleriyle birlikte kitle iletişimi, tek bir kaynaktan çok sayıda tüketiciye yönlendirilmiş sürekli bir bilgi akışını ifade etmektedir.

Kitle iletişim araçları genel olarak; görsel, işitsel ve görsel-işitsel olmak üzere üç ana grupta sınıflandırılmaktadır. Tüketiciler açısından baktığımızda kitle iletişim araçları ve internet arasında önemli bir farklılık mevcuttur. Her bir kitle iletişim aracının olanakları çerçevesinde belli sınırlılıkları vardır ve tüketiciler de bu sınırları gözetmek zorundadır. Örneğin, işitsel bir aygıt olarak radyo, dinleyicisine yalnızca işitsel olanakların elverdiği ölçüde enformasyon akışını gerçekleştirebilir.

İnternet, bütün bu kategorilerden daha fazlasını yapısında barındırmaktadır. Bu nedenle internetin, diğer iletişim tanımlarının dışında bir yerde değerlendirilmesi yerinde olacaktır. İnternet her ne kadar kurumsal ve kamusal içeriğiyle kitle iletişim araçlarına benzer bir yapıya sahip olsa da, hem radyo, hem televizyon, hem film izleme aygıtı; hem de yazılı basın işlevlerini bir arada barındırdığı gibi, bunların da ötesinde elektronik posta ve sohbet olanaklarına da sahiptir. Dolayısıyla internetten söz ederken, onun bir kitle iletişim aracı değil, aynı zamanda bir "kitle etkileşim aracı" olduğunu düşünmek daha doğru olacaktır. Çünkü internetin en belirleyici özelliklerinden biri, enformatik akışın kullanıcılar tarafından yönlendirilebilmesidir. Diğer bir deyişle, kullanıcılar, enformasyonla etkileşme olanağına sahiptir (Eltugay, 2000).

İnternetin belirleyici diğ er bir özelliği ise, modern insanın zaman kavrayışına belli noktalarda hitap etmemesidir. Tarihselliğin bir ilk koşulu olarak zamanı, hayatın soyut bölümlenmesi şeklinde tanımlayabiliriz. Modern zaman algısı bireyin ve toplumların organizasyonu ile, farklı zaman dilimleri arasında karşılaştırma ve değerlendirme olanağı sağlamaktadır. Bu haliyle aslında bir soyutlama olan zaman, tarihsel ve yaşamsal neden sonuç ilişkileri geliştirilmesinde son derece somut bir işlevi yerine getirir. Zaman kavramıyla anlam kazanan geçmiş, şimdi ve gelecek ayrımı da tarihselliğin belirleyici unsurlarıdır (Eltugay, 2000).

İnsan yaşamında zaman, aynı zamanda sınırları da belirleyen bir kavramdır. Varolan her etkinlik, davranış vb. belli bir zaman içerisinde gerçekleşmektedir. İnternetin en önemli özelliği ise, aktardığı verileri, zamana bağlı olmaksızın kullanıcılara ulaştırmasıdır. İnternet kullanımı, zamandan bağımsız olarak gerçekleştirilen bir eylemdir. İnternet, zamandan ve mekandan kaynaklanan mesafeleri, farklılıkları ortadan kaldıran özelliğinden dolayı, diğ er kitle iletişim araçlarından ayrılmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının temel özelliklerinden biri zamana bağımlı olmalarıdır, yani belli periyotlarla enformatik akışı gerçekleştirirler. Gazeteler günlük veya haftalıktır, radyolar ve televizyonlar yayın akışları uyarınca belli formatlı yapımları, belli gün ve saatte yayınlamak zorundadırlar. Bu durum, aynı zamanda kitlesel iletişimin temel bir koşuludur. Her bir kitle iletişim aracı, tüketicici hedefine, neyi nerede ve ne zaman bulabileceğini, yapısı ve işleyişi gereği bildirmek zorundadır (Eltugay, 2000).

Diğ er tarafından internet, henüz televizyon ve radyo kadar yaygın değildir. Bilgisayarın ne kadar basitleştirilirse basitleştirilsin, belli bir uzmanlık gerektirmesi, kullanım kolaylığı taşımaması, yaygınlaşamamasının en önemli nedenidir. Televizyon ve radyonun kitleselleşmesinde, basit teknolojiye sahip olmasının büyük etkisi vardır. Bunun yanında, televizyon ya da radyo, bilgiyi, haberi, tek yönlü iletiğinden, toplumu etkileme konusundaki etkisi tartışılmazdır.

İnternetin, televizyonun geldiği noktaya ulaşması kolay olmayacaktır. Çünkü internete bağlanabilmek için bilgisayara, internet servis sağlayıcılarına ve iletişimi sağlayan kuruma belli bir ücret ödenmesi gerekmektedir. Bu  cretler de, internetin,

televizyon ve radyo gibi yaygın biçimde kitleselleşmesini zorlaştırmaktadır. Bununla birlikte internetin kitle iletişiminde, radyo ve televizyonun etkinliğini gelecekte yakalayacağı öngörülebilir.

Kitle iletişim araçlarının sahipleri açısından bakıldığında ise, internet diğer kitle iletişim araçlarına göre çok daha ucuza mal edilebilmektedir. Bugün dünyada internet şirketleri; televizyon, gazete ve dergi ile radyo yayıncısı şirketleri satın almaktadır. Bir iletişim devrimi olan internetin önemi, kısa sürede anlaşılmış ve internet şirketleri olağanüstü hızla büyümüştür. Aynı şey dünyada olduğu gibi ülkemizde de söz konusudur. Bugün artık internet ortamında gazete ve dergi çıkarılmakta aynı anda okuyuculara sunulmaktadır. Bir dergi veya gazete baskısı; baskı miktarı kadar maliyet, iadelerin nasıl dönüştürüleceği gibi sorunlarla boğuşurken, internet ortamında yayınlamak, birçok sorunu ortadan kaldırmaktadır.

Bugün bir televizyon kurup, bunu çok izlenir hale getirmek için starlar transfer edip programlar üretmek, daha da önemlisi yayın yapabilmek için uydu kiralari, buna gereken teknolojik aletler ve de buna devamlılık sağlamak en az yüz milyon dolardır. Bunu yapmak yerine, ürettiğiniz tüm canlı veya banttan programları bir liste halinde izleyiciye vermek ve seç demek, seçilen programı download edip (kişisel bilgisayara kaydedip) izlettirmek, maliyeti birkaç milyon dolara düşürmektedir. Müzik eserlerinde mp3 ile artık bu ortam müzik piyasası haline gelmiştir. Sinema eserleri ve videolar için de listeyi yayınlayıp, verin kredi kartınızı filmi “download edin” demek üzeredir. (Öngören, 2000).

Kişisel iletişim olan e-mail ve internet üzerinde telefon görüşmelerinin yanında chat odalarında topluca konuşup ve e-mail listelemesi ile aynı anda bin kişiye bir mesajı iletme ise ne bir yayın yani kitle iletişimi ne de bir kişisel iletişimdir. Bu ikisinin dışında ayrı bir iletişim biçimidir. Buna çoklu iletişim ya da etkileşim diyebiliriz. Ülkemizde internet kullanımı şimdilik yaygın değilse de, nasıl zamanla herkesin televizyonu, buzdolabı olmuşsa en geç on yıl sonra köylerdeki evlerde bile internet araçları olacaktır. Her evde bir internet olması sonucu internetin kitle iletişim boyutu hedeflenen noktaya ulaşacaktır (Öngören, 2000).

Sonuç olarak internet, kitap, dergi veya gazete gibi, televizyon ve radyo benzeri bir kitle iletişim-etkileşim türüdür. Yani bilgisayarlardaki görüntü ve seslerde bir yayın olarak kabul edilmektedir. Gelecekte yayıncılık alanında en önemli araç, dünyanın her

yerine bilgi ve haberi veya eğlenceyi kolayca ulaştıran internet olacak ve ancak buna program üreten üretici veya organizatör şirketler ayakta kalabilecektir.

3.3. İnternetin Geçmişi

İnsanoğlu yüzyıllardır gelişimin peşinden koşmuş; sürekli daha iyiyi, daha güzeli yakalama arzusu içerisinde doğayla ve kendisiyle olan savaşını sürdürmüştür. Teknolojik gelişmeler özellikle 20. yy ikinci yarısı itibariyle insanoğlunun daha önceki devirlerle kıyaslanmayacak ölçüde bir sıçrama yapmasına neden olmuş, iş hayatı, toplumsal yaşam ve bireysel ilişkilerde radikal değişimler yaşanmıştır. Bu değişimlerin yaşanmasındaki en önemli etken, bilgisayar ve onun öncülük ettiği bilişim sektöründe yaşanan ilerlemelerdir.

İnternet hayatımıza girdiğinde, yapısı çok sayıda insanı birbirlerine elektronik posta ile bağlayan dev bir iletişim ağı şeklindeydi. Bu iletişim ağını diğerlerinden (radyo, televizyon, telefon) ayıran en önemli özellik, çok taraflı bir iletişimi olanaklı kılmasıydı. Bu özelliği ile internet, söyleyen ile dinleyen arasında kategorik bir farkın olmadığı sözlü, yüz yüze iletişim kipine çok yakındır (Eşitmez, 1997).

İnternet, 1969 yılında Güneybatı Amerika'da bulunan dört büyük bilgisayarı birleştiren kontratla ARPA (Advanced Research Projects Ağencü) tarafından başlatıldı ve 1969'da hayata geçirildi. 1970'e gelinmesiyle M.I.T , Harvard, BBN ve SDC şirketi de bu ağı ekledi. 1971'de Amerikan Uzay ve Havacılık Dairesi (NASA) gibi birçok kuruluş bu ağı kapsamına girdi ve liste her geçen gün büyümeye devam etti. İnternet, herhangi bir nükleer saldırıda bir kısım parçaları zarar görmesi durumunda bile iletişim ağının çalışacağı şekilde tasarlandı. Kullanılan hatlardan birinin uygun olmadığı durumda, trafik alternatif hatlara yönlendiriliyordu. Başlangıç dönemlerinde internet, bilgisayar uzmanları, mühendisler ve bilim adamları tarafından kullanılıyordu. Kullanımı kolay değildi. İlk zamanlarda kişisel, ev ya da ofis bilgisayarları yoktu ve internet, karmaşık bir sistemin öğrenilmesiyle kullanılabilirdi (www.itu.edu.tr/bid/bilgi/dokuman/tarihce.html).

1973 yılında, ağı için bir protokol seti geliştirmek amacıyla Stanford Üniversitesi'nde bir internetworking projesi başlatıldı. 1978'e kadar "İletim Kontrol Protokolü"nın (TCP - Transmission Control Protocol) dört uyarlaması geliştirildi ve

denendi. 1980'de bu küme sabitleşti ve ARPANET'e bağı bilgisayarlar arasındaki iletişimi kolaylaştırdı. 1983'te tüm ARPANET kullanıcıları "İletim Kontrol Protokolü/ Internet Protokolü (TCP/IP Transmission Control Protocol/Internet Protocol)" olarak bilinen yeni protokole geçiş yaptılar. O yıl, TCP/IP, ARPANET'i de içeren Savunma Bakanlığı internetinde kullanılmak üzere standartlaştırıldı. ARPANET, Haziran 1990'da kullanımdan kaldırıldı. Yerini ABD, Avrupa, Japonya ve Pasifik ülkelerinde ticari ve hükümet işletimindeki omurgalar (backbone) aldı. ARPANET'in kaldırılmasına rağmen, TCP/IP protokolü kullanılmaya devam etti ve gelişti (www.itu.edu.tr/bid/bilgi/dokuman/tarihce.html).

Günümüzde tüm dünyayı saran internet ağının temeli Amerikan ve Sovyet Rusya arasındaki rekabete dayanmaktadır. İnternetin kronolojik gelişimi şöyledir:

- 1957'de Sovyetlerin ilk yapay dünya uydusu olan Sputnik'i fırlatmaları üzerine ABD Savunma Bakanlığı, bilim ve teknolojinin orduya en iyi şekilde uygulanması için ARPA projesini başlattı.

- Amerikan Hava Kuvvetleri 1962 yılında ABD'ye yapılabilecek bir nükleer saldırıdan sonra bile misiller ve bombardıman uçakları üzerindeki kontrollerini nasıl sürdürebileceğini araştırmaya başladı. Bu amaçla yapılan araştırmada merkezi olmayan askeri bir bilgisayar ağının tüm ülkeye yayılabileceği ve bir nükleer saldırıya karşılık, karşı saldırı yapabileceği gösterildi. ARPA projesi bu ağı destekledi ve ARPANET adını aldı.

- 1969'da ilk fiziksel ağ California'da kuruldu. İlk kurulan bilgisayar ağı tüm ülkede sadece 4 noktada terminale bağlıydı.

- 1972 yılında terminal sayısı 23'e ulaştı ve elektronik posta kavramı ortaya çıktı.

- 1976'da radyo ve uydu bağlantıları sayesinde ABD ve Amerika Kıtası bu ağ üzerinde birleştirildi.

- 1979'da ilk bilgisayar haber grupları ortaya çıktı ve IBM şirketi, internetin babası sayılan BITNET sistemini yarattı.

- 1980'lerde soğuk savaşın etkisini yitirmesiyle akademik ve ticari çevreler bu bilgisayar sistemine ilgi göstermeye başladı. O zamanlar sistem, sadece elektronik posta amacıyla kullanılıyordu.

- 1991'de Tim-Berners Lee, World Wide Web'i (www) icat etti. Bu sistem hypertext denen daha görsel bir temele dayanıyordu ve araştırmaların ve bilgilerin

paylaşılmasını kolaylaştırmak amaçlanıyordu. WWW'nin ortaya çıkması aynı zamanda ticari çevreleri de motive etti. Bu tarihte kullanıcı sayısı 617,000'e ulaştı ve bilgisayar ağı bugünkü anlamda internet adını aldı.

1990'larda internet kullanıcı sayısı ve fiziksel yapısı katlanarak arttı. Ticari kurumlar, üniversiteler, organizasyonlar ve devlet kurumları bu gelişime ayak uydurdular. Bağlantı noktalarına isim verilmeye başlandı ve bu kurumlar kendi adlarına internet siteleri açmaya başladılar. 1994'de internet üzerinde ilk siberbanka kuruldu. Pizza Hut firması, internet üzerinden sipariş almaya başladı. AT&T, MCI gibi iletişim firmalarının hemen hepsi internete yatırım yapmaya başladılar (www.itu.edu.tr/bid/bilgi/dokuman/tarihce.html).

İnternetin ülkemizdeki gelişimi ise, 1990'lı yılların başına dayanır. Türkiye, internete Nisan 1993'ten beri bağlıdır. İlk bağlantı ODTÜ'de gerçekleştirilmiştir. 64kbit/san hızında olan bu hat, çok uzun bir süre, tüm ülkenin tek çıkışı olmuş ve internet, tüm Türkiye'de (öncelikle akademik ortamlarda) yaygınlaşmaya başlamıştır. Ege Üniversitesi'nden olan bağlantı ise, 1994 başlarında, 64kbit/san. hızı ile gerçekleştirilmiştir. Ardından sırayla, Bilkent Üniversitesi (1995 Ekim), Boğaziçi Üniversitesi (1995 Kasım) ve İTÜ (1996 Şubat) bağlantıları gerçekleşmiştir. 1996 yılı Ağustos ayında da Turnet çalışmaya başlamıştır. 1997 yılına gelindiğinde, akademik kuruluşların internet bağlantısını sağlayan ULAKNET çalışmaya başlamış ve üniversiteler nispeten hızlı bir omurga yapısıyla birbirlerine bağlanmış ve internet, kullanır hale gelmiştir. 1999 yılı içerisinde, ticari ağ altyapısında büyük değişiklikler olmuş ve TURNET'in yerini TTNNet adında yeni bir oluşum almıştır. 2000'lerin başında; ticari kullanıcılar TTNNet omurgası üzerinden; akademik kuruluşlar ve ilgili birimler de Ulaknet omurgası üzerinden internet erişimine sahiptir. Ayrıca bu iki omurga arasında yüksek hızlı bağlantı mevcuttur (<http://www.mersin.edu.tr/tkm/css/b201.html>).

Şu anda Türkiye'nin Internet çıkışını sağlayan merkezler dört grupta toplanabilir:

- Üniversiteler ve akademik kuruluşların internet bağlantı çıkışları
- Genellikle ticari kuruluşların ve Internet Servis Sağlayıcılarının (İSS) yararlandığı TTNET çıkışları
- Diğer bazı özel şirketlerin ve servis sağlayıcıların, TTNET ile yaptıkları İnternet Erişim Noktası (İEN) anlaşması sonrasında kullandıkları yurtdışı çıkışları.
- Bunların dışında kalan diğer bağlantılar

3.4. İnternet Cafeler

3.4.1. İnternet Cafeler ve Türkiye’de İnternet Cafelerin Genel Yapısı

İnternet cafe olgusuna dışarıdan ve yüzeysel olarak bakıldığında, saat üzerinden kiralama sistemi ile çalışan, ev ya da işyerinde internet erişimine sahip olmayan kişilere, internet ve bilgisayar kullanma imkanı sunan mekanlar olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, internet ve bilgisayar teknolojisinin yüksek maliyeti ve internet çafelerin kullandığı teknolojik avantajlar değerlendirildiğinde, internet cafe olgusu anlamlı bir tercih olarak görülmektedir. Araştırma sürecinde bu mekanlar, bazı kaynaklarda olduğu gibi “internet kafe” şeklinde değil, yaygın olarak kullanılan adıyla “internet cafe” şeklinde ifade edilecektir.

İnternet cafe kavramı, ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri’nde ortaya çıkmıştır. İnternet, çağın buluşu olarak servise sunulduğu günden bugüne askeri, ticari, eğitim, sağlık, iletişim, akademik ve sosyal bir çok devrimin yaşanmasına sebep olmuştur. Başlangıçta sadece kurumların faydalanabildiği bu hizmet, zaman içinde bireysel kullanıma sunularak yüz milyonlarca insanın ihtiyaçlarını karşılamaya başlamıştır. Hizmeti almada yaşanan inanılmaz hız, insanların yaşamında ekonomi ve konfor olarak büyük bir devrim yaratmıştır. Çoğunlukla basılı dokümanlar olarak sağlanmaya çalışılan birçok hizmet; büyük bir kağıt, petrol ve kimyasalların tüketimine sebep oluyor, bu da çevreyi çok olumsuz etkiliyordu. İnternetin yaygınlaşması, bu tüketimi azaltmıştır (web.ttnet.net.tr/cafedialog/amac.htm).

İnternet cafeler; insanların bilgisayar ihtiyaçlarını, evlerinin ve ofislerinin dışında sokakta temin edebilmelerini sağlamıştır. İnsanların adrese bağımlı olmadan, hemen her köşe başında hizmeti, kiralayarak daha düşük maliyetlerle ve konforlu olarak almasını sağlamıştır. Zaman içinde, cafe kavramı bu bilgisayar salonları olarak adlandırabileceğimiz mekanlara girmiş ve sosyal bir anlam da yüklenmiştir. Hizmet çeşitliliği her geçen gün gerek donanım gerekse sosyal olarak sürekli artmıştır. Bu nedenle internet cafelere olan ilgi sadece bilgisayar ve internet olmaktan çıkmış, bir çok etkinliğin sunulduğu son derece renkli, sosyal ortamlar haline gelmiştir.

İnsanlar bilgisayar ve internetten faydalanırken evlerinden, ofislerinden çok daha konforlu, keyifli ve sanal olmayan bir ortamda vakit geçirmelerini ve çalışabilmelerini

sağlamıştır. Bilgisayar, donanım ve internet aboneliği fiyatlarının yüksekliği, internet cafelere olan ilginin daha da artmasına sebep olmuştur. Böylece çağın teknolojisi toplumun bütün kesimlerine daha düşük maliyetlerle ulaşmaya başlamıştır (web.ttnet.net.tr/cafedialog/amac.htm).

Genel olarak internet cafe, içinde internet bağlantılı bilgisayarları olan, içecek ve yiyecek servisi de yapılan modern dinlenme ve öğrenme mekanları olarak tarif edilebilir. Bu mekanlarda, internet kullanımının yanı sıra, bilgisayarlarda oyun oynama, yazıcıdan çıktı alma servisi, temel bilgisayar kullanımı hizmetleri de verilmektedir.

İnternetin çok hızlı geliştiği ülkelerden biri olan Türkiye’de, kayıtlı internet abonesi sayısının 2.5-3 milyon civarında olduğu sanılmaktadır. Kayıtlı kullanıcıların yanı sıra, işyeri ve internet cafe gibi mekanlardaki kullanım da dikkate alındığında, internetteki Türk nüfusunun 4 milyona yaklaştığı tahmin edilmektedir. İnternet kullanımında önemli bir yer tutan internet cafelerin sayıları tam olarak bilinmemekle birlikte, Emniyet Genel Müdürlüğü’nün 24.12.2001 tarihli belgesine göre, yasal olarak faaliyet gösteren internet cafe sayısı, 5.374’dür. Türkiye’de 1997 nüfus sayımına göre 38.288 yerleşim yeri (il, ilçe, bucak ve köy) olduğu düşünülürse, bu sayının 5.374’ün çok üzerinde olduğu tahmin edilmektedir.

İnternet cafelerdeki bilgisayarların kullanım ücreti, cafenin bulunduğu kente ve semte göre değişiklikler göstermektedir. Örneğin, Diyarbakır merkezindeki internet cafelerde, bilgisayarın bir saatlik kullanım ücreti (Mart-Nisan 2002), 500.000-1 milyon TL. civarındadır. Diyarbakır’ın nüfusu 700 bin civarında olup, buna karşın yasal olarak faaliyet gösteren 38 adet internet cafe bulunmaktadır. Ancak bu sayı gerçeği yansıtmaktan uzaktır. Araştırmamızda 42 internet cafeye ulaşılması, bu sayının doğruluğu hakkında şüphe uyandırmaktadır.

Özellikle gençlerin rağbet ettiği internet cafelerin bu denli talep görmesinin nedenlerinden en önemlisi, gerek görsel gerek yazılı basında çıkan internet haberleri ve reklamlardır. IBS araştırma şirketi tarafından yapılan bir araştırmaya göre, bugün ev ve işyerinden internete bağlananların oranı %63.9. Yani, Türkiye’deki internet kullanıcılarının %36.1’i internete işyeri ve evlerinin dışından bağlanmaktadır. İş ya da evleri dışında internet kullananların %78.8 gibi büyük çoğunluğu internet cafelerden, %22.9’u arkadaşların evlerinden, %4.7’si okuldan, %2’si de diğer yerlerden internete bağlanmaktadır (Erel, 1999).

Emniyet Genel Müdürlüğü'nün 24.12.2001 tarihli "İllere Göre Umuma Açık Yerler İstatistiği" verilerine göre ülkemizdeki internet cafelerin illere göre dağılımı şöyledir:

Tablo 1: Türkiye'de İllere Göre İnternet Cafelerin Dağılımı (2001)

İLİN ADI	İNTERNET CAFE SAYISI	İLİN ADI	İNTERNET CAFE SAYISI
ADANA	105	İZMİR	399
ADİYAMAN	33	K.MARAŞ	12
AFYON	50	KARABÜK	40
AĞRI	18	KARAMAN	11
AKSARAY	12	KARS	13
AMASYA	30	KASTAMONU	50
ANKARA	480	KAYSERİ	43
ANTALYA	32	KİLİS	6
ARDAHAN	5	KIRIKKALE	29
ARTVİN	18	KIRKLARELİ	24
AYDIN	64	KIRŞEHİR	14
BALIKESİR	54	KOCAELİ	282
BARTIN	11	KONYA	47
BATMAN	25	KÜTAHYA	63
BAYBURT	7	MALATYA	52
BİLECİK	29	MANİSA	399
BİNGÖL	8	MARDİN	40
BİTLİS	29	MUĞLA	29
BOLU	10	MUŞ	6
BURDUR	14	NEVŞEHİR	26
BURSA	107	NİĞDE	16
ÇANAKKALE	61	ORDU	37
ÇANKIRI	12	OSMANİYE	22
ÇORUM	56	RİZE	39
DENİZLİ	24	SAKARYA	133
DIYARBAKIR	38	SAMSUN	129
DÜZCE	9	SİİRT	25
EDİRNE	39	SİNOP	21
ELAZIĞ	22	SİVAS	21
ERZİNCAN	13	Ş.URFA	22
ERZURUM	85	ŞİRNAK	15
ESKİŞEHİR	107	TEKİRDAĞ	113
G.ANTEP	89	TOKAT	7
GİRESUN	33	TRABZON	25
GÜMÜŞHANE	13	TUNCELİ	10
HAKKARİ	4	UŞAK	34
HATAY	85	VAN	44
İÇEL	167	YALOVA	14
İĞDIR	12	YOZGAT	37
ISPARTA	17	ZONGULDAK	89
İSTANBUL	909	TOPLAM	2.438
TOPLAM	2.936	GENEL TOPLAM	5.374

İnternet cafeler, sadece internet kullanmaya duyulan ihtiyacın giderildiği yerler değil, bunun yanında müdavimlerin sosyalleştikleri yeni "güvenlik alanları"dır. Bunun en önemli kanıtı, evinde ve iş yerinde internet erişim olanağı bulunan kimselerin de internet cafeye gidiyor olmasıdır.

İnternet cafeye gitme nedeninde ve gidilecek internet kafeyi seçmede arkadaş faktörü de önemli bir unsur olarak gözönüne alınmalıdır. Bu yönüyle, arkadaşlarıyla birlikte olmak amacıyla, sosyalleşme mekanı olarak internet cafeye gidenler de bulunmaktadır. İnternet cafe kullanıcılarının, gidecekleri cafeyi seçerken arkadaşlarının gittiği cafeyi tercih ettikleri ya da yeni arkadaşlıklar kurarak aidiyet geliştirecekleri mekanları tercih ettikleri de sıklıkla görülmektedir. Yapılan gözlemlerde, internet cafe kullanıcılarının, cafe arkadaşlıklarını sosyal hayatın farklı alanlarına taşıdıkları anlaşılmıştır. Sonuç olarak, internet cafeler, internet erişimi dışında, sosyalleşme olanağı da sunan mekanlardır.

İnternet cafeler, mekanın kullanım amacına bağlı olarak farklılaşmaktadır. Bu mekanlar, oyun oynananlar, internet erişimi için kullanılanlar ve her ikisi için de kullanılanlar olarak ayrılabilir. İnternet cafelerin arz-talep olgusuna göre çalışan ticari işletmeler oldukları düşünüldüğünde, internet cafe işletmecilerinin bu taleplerden etkilenmeleri de beklenen bir durumdur.

Yaşanılan ve gözlenen farklılaşmaya bağlı olarak, mekanın dizaynı ve mekanın kullanım şekilleri de değişiklik göstermektedir. Yoğun olarak chat yapılan chat internet cafelerde, ekranlar izole bir ortamda bulunmakta ve başka kimse tarafından görülmeyecek şekilde konuşturılmaktadırlar. Pek çok internet cafede (özellikle chat yapılanlar), ekranlar birbirinden paravanla ayrılmaktadır. Bazı internet cafelerde (özellikle oyun oynananlar) ise, düzenleme, ekranın diğer bir kişi tarafından görülmesini engellemeyecek şekilde, kullanıcıların fiziksel, görsel ve işitsel temasına izin verecek şekilde yapılmaktadır. Ayrıca, bazı internet cafelerde, bilgisayarlar dışında, yemek yeme, dinlenme olanağı da sunmaktadır.

3.4.2. İnternet Cafelerin Yasal Altyapısı

IBS Pazar Araştırmaları Hizmetleri'nin 2001 yılında, Türkiye'nin 7 ilinde, 12 yaş üzeri 1500 kişi ile yaptığı araştırma sonuçlarına göre, ankete katılanların %38'i, bilgisayarı evlerinde kullanıyor ve bunların %85'i, internete bağlanıyor. %15'i, bilgisayarları yalnızca işyerlerinde kullanıyor ve bunların %77'si internete bağlanıyor. %11'i, hem işyerinde hem de evlerinde bilgisayar kullanıyor. Ankete katılanların %35'i

ise, bilgisayarı - bizim araştırmamızın asıl konusu olan - internet cafelerde kullanıyor ve bunların tamamına yakını internete bağlanıyor. Araştırmaya göre ülkemizde 5 milyona yakın kişi, internet kullanıcısıdır. İnternet kullanıcılarının ülke nüfusuna oranı yaklaşık %7,2'dir (<http://turk.internet.com/eticaret/reklam/image>).

İnternet cafelere yönelik ilk düzenleme, İçişleri Bakanlığı'nın 02.12.1998 tarih ve 233 sayılı genelgesiyle yürürlüğe konulmuştur. Bu genelgede internet cafelerle ilgili ayrıntılı düzenlemeler yapıncaya kadar belediyelerden aldıkları ruhsatla faaliyette bulunacakları ve bu yerlere belediye tarafından işyeri açma ve çalıştırma ruhsatı verilirken, eğitim öğretim kurumlarına 200 metre uzak olma şartı aranacağı belirtilmiştir.

1998 yılında yayınlanan ilk genelgenin ardından bir yıl sonra 30.12.1999 tarih ve 23922 sayılı resmi gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren "Açılması İzne Bağlı Yerlere Uygulanacak İşlemler Hakkında Yönetmelik"le internet cafeler, mülki amirin izniyle açılan içkisiz, halka açık, istirahat, eğlence ve oyun yerleri kapsamında değerlendirilmiştir. 02.03.2000 tarih ve 00054 sayılı genelgede internet cafelerle ilgili yapılacak işlemler bu kez ayrıntılı olarak açıklanmıştır. İnternet cafelerin üç kısımda değerlendirildiği "Kumar, bahisler, pornografik yayın, devletin ülkesi ve milleti ile bölünmez bütünlüğünü zedeleyici ve anayasal düzeni yıkma amacına yönelik kurulan web sitelerinin kullanımına müsaade edilen veya izinsiz oyun yeri gibi işletilen internet cafeler" adlı İçişleri Bakanlığı'nca yayınlanan ve Emniyet tarafından denetimi sağlanacak olan internet cafelerle ilgili genelgenin uygulama talimatı kısaca şöyledir:

* İnternet erişimi sağlanan bilgisayarlarla oyun oynanmasına izin verilmeyen internet cafelerin açılması sırasında "eğitim ve öğretim kurumlarına 200 metre uzaklıkta bulunma" zorunluluğu aranmayacak.

* İnternet cafelerde bilgisayarlar dışında hiçbir elektronik veya mekanik oyun alet ve makineleri bulundurulmayacak. Ayrıca, bilgisayarlarla oyun oynatılmasına izin verilmeyecek.

* İnternet üzerinden zararlı yayın yapan web sitelerinin işlemleri kapatılacak.

* Her çeşit suç unsuru taşıyan nitelikteki sitelerin kullanılmasına izin verilmemesi konusunda internet cafe işleticileri ilan panoları hazırlayarak müşterilerin görebileceği yere asacak.

- * Kumar siteleri, bahis ve pornografik sitelere internet üzerinden erişim yapılamayacak.
- * Devletin bölünmez bütünlüğünü zedeleyici ve anayasal düzeni yıkma amacına yönelik kurulan sitelere erişim sağlanmayacak.
- * Lisanssız ve bandrolsüz her türlü film, bilgisayar yazılımı, bilgisayar ortamında tutulan veri ve bilgisayar oyunlarına ait CD ve benzeri ekipmanların yasadışı olarak kopyalanması, kiralanması ve satılmasına izin verilmeyecek.
- * İnternet aracılığıyla diğer bilgisayar sistemleri ve ağlarına zarar verilmesi engellenecek.
- * 15 yaşından küçüklerin internet cafelere alınmasına izin verilmeyecek. 15 - 18 yaş arasındaki küçüklerin de akşam belli bir saatten sonra beraberinde ailesi olmadan internet cafelere alınıp alınmayacağı valilikler tarafından belirlenecek.
- * İnternet cafelerin açılış ve kapanış saatleri, valiliklerin onayıyla belediyeler tarafından belirlenecek.

Emniyet Genel Müdürlüğü verilerine göre şu an ülkemizde 5.374 internet cafe bulunmaktadır. Yukarıda belirtilen talimatlar gereği, 2000 yılından 2001 yılı Mart ayına kadar yapılan denetimler sonucunda internet cafe'lerde kumar, pornografi ve benzeri suç içeren sitelere erişim olanağı sağlamak ve küçük yaşta çocuk bulundurmak gibi nedenlerle suç işlenmesi dolayısıyla 865 kapatma cezası, 68 faaliyetten men cezası, 592 ihtar ve 35 ruhsat iptali, toplam 1551 cezaî işlem yapılmıştır. Bunlar bir yılı birkaç ay aşan bir süre içinde yapılan işlemlerdir (<http://www.adalet.gov.tr/basin/b6.htm>).

3.5. Enformasyon Toplumunda İnternet ve Yabancılaşma

İçinde bulunduğumuz dönemde, toplumlar ve kültürler çok hızlı bir değişim ve dönüşüm temelinde yeni bir yapılanma sürecine girmektedirler. Yeni gelen çağ "enformasyon çağı", yeni yapılanan toplumda, "enformasyon toplumu" olarak nitelendirilmektedir.

Toplumlar; tarım öncesi, tarım, sanayi ve enformasyon toplumları aşamalarından geçerek bugüne gelmişlerdir. Avcı ve toplayıcı dönemden tarım toplumu dönemine, daha sonra sanayi devrimi ve oluşan sanayi toplumuna, son olarak da 21. yüzyıla doğru iletişim araçlarının gelişmesiyle, iletişim ve bilgi-işlem teknikleri ile bilgi, haber ve mesajların anında dünyanın her yerine her dakika iletilmesiyle oluşan enformasyon

devrimi ve yeni biçimlenen enformasyon toplumu dönemine gelinmiştir. Bütün bu oluşumlar, toplumların sosyal ve kültürel yapılarında çeşitli radikal değişiklikler yaratmıştır (<http://www.geocities.com/sosyolojidunyasi/enform.html>).

Enformasyon toplumu, bilgisayarın geliştirilip etkinliğinin artması çerçevesinde bilgisayarla simgelenmektedir. Sanayileşmenin ileri aşamalarında üretim, otomatik makineler ve bilgisayarlarla otomasyona geçmiştir. Dolayısıyla, insanın emeğine duyulan ihtiyaç azalmıştır. Otomasyon ile üretimde çalışan insan, giderek bir koordinasyon görevi üstlenmektedir. Üretim, insanın el emeğinden çok makineleri kullanmada karar verme ve uygulama işlevi ile bilgili olmayı gerektiren bir yapıya geçmektedir. Otomasyon üretimi ile insanların serbest zamanları çoğalmaktadır. Önemli olan bu serbest zamanları verimli kullanarak, hayat alanlarını daha yaşanılır kılmak için yeni gelişmeler sağlayabilmektir. Bu bağlamda, acaba insan eleştirel bir zihniyet kazanarak, zihinsel aktivitelerini geliştirip, daha iyi bir doğal ve sosyo-kültürel çevre oluşturma faaliyeti mi geliştirecek? Eğer insan kendi yarattığı teknolojinin hakimiyetine girerse, kendisine, çevresine, insanlara, dünyaya yabancılaşmış demektir. Dolayısıyla, George Orwell'in 1984 romanında betimlediği, "Büyük Birader" tasarımıyla teknolojinin kullanılarak insanın yapıldığı bir anomik köle duruma düşmesi kaçınılmaz olacaktır (<http://www.geocities.com/sosyolojidunyasi/enform.html>).

Enformasyon toplumunda iletişim ve bilgi-işlem teknikleri ile enformasyon sektöründe çalışanlar için, çalışma hayatı ev merkezli hale gelebilecektir. Ev merkezli bir hayat, sosyal ilişkileri de etkileyecektir. Televizyonun toplum hayatına getirdiği etki çerçevesinde, elektronik iletişimin sosyal ve kültürel iletişimin yerini alması "toplumun mutlak atomlaşması"na yol açabilecektir. Televizyon ve bilgisayar bağlantılarıyla insan, gerçek dünyayla etkileşime girememekte, sadece gerçekliğin yerine onun görüntüsünü, imajını, bir bakıma suretini ikame etmektedir (Bayhan, 1995). Dolayısıyla, yapay bir hayal dünyasında yaşayan insanın, topluma yabancılaşması tehlikesi artabilecektir.

Bu noktada "yabancılaşma" teriminin tarihsel süreç içinde yüklenen anlamlarına değinmek yerinde olacaktır. Yabancılaşma konusunu kapsamlı olarak ilk kez ele alan düşünürlerden biri olan Hegel'e göre yabancılaşma (Tolan, 1981:76), "bütün'ün bir gelişim süreci içinde somut bir tarzda belirlenmesinde zorunlu olan ve genel anlamda tüm yaşam hareketine biçim veren bir uğrak (moment)tır" (Kızıltan, 1986:12). Hegel,

insani etkinliklerin, insanın yaşadığı çevre ve içinde bulunduğu koşullar arasında varolan uyumsuzluğu yabancılaştırmanın temel gerekçesi olarak değerlendirmektedir. Yabancılaştırma yaşam döngüsü içinde, toplumsal olanla bireysel olan arasındaki denge kurma uğraşı olarak Hegel'e göre kaçınılmazdır.

Hegel, insanın varlık yapısının özünü kendisinden uzaklaşarak kavrayabileceğini söylerken, Marx bu ifadeyi birazcık daha genişleterek, “insanın özünün gerçek temeli her bireyin, her kuşağın kendinden önce bulduğu üretim güçlerinin, sermayelerinin ve sosyal ilişki formlarının toplamıdır” (Kızıltan, 1986:32-33) demektedir. “Marx'a göre insanlık tarihi, insan varlığının giderek gelişmesi, ama aynı zamanda giderek yabancılaştırması anlamına gelmektedir” (Tolan, 1981:142).

Toplumsal ilerleme aşamaları gerçekleştikçe ilkel toplum yapısında yaşamını idame ettirmek için her türlü materyale kendi olanakları çerçevesinde sahip olan insan, bu özelliğini yitirerek “başkalarının oluşturduğu uzmanlaşmış topluluklara katılır ve adeta üretimin bir aracı olur” (Eltugay, 2000). Bu durum, yabancılaştırmayı doğuran önemli bir etkidir.

Marx'a göre “yabancılaştırmanın ölçeği büyüdüğü oranda, insanın dış dünya ile kurduğu ilişki giderek daha yüksek bir düzeyde ondan yararlanma amacına yönelik olmaktadır” (Tolan, 1981:152).

Çağdaş toplumlardaki yabancılaştırma olgusuyla ilgilenen diğer bir araştırmacı olan Erich Fromm ise, yabancılaştırmayı insanlar arasındaki ilişkinin “şeyler” arasındaki ilişkiye dönüşmesi temelinde incelemektedir. Fromm'a göre çağdaş toplumsal yapı içinde bireyin merkeze aldığı tutum ve davranışlar “toplumsal olma” koşuluyla sınırlanmaktadır: Fromm'a göre toplumsal benliğin, bireysel benliğe olan üstünlüğü, çağdaş toplumsal düzenlemelerde insani ilişkilerin de giderek ölçüsü olmaktadır. Çünkü, gerek üretim-tüketim ilişkileri, gerekse çağdaş toplumsal düzenlemelerin bireye yüklediği roller sonucunda bireyler kendilerini, “kendileri olarak” değil, toplumsal rollerine ve etkinlik alanlarına göre tanımlar olmuşlardır. Diğer yandan tüketici kimliği olarak konumlandırılan bir tür “üst kimlik” sıfatıyla yaşamak zorunda olan insanlar, kendilerini “bir büyük çarkın küçük bir dişlisi olmak” duygusundan bir türlü kurtaramamaktadır (Eltugay, 2000).

Geçmişte ya da şimdi “yabancılaştırma” kavramına yüklenen anlamlar, mevcut toplumsal koşullardan bağımsız değildir. Bu koşullar zamanla bir değişim içinde

olduğuna göre, yabancılaşma da bu değişimle birlikte doğal olarak yeni anlamlar kazanmıştır. Ancak günümüze baktığımızda “yabancılaşma” sözcüğünden genel olarak “insanın toplumuyla, çevresiyle, dünyayla ilişkilerinin olumsuzluğu” anlaşılmaktadır (şenyapılı, 1981:27).

Görüldüğü gibi yabancılaşma, özellikle endüstri devriminden sonra pek çok düşünür ve araştırmacının ilgi alanı içine girmiştir. Endüstri devrimi, toplumsal yapının yeniden organize olması anlamında, insanlık tarihinin önemli dönemeçlerinden biri olarak, insanların bireysel gereksinimlerini karşılamak için gündelik yaşamlarını düzenleme alışkanlıklarına son verip, başkalarının gereksinimleri için çalışmalarını, yeni toplumsal sistemin inşasında temel parametre almış, ve böylece yeni toplumsal form yavaş yavaş belirmeye başlamıştır.

Yabancılaşmanın Marx, Hegel ve Fromm'daki karşılıklarına bakıldığında; Hegel, yabancılaşmayı toplumsal olanla bireysel olan arasında bir denge kurma uğraşı olarak değerlendirmektedir. Marx'a göre yabancılaşma, üretim-tüketim ilişkileri ölçeğinde temel olarak bireyin dış dünyadan yararlanma amacı oranında belirginleşmektedir. Fromm ise, yabancılaşmayı insanlar arasındaki ilişkinin “şeyler” arasındaki ilişkiye dönüşmesi temelinde incelemektedir. Görüldüğü gibi her üç düşünür de, yabancılaşmadan söz ederken, bireyin toplumsallaşması sürecinde, bir zorunluluk ilişkisi geliştirmektedir.

Bu yönüyle internete bakıldığında, internet kullanımı sırasında “ben” ve “ teki” kavramlarının, modernizmin çizdiği bağlamdan koparak i  i e geçtiği görülmektedir.

İnternetin yabancılaştırıcı boyutundan söz ederken, yabancılaşmanın en belirgin izlenebileceği boş zaman etkinliği olarak, daha önce de değinilen “chat” üzerinde de durmakta yarar vardır. Bilindiği gibi chat, bilgisayar ortamında bir tür etkileşimli yazışma şekli ve internette sohbet etme biçimidir. Konuşan ve dinleyenin yerini, yazan ve okuyanın aldığı, aradaki ilişkinin yazışmayla gerçekleşen chat, geleneksel sohbetin temel koşulu olan tanışıklığı da ortadan kaldırmaktadır.

Elektronik ortamda sohbet etmenin temel koşulu, bir ara yüzü yani monitörü kullanma zorunluluğudur. Monitör, bu haliyle dolaylı bir sohbet imkanı sağlar. Chat sırasında gerçekleştirilen iletişimde monitör, bir tür duvar etkisi yaparak, kullanıcıları yalnızca oyalar, onları enforme etmez. Enformasyon, aslında her bir kullanıcıya ara yüzden (monitör) geri döner. Ayrıca, kullanıcılar “yalnız” olmaları nedeniyle “ben”i ve

“öteki”ni kendi başlarına üretmek zorunda kalmaktadırlar. Zaten bu yüzden chat sırasında kullanıcının kişisel bir sınırlılığı yoktur, yani herkes herkesi “oynayabilir”, taklit edebilir ve istediği kılığa girebilir. Gerçek kendinden ayrı olarak kurguladığı her bir kişilik yanılması, kullanıcının kendi içindeki “ötekini” ortaya çıkartır (Eltugay, 2000). Ayrıca, chat ortamında “güvenilirlik” son derece azdır ve sanal topluluklar, “yabancılaşma”yı artırabilir. Yüz yüze ilişkinin olmadığı sanal ortamda insanlar, birbirlerine karşı gerçek sorumluluklara sahip değildir.

İnternet ve yabancılaşma sözcüklerinin bulunduğu bir nokta da, internet erişim paketlerinin reklam kampanyalarıdır. Reklamların etkisiyle internet sözcüğünü duyan kimse doğal olarak internetin bir tür eğlence aracı olduğunu düşünecektir. Çünkü modern bireyin en güçlü referans kaynağı olan kitle iletişim araçları, genellikle internetin içeriğini, eğlence ve özgürleşmeyle eşanlamlı sunmaktadır.

Yabancılaşma, bir anlamda da, insanın dünyayı dönüştürme çabalarına karşı ödediği bir bedeldir. Çünkü dönüşüme uğratmak, aynı zamanda da yeni tanımlar üretmeyi zorunlu kılmaktadır. Çevremizle olan ilişkimizi düzenleyen, belirleyen ve bu anlamda da sınırlayan yeni bir aygıt olarak internetin, ifade ve algı biçimlerimiz ile alışkanlıklarımız ve eğilimlerimiz üzerinde önemli bir etken olacağı kesindir. Ancak konuya ne şekilde ve hangi açılardan yaklaşılsa yaklaşılsın, sonuç itibarıyla internetin sunduğu olanaklardan yararlanmak hakkına sahip olan çağımız bireyine, bilgi konusunda, yeni bir bilinçlenme gerekmektedir.

Sonuç olarak, teknolojinin insanın yarattığı bir araç olması bağlamında, daha yaşanılır ve mutlu dünyalar kurmak insanın elindedir. Ancak, insan özne iken nesne durumuna düşerse paradoksal biçimde yabancılaşmaktadır. Teknolojiyi kullanan, eleştirel bilince sahip insan unsuru olmadan, sadece teknoloji tek başına hiçbir anlam ifade etmez.

Bireyin gerçekleştirdiği sosyal ilişki düzeyinin gerçekleştirmek istediği düzeyden düşük olması olarak ifade edilen izolasyon, iletişim sürecindeki eksikliğin gözlemlenebilen karakteristiklerinden biri olarak da ele alınmaktadır. Altman’a göre, bireyler iletişim ihtiyaçlarında kişilik durumsal ve işin gerekleri gibi faktörler yönüyle farklılık göstermektedir. Ancak bireylerin bilgi alışverişleri ya da sosyal ilişki ihtiyaçları orta düzeyin üzerinde ise, genelde buna bağlı olarak sonuç, izolasyon-yabancılaşma olmaktadır (Gürçay ve Kümbül 2001).

Özde, bilgisayar destekli teknolojik gelişmelerin özelde internetin yarattığı, özellikle de izolasyon kavramı ile tartışmaya açılan bazı araştırma sonuçları şöyledir:

Bu alanda gerçekleştirilen ilk araştırma, 1996 yılında Norman Nie ve Lutz Erbing tarafından 2689 hane halkı ve 4113 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın hareket noktasını “internete daha fazla zaman ayırmanın gerçek yaşama daha az zaman ayırmaya neden olacağı” düşüncesi oluşturmaktadır. Araştırmanın sonuçları varsayımı destekler biçimde “internet insanı kalabalıkta yalnız hale getiriyor” şeklinde olmuştur. Çalışmadan elde edilen en önemli bulgu, haftada 5 saat ya da daha fazla internete bağlananların bağımlı oldukları şeklinde tanımlanmaktadır. Araştırmanın sonuçlarına göre şunları söylemek mümkündür (Kuloğlu, 2001:36):

- İnternet kullanma süresi arttıkça kullanıcılar sosyal hayattaki insanlarla daha az ilişkiye girmekte ve bu da beraberinde sosyal izolasyonu getirmektedir.
- İnternet kullanma süresi arttıkça kullanıcıların ailelerine, arkadaşlarına ve alışveriş yapmaya ayırdıkları zaman azalmaktadır.
- İnterneti uzun süre kullanan kullanıcılar (yıl olarak) internette daha fazla zaman geçirmektedir.
- Düzenli olarak internet kullanan kullanıcılar (haftada 5 saatten fazla) arkadaşlarıyla ve aileleriyle ev dışında birlikte olmayı azaltmışlardır.
- Düzenli olarak internet kullanan kullanıcılar evde çalışmaya daha fazla zaman ayırmaktadır.
- Bir çok internet kullanıcısı, aileleriyle ve arkadaşlarıyla e-posta (elektronik posta) yoluyla görüşüğünü belirtmiştir. Buna bağlı olarak Nie internet kullanıcılarının daha az telefon görüşmesi yaptığını saptamıştır.
- Araştırmaya katılan kullanıcıların %60'ı daha az televizyon seyrettiğini, 1/3'ü de daha az gazete okuduğunu belirtmiştir. Eğitim seviyesi daha düşük ve daha yaşlı olan kullanıcılar daha az internet kullanmakta, fakat kullandıkları zaman diğer yaş grubu ve eğitim seviyesindeki kullanıcılarla eşit derecede kullanılmaktadır.
- Haftada 5 saatten daha az internet kullananların 2/3'ü, çoğu davranışlarında bir değişiklik olmadığını vurgulamıştır. Fakat haftada 5 saat ve daha fazla internette zaman geçiren kullanıcılar (%36), hayatlarında önemli değişiklikler olduğunu belirtmişlerdir. En fazla değişiklik olduğunu belirtenler haftada 10 saat ve daha fazla internet kullananlardır.

- İnternet sahip olanlar ile olmayanlar arasında önemli demografik farklılıklar vardır. İnternete sahip olamayan bireyler daha düşük gelir ve eğitim seviyesindedirler. Kadınlarsa daha az internet kullanmaktadır.

- İnternet kullanıcıları arasındaki en önemli demografik farklar yaş ve eğitim düzeyi farklarıdır. Gelir, etnik özellikler ve cinsiyet internet kullanımı üzerinde çok etkili demografik özellikler değildir. Yapılan araştırmada Nie, internetin bireysel bir aktivite olduğunu bu anlamda televizyondan farklı olduğunu vurgulamıştır. İnternet televizyondan farklı olarak insanı fazla meşgul eden ve daha fazla dikkat gerektiren bir aktivitedir.

Bir diğer araştırma ise 1998 yılı Ağustos ayında Carniege Mellon Üniversitesi tarafından yapılan Homenet çalışmasıdır. Araştırma Pittsburg'ta yaşayan 169 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Hazırlanan rapora göre, “zamanının büyük kısmı internette sörf için harcayanlar, harcamayanlara göre daha yalnız ve depresiftirler” (Gürçay ve Kümbül, 2001).

İnternetin sosyal izolasyon-yabancılaşma yaratmadığını açıklayan araştırmalardan bazıları ise şunlardır:

İnternet kullanımına yönelik bazı araştırma sonuçlarında, “internet kullanımı arkadaşlar ve akrabalar ile daha sıkı ilişkiler kurabilmeye olanak tanımaktadır” şeklinde bulunmuştur (Gürçay ve Kümbül, 2001).

UCLA'nın Amerika'da 2096 hane halkı üzerinde yaptığı araştırmada internet kullanıcısı olanlarla, olmayanları karşılaştırmaya çalışmıştır. Her yıl gittikçe artan sayıda insan internetle tanışmaktadır. Buna bağlı olarak UCLA internetin günlük hayatımızı nasıl etkilediğini açıklamaya çalışmıştır. Araştırma sonuçlarına göre,

- İnterneti en çok eğitim ve gelir seviyesi yüksek bireyler kullanmaktadır.
- Kullanıcıların 2/3'ü, kullanıcı olmayanlarınsa yaklaşık yarısı bu yeni teknolojiyle birlikte dünyanın daha güzel bir yer olduğuna inanmaktadır.
- Kullanıcıların yaklaşık yarısı ve kullanıcı olmayanların 1/3'ü internetteki bilgilerin güvenilir ve tam olarak doğru olduğuna inanmaktadır.
- Kullanıcıların %63,6'sı ve kullanıcı olmayanların %76'sı insanların internetteyken mahremiyetlerini riske attığını düşünüyorlar.

- İnternete bağlanan çocukların %70,5'inin ders notlarında bir değişiklik gözlemlenmiştir. %26,2'sinin notlarında artış %3,3'ünün notlarında ise bir düşüş gözlemlenmiştir.
- Ebeveynlerin %93'ü eve internet geldikten sonra çocukların arkadaşlarına eskisi kadar zaman ayırdığını söylemektedir.
- Kullanıcıların %75,3'ünden fazlası başka bir aile üyesinin internette fazla zaman geçirmesinin kendisini ihmal edilmiş hissetmesine neden olmadığını belirtmiştir.
- Kullanıcıların %91,8'i evlerine internet bağlandığından beri aile üyelerinin ev içinde eskisi gibi zaman geçirdiğini ya da daha fazla zaman geçirdiğini belirtmişlerdir.
- Araştırmaya katılan kişiler, internetin hem aileleriyle, hem de yabancılarla olan ilişkilerini geliştirme de olumlu etkisinin olduğunu söylemektedirler.
- İnternetin sosyal ilişki kurma açısından yeni bir kaynak oluşturduğu da ortaya çıkmıştır.
- İnternet kullananlarla kullanmayanlar arasında uyumaya ve sosyal ilişkilere zaman ayırma ile ilgili olarak hemen hemen hiçbir fark bulunmamıştır.

İsveç Ulusal Bilim Araştırmaları Kurumu'nun bir araştırmasına göre, yoğun bir şekilde ekran başında olanların kesinlikle toplumdan soyutlanmadığı ve topluma çok iyi ayak uyduran insanlar olduğu gerçeği ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılanların üçte ikisi hem internette hem de gerçek yaşamda çok sağlıklı ilişkiler içinde olduklarını söylemişler. Araştırmaya katılanların %89'unun 24 yaş ve altında olduğu, haftada yaklaşık 35 saatlerini bilgisayar başında geçirdikleri ortaya çıkmış. Bu araştırmanın benzerlerinin sosyologlar tarafından İngiltere, Fransa ve İtalya'da yapıldığı ve sonuçların benzer olduğu da eklenmiş (Milliyet, 27.04.2001).

Steve Jones, Pew Study adlı çalışmasında %72'si internet kullanıcısı olup, akraba ya da arkadaşlarını her gün arayan kişilerden oluşan bir gruba, %16'sı internet kullanıcısı olmayan bir grubu karşılaştırmıştır. Elde edilen sonuç, "internetin telefon gibi bir iletişim aracı" olduğu şeklindedir (Gürçay ve Kümbül, 2001).

3.6. İnternette Sanal Sohbet: Chat

Chat, internet üzerinde birden çok kişinin aynı anda sohbet etmelerini sağlayan bir internet servisi. Sözcük anlamı olarak İngilizce’de sohbet; sohbet etmek, konuşmak karşılığında kullanılmaktadır. Ayrıca İngilizce’de “Chat’terbox”, yani boşboğaz, geveze anlamlarını da içermektedir. Orijinal kullanımında chat, İnternet Relay Chat (IRC)’nin kısa yazılımıdır.

Chat sayesinde, pek çok kişinin internete bağlı olduğu bir durumda, birden çok bilgisayarla bağlantıya geçilebilir. Chat, birden çok bilgisayarla bağlantı kurulduğu, bilgisayardaki verilerin telefon hattı aracılığıyla başkalarına iletebildiği internet ortamında, başka kullanıcılarla gerçek zamanlı olarak, karşılıklı yazışabilmeyi sağlayan sistemin adıdır. Yani bu sayede bilgisayarımızda yazılanlar karşı tarafa gönderilebilirken, karşı tarafın yazdıkları da kendi bilgisayarımızda görülebilir. İnternette sohbet yani chat, kısaca böyle özetlenebilir.

İnternet içinde yoğun olarak kullanılan “chat” (sohbet) alanı, dünyada olduğu gibi ülkemizde de özellikle gençlerin yoğun biçimde ilgisini çekmektedir. Chat’in amacı, ilgi alanları benzer olan kullanıcıların fikir alışverişinde bulunmak, fikirlerini tartışarak sorunlarına çözüm bulmaktır. Kimi örgütlerde bir yanda “chat” oturumları yapılarak çalışanlar, yöneticiler ve müşteriler arasında bilgi alışverişi, iş geliştirme olanağı sağlanırken, diğer yanda “chat” ortamlarında kullanıcılar yeni yeni kişilerle tanışma fırsatı bulabilmektedir (Kuloğlu, 2001:32).

Genel olarak internet kullanıcılarının chat programını kullanma nedenlerini şöyle sıralamak mümkündür:

- Toplum içinde kolaylıkla dile getiremeyeceği görüş, düşünce ve deneyimleri paylaşmak.
- Arkadaş (dost, sevgili) olunabilecek insanlarla tanışmak.
- Yaptığı etkinliklere katkıda bulunabilecek insanlara ulaşmak.
- Belirli konularda bilgi edinmek (ya da bilgisini paylaşmak).
- Yaşamını renklendirecek, heyecan ve hareket katacak kişiler ve etkinlikler bulmak.
- Günlük yaşamın getirdiği yorgunluk, sıkıntı ve kaygılardan arınmak, boşalmak ve rahatlamak.

Chat ortamı, fikirlerin çarpıştığı, deneyimlerin paylaşıldığı, önerilerin değiş-tokuş edildiği bir agora niteliğindedir ve bu özellikleriyle de aslında başlı başına bir evren oluşturmaktadır. Bu ortam sanal cemaatlerin, siber uzayın ve siber kültürün dolaşım alanıdır. Fiziki bir vücut gerektiren varolma ve onun ifadesi olan kimlik, artık kendisi olmadan da varolabilmektedir. Ne var ki, kimliğin sahibi açısından yaptıklarından dolayı sorumlu olma nedenlerini bir anlamda ortadan kaldıran bu durum, o kimliğe ait eylemlerin muhatabı olanlar açısından da “güven” tesisine engel oluşturmaktadır (Uğur, 1998).

Chat dünyasında kimlikler, kaygan ve değişkendir. Ancak akışkan ve devingen bir kişilik arayışı sonunda bu kimliklerin yeni bir kalıp kişiliğe dönüşmesi, hiç de imkansız değildir. Hatta bugünün internet kişiliklerinin ileride karşımıza birer norm olarak çıkmaları da olasıdır. Siber uzay bağlantılarının, etten kemikten insanlarla olan bağlantıların yerine geçmesi tartışılmaktadır. Burada asıl önemli olan, bastırılmış ve tekbenci arzulara cevap veriyormuş gibi görünen yeni teknolojilerin, gerçek dünyadaki ahlaki-siyasal yaşamda nasıl yankılar uyandırdığı, nelere yol açtığıdır. Çünkü öteki sanal takma adlarla ve birimlerle etkileşime geçmekte olan zevklerin, yitirilen ruhsal ve ahlaki yaşantıdaki bir şeylere tekabül etmemeleri mümkün değildir. Ahlaki yaptırımların ve bağlantıların, yerleşik kimliğin sürekliliği içinde korunması söz konusuysa, internet dünyasında haz talepleri bu çerçeveyi çok hızlı bir şekilde kırmakta ve çok sıradan bir tartışma adabı içinde konuyu sanallaştırmaktadır. Nihayetinde doğrudan karşılaşmayışların ahlaki anlayışlarda yarattığı gevşeklikler, toplumsal yapıyı da altüst etmeye yetmektedir (Subaşı, 2001).

İnternette kurulan sanal ilişkilerde çoğu zaman cinsiyet, yaş, meslek, fizikî durumlar değiştiriliyor. Erkekler, internette kadın rolüne girip arkadaş arıyorlar. İnternet aracılığıyla kurulan sanal ilişkilerde kullanıcılar; cinsiyet, yaş, meslek, isim, gelir ve beğenmediği fiziksel özelliklerini değiştirerek kendilerini yeni bir kimlikle tanımlayabilmektedir.

Güler ve Yetim tarafından İzmir ve Mersin'de 240 internet kullanıcısı üzerinde yapılan araştırmaya göre, araştırmaya katılanların %35'inin yaşını, %32'sinin cinsiyetini, %38'inin mesleğini, %77'sinin ismini ve %53'ünün ise beğenmediği fiziksel özelliklerini değiştirip iletişim kurarak kendilerini ifade etmektedir. Güler'e göre, erkekler, kendilerini kadın olarak tanıttıklarında internette daha kolay arkadaş buluyor,

başka birisinin adıyla ve özellikleriyle internete girdiğinde rahatlama yaşıyor. Güler'e göre, cinsiyet değiştirme boyutundaki ilginç bulgulardan biri erkeklerde chat ile kurulan ilişkilerde beklenenin üstünde cinsiyet değiştirmeye rastlanmasıdır. Erkeklerin cinsiyet kategorilerinde kendini kadın olarak tanımlamasının sebepleri araştırıldığında chat ile iletişimde daha kolay arkadaş edinmeyi sağladığı ve eğlence olsun diye bu yola başvurulduğuna ilişkin yanıtlar alınmıştır. Araştırmaya göre, bireylerin gerçek yaşamda arkadaş edinme yolları ve sosyal ilişkilerdeki başarısız deneyimleri sonucu toplumsal yaşamdan kopuşa doğru yönelmeleri sanal ortamın çekiciliğini daha da artırmaktadır (Zaman, 12.04.2001).

Yargıç'a göre, chat, sosyal ilişkileri sorunlu, şizoid kişilikleri olan insanlar için bir kaçıştır. Eğer bir insan chat için çok fazla vakit harcıyorsa, hobilerini kısıtlıyorsa o kişi bağımlıdır. Mutlaka tedavi görmelidir. Yargıç'a göre, chat bağımlıları, arkadaş edinemeyen, ailevi, ruhsal sorunlar yaşayan, farklı bir yaşam arzusu içinde olan, bastırılmış istekleri olan insanlardır. Kaya'ya göre ise, chat, yüz yüze görüşmeyi engellediği, gerçek kişilikleri gizlediği için iyi bir iletişim yöntemi değildir (Zaman, 09.06.2000).

Ayaz'a göre (2001:11), gece ve gündüz chat yapanlar farklı toplum kesimlerinden katılmaktadır. Gündüzleri daha çok ortaokul, lise, üniversite öğrencileri ve esnaflar chat'e girmektedir. Chat yapanların büyük kısmını erkek kullanıcılar oluşturmaktadır. Yaş ortalaması 20-30 arasında olan kullanıcılardan erkek adıyla (nick) chat'e giren kadın sayısı çok az. Ama kadın nick'li erkek fazladır. Ayaz'a göre, chat yaparken kadınlar, erkeklere göre daha seçicidir.

Bunun yanında, internette chat sırasında kadınlar, erkeklere göre daha çok kimliklerini gizlemektedirler. Bu durum, kadınların baskı altında yetiştirilmelerinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca kadınlar, sanal ortamda da tacize uğramaktadır. Bu nedenle gerçek kimliği ile sanal ortama katılmak, kadınlar açısından ürkütücü olabilir. Bu tablo, toplumun kadına biçmiş olduğu rollere nedeniyle oluşuyor olabilir.

Ayaz'a göre (2001:29), chat'e yönelimin en önemli nedeni, günlük yaşamda karşılığı olmayan bazı güdülerimizin sanal dünyada giderilmeye çalışılmasıdır. Bu güdülerden en önemlisi ise cinselliktir. İkinci en önemli neden, günlük yaşamda karşılaşılan sorunlardan, bunaltan gerçeklerden kaçmak için chat'in bir çözüm yolu

olarak görülmesidir. Üçüncü en önemli nedense, varolan gerçeklere başkaldırma ya da deşarj olma ihtiyacıdır.

Ayaz'a göre (2001:76), ülkemiz dışındaki dünya chat kanallarında chat'in konuları açısından cinsellik ağır basmıyor ya da en azından bir saplantı şeklinde değil. Çünkü, gelişmiş ülkelerdeki kullanıcılar, günlük hayatlarında zaten cinsel ihtiyaçlarını karşılıyorlar. Onlar, cinsellik için değil insansızlıktan chat yapıyorlar. Türkiye'deki chat kanallarını dünya kanallarından ayıran en büyük özellik, küfürleşmenin çok yaygın bir şekilde yaşanmasıdır. Ayaz'a göre, toplumda iletişimsizlik arttıkça, chat yapan internet kullanıcılarının da sayısı artmaktadır. Chat yapanların yaklaşık %90 gibi önemli bir çoğunluğu, karşı cinsle konuşabilmek için chat yapıyor.

Chat, medeni cesaretleri olmayan, ikili ilişkilerde sorun yaşayanlar için bulunmaz bir hazinedir. Kullanıcılar, kendilerini oldukları gibi değil de olmak istedikleri gibi sunmaktadır. Chat'teki özgür ortam, baskıcı ve her şeyin ayıp sayıldığı bir ortamda yetişmiş gençleri cezbedtiği için istedikleri her şeyi yazabilmekte, kendilerini istedikleri gibi sunabilmektedirler. Chat'te karşı cins arayışı içinde olanlar, genellikle flörtün yasak ve hoş karşılanmadığı sosyo-ekonomik bölgelerde oturanlardan oluşmaktadır. Bu kişiler, flörtü internet ve chat'te yaşamaktadırlar. Çekingen, kendine güvensiz, medeni cesaretleri yeterli olmayan kişiler, chat'e daha çok yönelmektedir (Zaman, 18.12.2000). Yani bastırılmış kişiliklere sahip kullanıcılar, chat'te çok rahat olabilmektedir. Bu kişiler, isimlerini, yaşlarını, görünümelerini değiştirmekte, gerçek hayattan çok farklı bir profil çizebilmektedir.

Araç'a göre (2001:24), kullanıcıların chat'e giriş nedenlerinin başında arkadaş edinme isteği gelmektedir. Belki de chat'in varlığının nedeni budur. Chat'te karşdakine sorulan temel soru a/s/l'dir. Yani age (yaş) / sex (cinsiyet) / location (nereden). Bu soruyu gerçek hayatta tanımadığımız bir kimseye sormamız zordur. İnternet kullanıcılarına ekran başında kimseden korkmadan bu soruyu sorabilmek cazip geliyor olabilir. Araç'a göre bu, farklı bir sosyalitedir. Chat'te insanlar ekran aracılığı ile karşısındakiler ile iletişim kurdukları için belki daha rahat davranabiliyorlar, ama bu chat'te kuralların olmadığı anlamına gelmez. Her toplumsal yapıda olduğu gibi chat kanallarında da toplumsal kurallar, hiyerarşi, ceza, gruplaşma, ortak tavır alma gibi kavramlar var. Chat gerçek yaşamın bir kopyası ama oradaki yaşam tam anlamı ile bir sanallık taşımaktadır. Bu nedenle chat, farklı bir sosyalite olarak değerlendirilebilir.

Araç'a göre (2001:38), chat bağımlıları, asosyal davranış kalıpları göstermektedirler. Chat, çok sosyal bir kişiyi bile asosyalleştirabiliyor. Araç'ın araştırmasına göre, tüm erkek ve kadın kullanıcıların %90'ı “eski sosyal çevreme gereksinimim kalmadı” demektedir. “Yeni bir sosyal çevre kazandım” diyenlerin oranı ise %95'i buluyor.

Aslında chat, asosyal kalıplara giren insanların da kabul gördüğü bir dünya olarak görülebilir. Chat, asosyal tipteki insanların sosyal bir çevreye girme şansları olarak da değerlendirilebilir. Ancak Araç'a göre, asosyal tipteki kullanıcıların çoğunluğu kurdukları ilişkilerin chat'te kalmasını istemektedir. Bu durum tehlikelidir. Çünkü, kullanıcı gerçek hayattan daha fazla kopmakta ve bu sanal dünya onlara daha bir yeter olmaktadır. Sosyal bir çevre olarak ele alındığında chat'in bağımlılık yaratıp yaratmadığı önemli bir sorundur.

Yukarıda değinilen olumsuz yönleri yanında, chat yeni arkadaşlar edinme konusunda yararlı bir alan olarak da görülebilir. Hatta chatte kurulan arkadaşlıklar, sanal ortamdan çıkarak, bazen gerçek hayata da taşınmaktadır. Kılan'a göre (2000), insanların gerçek hayatta konuşmaktan çekindikleri sayısız konu, chat ortamında rahatça dile getirilebilmektedir. Ayrıca Kılan, (2000) chat ile telefonla konuşmanın farkını da şöyle belirtmektedir: Telefonda sadece bir kişi ile sohbet edilebiliyorken, chat ortamında birçok kişi ile sohbet edilebilmekte, ayrıca bilgisayar başında chat yaparken bunun yanı sıra daha birçok aktivite yapılabilmektedir. Örneğin, çoklu ortamda müzik dinleyerek sohbet etmek gibi.

Bir yönüyle chat ortamı; fikir paylaşımı, gündemdeki yeni konular hakkında fikir sahibi olmak ya da can sıkıntısını giderebilmek için uygun bir ortamdır. Ancak, bazı kullanıcılar, gerçek hayatta edinemedikleri çevreyi chat ortamında yaratmaya çalışıyorlar ve bu çevreyi oluşturduktan sonra yavaş yavaş gerçek yaşamdan kopuyorlar ve sosyal hayatı artık sadece ekran karşısından ibaret görebiliyorlar. Bununla birlikte chat ortamı sosyal bir ortam ve kişilerin gerçek hayatta iyi bir arkadaş çevresi varsa chat ortamı o çevrenin daha da genişlemesine yardımcı olabilmektedir. Bunların yanında en önemlisi, kullanıcıların bilgi dağarcığının genişlemesine yardımcı olmaktadır.

Birbirlerinden farklı ülkelerde yaşayanlar için gerçekten ekonomik bir görüşme imkanı olan chat'in, ülkemizdeki kullanım şekli toplumsal ve psikolojik bir sorunun sonuçları gibi görünmektedir. Bunun arkasındaki temel itici güç, hiç tanımadığınız

kişilerle, birbirinize hiçbir sorumluluk duymadan konuşabileceğiniz bir ortam olmasıdır. İnsanların günümüzde yakın çevrelerine bile yeterince ilgi göstermezken, hiç tanımadığı kişilerle internet üstünde konuşması, içi boşaltılmış bir heyecan olarak da düşünülebilir.

Tüketici bilincinin aşılarmaya çalışıldığı bir toplumsal yapıda da kişiler kullandıkları her türlü araca da yaşadıkları bütün ilişkilere de aynı şekilde yaklaşır. Bu durum, ister bilinçli olsun ister bilinçsiz, bir insan olarak kendini ve karşısındakini tüketmeye yönelik bir yaklaşımdır. Chat, bu anlamda hem önemli bir olanak olarak kullanılabilecek interneti, hem de gittikçe kötürümleşen insan ilişkilerini tüketmek işlevini yüklenmektedir. İnternetin, bir döneme damgasını vuran arabesk filmler gibi kullanımından kullanıcıların çok önemli bir çıkarı yoktur. Kullanıcılar, gereken tepkiyi göstererek sağlıklı bir internet kullanımı için gerekli yapıyı oluşturmak için çaba göstermelidirler.

3.7. İnternet Bağımlılığı

İnternet bağımlılığı, genel olarak internetin aşırı kullanılması isteğinin önüne geçilememesi, internete bağlı olmadan geçen zamanın önemini yitirmesi, yoksun kalındığında ise aşırı sinirlilik hali ve saldırgan olunması durumu olarak tanımlanabilir.

Birçok kişi için bağımlılık kavramı ilaç almayı içerir. Bundan dolayı belki de resmi tanımların birçoğu ilaç içme konusuna yoğunlaşmıştır. Bu tanımlara rağmen, diğer davranışların da potansiyel olarak bağımlılık yaratabileceği görüşü gittikçe artmaktadır. Bu görüşler, kumar oynama, aşırı yeme, cinsellik, bilgisayar oyunları oynama ve çiftlerin birbirine aşırı bağlılığı gibi farklı etkinlikleri içermektedir. Bu farklılıklar bağımlılık yaratan davranışı nelerin oluşturduğunu yeniden tanımlamayı gerekli kılmaktadır.

Bağımlılığı neyin oluşturduğu konusunda gerçekte bu konuda net bir açıklama yapmak zordur. Kimyasal olmayan bağımlılıkların bağımlılık yaratıp yaratmadığını belirlemenin yolu, ilaç bağımlılığı için saptanmış olan klinik ölçütlerle karşılaştırmaktır. Bu yöntem, “televizyon bağımlılığı” ve “eğlence makinesi bağımlılığı” gibi davranışsal bağımlılıkların klinik olarak tanımlanabilmesini kolaylaştırmaktadır (Griffiths, 1999).

Putnam gibi bazı araştırmacılara göre, 1995’te yapılan araştırmalarda internet yüzünden insanlar oy vermek, dini ibadetler, komşu ziyaretleri, ev toplantıları türü

sosyal aktivitelerini aksatmaktadır. Bazı uzmanlar ise kişilerin alışkanlıklara bağımlılıklarını ön planda tutarak internetin negatif yönünün bağımlı ve sorunlarından kaçan insanlar için geçerli olduğunu, zaten geleneksel alışkanlıklarında da bu tarz kişilerin farklı davranmadıklarını ve onlara da bağımlı olduklarını, sorunlarını halletmiş insanların internet bağımlısı olmayacaklarını belirtiyorlar (Erel, 2000).

Bu bilgiler ışığında yanıtlanması gereken iki soru bulunmaktadır. Bunlar, “İnternet bağımlılığı gerçekten var mı?” ve “Eğer var ise, insanlar gerçekte neye bağlanıyorlar?” sorularıdır.

Amerikan Psikiyatri Birliği (American Psychiatric Assosiation) tarafından 1994’de yayınlanan ve “DSM-IV” kısaltmasıyla isimlendirilen, Mental Bozuklukların Tanımsal ve Sayısal Elkitabı’nda (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders) internet bağımlılığı bir hastalık olarak bulunmamaktadır. Buna karşılık son yıllarda giderek artan internet kullanımı ile bazı kişilerdeki internet kullanma alışkanlıklarının bir bağımlılıktan söz edilebilecek özellikler gösterdiği saptanmıştır. Bağımlılık klasik anlamda, madde bağımlılığı şeklinde alkol, esrar, kokain, marijuana, bazı ilaç ve başka maddelerle ilgili olarak kullanılmaktadır. Buna karşılık aşırı yemek yeme, kumar, seks, para harcama, aşırı fizik egzersiz... gibi davranışlar da patolojik bağımlılık konusu olabilmektedir. İnternet bağımlılığı ile ilgili yapılan gözlemler sonucu, oluşturulan tanı ölçütleri daha çok madde bağımlılığındakine benzer özellikler göstermektedir (<http://www.hipokrat.org/hnet/genel/intsaglik/intbagimliliği.html>).

Bilgisayar bağımlılığı, konularındaki yaygın düşünce, bağımlıları sosyal yönden beceriksiz, genç erkekler olarak betimlemektedir. Bu kişilerin sosyal yaşamları, kendine güvenleri çok azalmış ya da tamamen yok olmuştur. Bu düşünceler, kısmen doğru görünmektedir. 1980’lerin ortasında yürütülen bilgisayar bağımlıları araştırmaları, bilgisayar bağımlısı kişilerin çoğunlukla erkek, içe dönük, eğitilmiş ve çoğunlukla bilgisayarları iş yaşamında kullanan kişiler olduğunu göstermektedir. Yakın zamandaki araştırmalar, internet kullanıcılarının büyük çoğunluğunun gerçekten de erkek olduğunu doğrulamaktadır.

İnternet bağımlılığı kavramını ilk olarak 1995 yılında Goldberg ortaya atmıştır. Ancak, bilimsel anlamda tartışmalar ise, Young’la birlikte başlamıştır. Young, “İnternet Addiction Disorder” (İnternet Bağımlılığı Hastalığı) kavramını gündeme getiren ilk uzmanlardan biri olmuştur. Young’a göre internet, tıpkı kumar gibi bağımlılık

yaratmaktadır. Bağımlılarda, sağlık sorunları ve uykusuzluğun yanı sıra depresif eğilimler baş göstermekte, kişi bilgisayar ekranının başından uzak duramamaktadır. "Caught in the Net" (İnternet'te Tutsak) kitabında internet bağımlılığının nedenlerini araştıran ve bu alışkanlığın üstesinden gelmek için yollar gösteren Young'a göre, ABD'de internet kullanıcılarının %6 ile 10'u internet bağımlısıdır. Dünyada 1.8 milyon çocuk ya da genç, gözleri bilgisayar ekranına kenetli, elleri farenin üzerinde sohbet ya da oyun odalarında tutsak (Hürriyet, 18.12.1999).

Bütün bu çalışmalar, "internet bağımlılığı"nı internetin olumlu özelliklerinin yanında olumsuz bazı nitelikler de taşıdığını ve bağımlılığın kimi araştırmacılar tarafından patolojik bir rahatsızlık olarak görüldüğünü göstermektedir.

İnternet bağımlılığı kavramını araştırmayı amaçlamış birkaç çalışma bulunmaktadır. Bu alanda ilk kişi olan Young, internet kullanımını psikoaktif madde bağımlılığı ölçütlerini uyarlayarak araştırmıştır. Young'un çalışması büyük ölçüde internet kullanıcılarını arayan bir ilana cevap verenlerin oluşturduğu bir örnekleme dayanmasına rağmen, sonuçları ilgi çekicidir. Young'un çalışmasındaki deneklerin çoğunluğu (%60) kadındı. Bu durum "aşırı internet kullanıcısı kalıpyargısı" ile uyusmamaktadır. (örneğin, ergenlik döneminin son yaşlarındaki bir erkek). Bunun nedeni açık olmamakla birlikte, kadınların erkeklere göre duygusal konular ve sorunlarını tartışmaya daha eğilimli olmalarından kaynaklanabilir. Bununla birlikte, Young deneklerin çoğunun, on-line bağımlılık ve buna bağlı olarak tolerans, kontrol kaybı, geriçekilme belirtileri işlevselliğin azalması ile sonuçlanan olumsuz akademik, sosyal, mali ve mesleki sonuçlar sergilediklerini belirtmiştir (Kuloğlu, 2001:28).

Brenner (1997) de Young gibi, hala devam eden çalışmasında genel evrenden seçilmiş gönüllü bir örnekleme aşırı internet kullanımını incelemiştir. Brenner Web sitesine erişenlerin doldurabileceği, "İnternet İlişkili Bağımlı Davranış Envanteri" (IRABI) adında 32 maddelik doğru-yanlış şeklinde yanıtlanabilecek bir ölçek geliştirmiştir. Brenner'in ölçek maddeleri bağımlılık ile uygun bir şekilde ilişkili olmadığı için, cevaplayıcıların gerçekten internet bağımlısı olup olmadıklarını değerlendirmek zordur. Brenner, tolerans, geri çekilme belirtileri ve şiddetli arzunun yaygın olduğunu öne sürmektedir. Bununla birlikte sonraki analizler Brenner'in verileriyle bir şekilde oynadığını göstermektedir. Yakın zamanda yapılan diğer iki çalışmada da (Moore, 1995), (Pitkow ve Kehoe 1996) öğrenciler arasında aşırı internet

kullanımı incelenmiştir. Genel nüfusu temsil etmemesine rağmen, öğrenciler internete ulaşmalarından ve zamanlarının esnek olmasından dolayı internet sorunları açısından yüksek riske sahip olarak değerlendirilmektedir (www.psikolog.org.tr/bulten/13/13_bagimlilik.htm).

Teknolojik bağımlılıklar davranışsal bağımlılıkların bir alt grubu olarak görülebilir. Bunlar, bağımlılığın ana bileşenleri olarak ele alınan dikkat çekme, duygudurum değişikliği, tolerans, geriçekilme belirtileri, çatışma ve nüksetmedir. Bu altı ölçüte uyan bir davranış "bağımlılık" olarak tanımlanmıştır. Bu ana bileşenler aşağıda açıklanmıştır (Griffiths, 1999):

Dikkat çekme: Belirli bir eylem kişinin yaşamında en önemli hale geldiğinde ortaya çıkar. Düşüncelere (zihinsel meşguliyet ya da bilişsel çarpıtmalara yol açan), duygulara (şiddetli istekle sonuçlanan) ve davranışa (sosyalleşmiş davranış bozulmaları) hakim olur. Örneğin, internet kullanıcıları, gerçekte online olmasalar bile bir sonraki online olacakları zamanı düşüneceklerdir.

Duygudurum değişikliği: Bu durum, belirli bir aktivite ile uğraşmanın sonucunda kişinin belirttiği öznel deneyimlere işaret eder ve bir başa çıkma stratejisi olarak görülebilir. Örneğin, bu kişiler internete bağlandıklarında duygusal olarak bir canlanma olmaktadır. Ya da saatlerce online (internetle bağlı) kaldıklarında kaçma ya da kayıtsız kalmanın sakinleştirici etkisini hissederler.

Tolerans: Aynı etkiyi göstermesi için belirli aktivitelerin miktarındaki artma sürecidir. Örneğin, bir internet kullanıcısının başlangıçta daha az sürede elde ettiği duygudurumunu elde edebilmesi için online kaldığı süreyi arttırması gerekmektedir.

Geriçekilme Belirtileri: Bunlar belirli bir eylem devam etmediğinde ya da aniden kesildiğinde ortaya çıkan, hoş olmayan duygular ya da fiziksel etkilerdir. Örneğin, bir internet kullanıcısı online olması engellendiğinde, titreme, karamsarlık ve sinirlilikten yakınabilir.

Çatışma: Bağımlı kişiler ile çevresindekiler arasındaki kişiler arası çatışmalar, iş, sosyal yaşam, hobiler ya da ilgiler gibi çeşitli aktivitelerle olan çatışmalar ya da kişinin kendi içsel çatışmalarına işaret eder.

Nüksetme: Belli bir aktivitenin daha önceki örüntüleriyle tekrar oluşması eğilimidir ve yıllar süren kaçınma ya da kontrolden sonra tekrar bağımlılığın en uç düzeyine dönülmesidir.

Young ise, internet bağımlılarını ya da netkolik diye adlandırdıkları sanal alemde kendini kaybeden bağımlıları 5 alt grupta incelemektedir (Kuloğlu, 2001:26):

Sanal-seks meraklıları: Erotik ve pornografik sayfalara meraklı bağımlılar. Genellikle erkeklerde görülüyor. Pornografik sayfaları ziyaret edenlerin yaklaşık %85'inin erkek olduğu tahmin edilmektedir. %15'lik kesimi oluşturan kadın kullanıcıların internette seksi tercih etmesinin temel nedeninin, belirsiz kimlik olanağı olduğu düşünülmektedir. Kadınlar, tanımadıkları ve kendilerini tanımayan biriyle heyecan yaşamının büyümesine kapılıyor olabilirler.

Son yapılan araştırmaya göre, internet kullanıcılarının %15'inin, seks içerikli chat odalarını ve porno sitelerini ziyaret ettiği tahmin ediliyor. İnterneti seks amaçlı kullananların %9'u ise, ekran karşısında haftada 11 saatten fazla zaman geçirmektedir (www.nethaber.com/haber/dosyalar).

Sanıldığından çok daha fazla insan, internet yoluyla bir tür seks bağımlısı haline gelmektedir. Yani kullanıcılar, günün giderek daha fazla bölümünü seks sitelerini gezerek ya da chat yoluyla seks yaparak geçiriyor. Bu gruplar şunlardır (Kuloğlu, 2001:29-31):

Arkadaş arayanlar: Bu gruba siber ilişki meraklıları giriyor. Buluşma yeri chat odaları. Birçok kişi gerçek hayattan kaçışı burada arıyor. Sohbet odaları, köklü dostlukların kurulmasına vesile olduğu gibi burada hüsrana uğrayanların sayısı da az değildir.

Online kumarbazlar: Sanal kumarhanelerin ve alışveriş sitelerinin müşterileri bu grupta yer alıyor.

Bilgi bağımlıları: Yeni bilgilere ulaşmak için saatlerce sörf yapıp, internette siteden siteye geçerek, enformasyon yüklemesinden zevk almaktadırlar.

Bilgisayar kurtları: Bu grupta ise bilgisayara ve bilgisayar teknolojisine ilgi duyan, genelde oto yarışı gibi bilgisayar oyunlarına meraklı gençler ve yetişkin erkekler yer almaktadır.

Haftada 30 saat veya daha uzun süreli internet kullanımının, kişilerin sosyal ilişkilerini bozarak iş yaşamını olumsuz etkilediğini ileri süren Young'a göre, eğer internet başında uzun saatler geçiriliyorsa ve harcanan bu zaman, aile, arkadaşlar ve hobilerden çalınmaya başladıysa, internet bağımlılığı var demektir. Eğer aşağıdaki

belirtilerin dört ya da daha fazlası bir yıl içinde yaşanmaya başlandıysa, bir uzmandan yardım alınması gerekiyor (Kuloğlu, 2001:27).

Young'a göre internet bağımlılığının belirtileri şunlardır:

- Online (internete bağlı) değilken internette yapılan aktivitelerin hayalinin kurulması
- İnternet kullanımının artan oranlarda devam etmesi
- İnternetin daha az kullanılmaya çalışılması ve başarısız olunması
- İnternette planlanandan daha fazla zaman geçirilmesi
- İnternet yüzünden işteki ya da okuldaki başarıda düşme görülmesi ya da sosyal ilişkilerde kopma yaşanması
- İnternet kullanımı hakkında aile ya da arkadaşlara yalan söylenmesi
- İnternetin günlük hayattaki problemlerden kaçmak için bir araç olarak kullanılması

Bu sorulardan en az beşine “evet” cevabını veren kullanıcılar “bağımlı”olarak değerlendirilmektedir. Bu ölçek, “kumar bağımlılığı”nı ölçmede kullanılmaktadır. Young'a göre, kumar bağımlılığı ile internet bağımlılığı aynı semptomları gösterdiği için aynı ölçek her ikisi için de kullanılabilir (http://www.netaddiction.com/net_compulsions.htm).

Young, çalışmasında, 43 yaşındaki bir Amerikan ev kadınının aile hayatındaki kötüye gidişleri göstermiştir. Üç aylık süre boyunca, kadın haftada 50-60 saati internette ve özellikle sohbet hatlarında geçirmiştir. Bazı oturumları 14 saat sürmüştür. Online (inteneete bağlı) olmadığı zaman kendini çökkün, kaygılı ve sinirli hissetmekteydi. Aşırı internet kullanımı evdeki işlerini, kocası ve çocukları ile olan ilişkilerini etkilemekteydi. Ayrıca aylık 400 dolarlık telefon faturalarından dolayı maddi sorunları artmıştı. Young, bu vakanın aşırı internet kullanıcısı kalıp yargısına uymadığını (genç erkekleri içermediği için) ileri sürmekte ve belirli risk faktörlerinin, internet bağımlılığının gelişimi ile ilişkili olabileceğini (örn, sohbet odalarının etkileşimli ortamı) önermektedir (Griffiths, 1999).

Bu vakaların gösterdiği gibi, metne dayalı ilişkiler açıkça bazı kişiler için ödüllendiricidir ve bu yeni bir araştırma alanıdır. Belki de bazı durumlarda, online ilişkilerin psikolojik olarak sağlıklı olduğu, çünkü önyargıları ortadan kaldırdığı

varsayılmaktadır. Online ilişkiler, kişilerin fiziksel görünümüne dayanmamaktadır (Griffiths, 1999).

Greenfield'in araştırmasına göre, internet bağımlılarının %57'si chat, %78'i sörf, %62'si oyun, %75'i e-posta ve %20'si alışveriş yaparak vakit geçirmektedir. Ayrıca internet kullanıcılarının %50'si internette yaşları, fiziki görünüşleri ve medeni durumları hakkında yalan söylediklerini belirtmişlerdir. Greenfield'e göre, internet kullanma süresi günden güne artış gösteriyorsa, aileden ya da arkadaşlardan internette fazla zaman geçirildiği için şikayetler alınıyorsa, internette geçirilen süre yakınlardan saklanıyorsa, internete bağlanmak için sabırsızlanılıyorsa, internet kullanımı ile ilgili bir problem söz konusu demektir. Ayrıca Greenfield'e göre, yaş düştükçe, internet bağımlısı olma ihtimali artmaktadır (Kuloğlu, 2001:29).

Grohol'e göre (1999), internet bağımlılığının tam tanımını yapmak mümkün değildir. Yapılan araştırmalar, bazı basit noktalar üzerinde fikir birliğine varmış olmalarına rağmen hala, "internet bağımlılığı"nın ortak bir tanımına ulaşılamamıştır. Bir insan internette fazla zaman geçirdiği için problemler yaşayabilir, tıpkı okumaya ya da televizyon seyretmeye fazla zaman ayrıldığı için aileden, arkadaşlardan ve sosyal aktivitelerden uzak durulması gibi. Kitap bağımlılığını, iş bağımlılığını nasıl şizofreni ile aynı kategoriye sokmuyorsak, internet bağımlılığını da sokamayız. Başka hiçbir problemi olmadan internete bağlanan çok az insan interneti gereğinden fazla kullandığı için problemler yaşamaktadır. Fakat bu problemler, teknolojiden kaynaklanan problemler değil, davranışlardan kaynaklanan problemlerdir. Diğer bir ifade ile internetin kendisinde problem yaratan bir unsur, bir özellik bulunmamaktadır.

Grohol'e göre (1999), Young'ın ileri sürdüğünün aksine, zaman, kendi başına bir bağımlılık göstergesi olamaz. Zaman diğer faktörlerle birlikte ele alınmalıdır. Örneğin, internet işin bir parçası olduğu için sabahtan akşama kadar internette vakit geçiriliyor olabilir.

Gördüğümüz şey belki de sadece, insanların diğer insanlardan çok teknoloji ile giderek daha fazla zaman harcama eğilimlerinin son on yılda artmış olmasıdır. Temel sosyalleşme aracı olarak aile ve arkadaşlardan kitle iletişim teknolojilerine doğru olan bu kaymanın izleri, 1930'larda radyonun artan popülerliği ile başlamış, bunu 1950'lerde televizyonun takip etmiş ve günümüzde bilgisayar ağları izlemiştir. Birçok kişi için, on-

line olmak, insanların birbirinden daha fazla yalıtılmış olduğu bir toplumda diğerk insanlarla iletişim kurmak için bir yol olabilir.

Gelecekteki araştırmaların amaçlarından biri de, bağımlılık nesnesini belirlemek olmalıdır. Eğer bazı insanlar internet bağımlısı ise, gerçekte neye bağımlı olmaktadır? Klavyede yazı yazma süreci mi? İletişim ortamı mı? Yüz yüze etkileşim olmaması gibi kendine özgü tarzları mı? Sağlayabileceğı bilgiler mi? (örn, pornografi) Belli etkinlikler mi? (rol oynama oyunları, bilgisayar oyunları, kumar) Başkalarıyla sohbet odalarında konuşmak mı?

İnternet üzerine ilgiyi yoğunlaştıran nedenlerden biri de diğerk bağımlılık ve takıntıları da besleyici geniş kapasitesidir. Örneğın, bir seks ya da kumar bağımlısı için internet çok tehlikeli bir ortam olabilir. Ayrıca, internetin çeşitli türde etkinlikleri içirme problemi de mevcuttur. (örn, postalaşma, bilgi tarama, dosya aktarma, sosyalleşme, rol oynama vb.) Bu etkinliklerin bir kısmı potansiyel olarak diğerk internet etkinliklerine göre daha fazla bağımlılık yapıcıdır. Gelecekte yapılacak araştırmalar internet'in neden bazı insanlar için pekiştirici olduğunu ortaya çıkarmaya çalışabilir. Hammersley (1995), vaka çalışmasındaki bulgularla tutarlı görünen bir dizi neden ileri sürmüştür (www.psikolog.org.tr/bulten/13/13_bagimlilik.htm):

- İlgi alanları olarak ortak olan kişilerin birbirleriyle haberleşmelerini sağlar.
- Birbiriyle hiç karşılaşma şansı olmayan kişilerin temas kurmalarını sağlar.
- İletişim maliyeti düşüktür.
- İnternet kullanımının gizemli bir yönü de vardır ve pek çok kişi bu gizemli görevleri pekiştirici bulmaktadır.
- İnsanlar, eğlendirici oyun yazılımlarını bilgisayarlarına indirebilirler (download).
- Kullanıcılar, arkadaşlarıyla minimum düzeyde zaman ve para harcayarak iletişimlerini sürdürebilirler.
- İnternet, kullanıcılara kendine güven duygusunu destekleyici nitelikte olabilecek bir statü sahipliğı duygusu ve modernlik duygusu verir.
- Kullanıcının ciddiye alınmasına ve dinlenmesine olanak sağlar.

İnsanlara belli yönlerden gündelik, yüz yüze maskelerinden farklılaşabilen, “iyi gelişmiş” bir maske sergilemelerine olanak verir.

Yetişkin bir ABD’li günümüzde, günlük yaşamının ortalama 3 saatini televizyon başında geçiriyor. Bu rakam çocuklarda daha da büyük. Şu anda elimizde tam veriler

olmasa da internetin televizyon ılgnılığının yerini almasından korkuluyor. Zira takdir edileceğı gibi televizyonun da, bilgisayarın da “kapa” tuşuna başmak kadar zor çok az şey var bağımlıları için. Sproul ve Kissler'a göre internet televizyonla karşılaştırılamayacak kadar sosyal bir mecra olduğı için zamanla etkisi telefona benzer olacak. Bu iki araştırmacı internet'in etkileri konusunda umutlular. Bize düşen ise her türlü teknolojiyi, internet olsun olmasın, kişisel özel hayatımızın önüne engel olarak koymayıp, kişisel sosyal hayatımızı renklendirecek ve zenginleştirecek gelişmeler olarak kabul etmek ve bağımlılığından kaçınmak. Çünkü internet'in bilgilendirici, eğitici ve hayatı renklendirici yönü karanlık yönünden çok daha parlak (Erel, 2000).

Hiç kuşkusuz, toplumda internet kullanımı, önümüzdeki birkaç yıl içinde daha da artmaya başlayacaktır. Eğer bu alanda sosyal patolojiler ifade ediliyorsa, bu konuya ilgi gösterilmeli ve yalnızca psikologların ve sosyologların değil, konuyla ilişkili herkesin ilgi alanına girmelidir. oğı durumda internetin aşırı kullanımı bir sorun olmayabilir, ancak az sayıdaki vaka çalışması bazı bireyler için aşırı internet kullanımının gerçek bir bağımlılık olduğunu ve özel ilgi gerektirdiğini göstermektedir. İnternette surf yapmanın tümüyle zararlı ve hastalıklı bir durum olduğunu söylemek mümkün değildir. Hatta internetin birçok kişi için yararlı olduğunu düşünen uzmanlar içedönük, utangaç ve sosyal fobisi olan kişilerin arkadaş edinmelerine ve kendilerini ifade etmelerine yardımcı olduğı görüşündedirler.

İnternet kullanımının bağımlılık yarattığını açıklayan belli başlı araştırmalar şunlardır:

Young, 1994 yılında internet bağımlılığı üzerine yaptığı araştırmada patolojik kumar bağımlılığı ile benzer özellikler gösteren internet kullanımının internet bağımlılığı olarak kabul edilebileceğı varsayımından hareketle 496 internet kullanıcısı ile onların internet alışkanlıklarını inceleyen bir araştırma gerçekleştirmiştir. Kullanıcıların 396'sı bağımlı (239 kadın, 157 erkek) 100'ü ise bağımlı olmayan kullanıcılardan (54 kadın, 46 erkek) oluşmuştur. Araştırma sonuçlarına göre bağımlılar, haftada 38 saat ve daha fazla internette olup, %35'i chat, %28'i oyun ile zaman geçirmekte, bağımlı olmayanlarsa haftada ortalama 5 saat internette olup, %25 oranında araştırma yapma ve mail gönderme eylemlerinde bulunmaktadır (Kuloğlu, 2001:39).

1996 yılında Scherer, Young'ın araştırmasına benzer bir araştırmayı 530 kolej öğrencisi ile gerçekleştirmiş ve yine bu çalışmaya benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır. Aynı yıl Harvard Üniversitesi'nden Maressa Hecth Orzack, "İnternet bağımlılığı servisi" ni kurarak internet bağımlılığına ilişkin problemleri -boşanma, çocukların ihmali, işten atılma, borç alma, okuldan atılma, yasadışı suç işleme- çözmeye çalışmıştır (Gürçay ve Kümbül, 2001).

Bu araştırmaların yanında, internet kullanımının sosyal izolasyon ya da bağımlılık dışı nötr sonuçlar yarattığını açıklayan bazı araştırmalarda ise, internet kullanımının direk olarak izolasyon ya da bağımlılıkla ilişkilendirilemeyeceği ifade edilmektedir. Örneğin, Sethuraman ve arkadaşlarının gerçekleştirdiği bir çalışmada bilgisayarda harcanan zaman ile doğru orantılı olarak izolasyon artışı ilişkisi saptanmıştır. Ancak, eğilim olarak "e-posta" gönderme sıklığı artmaktadır (Gürçay ve Kümbül, 2001).

Jacop Nielsen'da Nie'nin araştırmasını eleştirerek, internet kullanımını izolasyon boyutu ile siyah beyaz olarak göstermenin mümkün olmadığını ifade etmektedir. Gerekçe olarak da sosyal izolasyonun uygun bir tanımı yapılmış mıdır? şeklindeki düşüncelerin yanıtı çok açık değildir ve önemli olup üzerinde durulması gereken nokta, internetin iletişim ve sosyal bağlantılara yeni şekiller eklediğidir (Gürçay ve Kümbül, 2001).

4. Araştırmanın Metodu

Bir araştırmanın bilimsel niteliklere sahip olabilmesinde, araştırmanın metodu çok önemli bir yere sahiptir. Ayrıca, araştırma metodunun gerçekleştirilmesinde kullanılan teknikler de bilimsel bir çalışma yapılabilmesi için aynı oranda öneme sahiptir.

Yapılan bu çalışmada, hem niteliksel hem de niceliksel yaklaşımdan yararlanılmıştır. İnternet kullanıcıları ve bunların internete girmek için ziyaret ettikleri internet cafelerle ilgili veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. İnternet kullanıcılarıyla, anket formu gibi formel görüşmeler yanında, enformel görüşmeler de yapılmıştır. Ayrıca, gözlem, araştırmanın gerçekleştirilmesi ve sonuçların elde edilmesinde çok yarar sağlamıştır. Araştırmada, varolan değişkenler arasında ilişki kurulmuş, ayrıca, önceden yapılmış olan çeşitli araştırmaların sonuçları ile karşılaştırma yoluna gidilmiştir.

Bu çalışmada, hem durum saptama, hem ilişki arama, hem de varsayımı deneme yani genelleme yoluyla internet kullanıcıları hakkında bilgilere ulaşılmaya çalışılmıştır. Buna göre, çalışmada şu varsayımlar geliştirilmiştir:

1. İnternet, çağımızın en önemli teknolojik gelişmelerinden biridir.
2. İnternet, tek tek bireylerin ve toplumların psiko-soyal yapısını etkilemektedir.
3. İnternet, uzun süre kullanıldığında, bağımlılık ve sosyal izolasyona neden olmaktadır.
4. İnternet cafeler, yeni bir sosyalleşme alanıdır.

4.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Diyarbakır, demografisi, sosyo-kültürel ve ekonomik yapısıyla hızla değişen bir kenttir. Araştırmanın yapılmasının amacı, bu hızlı değişim ve dönüşüme paralel olarak, sayıları hızla artan ve bu değişen yapının bir parçası olduğu düşünülen internet cafeler ve sahipleri hakkında birtakım bilgilere ulaşmaktır. Araştırmanın internet cafelerde yapılmasının nedeni, bu mekanlarda; her yaş, cinsiyet, gelir ve eğitim seviyesindeki internet kullanıcılarına ulaşma olanağının bulunmasıdır.

Araştırmacının görev yerinin Diyarbakır olması, örneklem grubunun daha yakından incelenebilmesi imkanını ortaya çıkarmıştır. Bu ilin seçilmesi, zaman

açısından avantajlı olurken, ulaşım olanakları ve ekonomik yönden de bazı kolaylıklar sağlamıştır.

Emniyet Genel Müdürlüğü'nden alınan 26/12/2001 tarihli çizelgeye göre, Diyarbakır'da yasal olarak faaliyet gösteren 38 internet cafe bulunmaktadır. Araştırmamızda, 42 internet cafede anket uygulanması ve gidilemeyen birkaç internet cafenin bulunması, bu verilerin yetersiz olduğunu akla getirmektedir.

Araştırma kapsamında, Diyarbakır merkezdeki Yenişehir, Ofis, Dağkapı, Bağlar, Cezaevi semtlerinde 41 ve Dicle Üniversitesi yerleşkesinde 1 olmak üzere, toplam 42 internet cafe ve 150 internet kullanıcısı örnekleme dahil edilmiştir. Diyarbakır'ın Toplukonut, Şehitlik ve Batıkent gibi semtlerindeki -sayıca azlığı nedeniyle- internet cafeler, araştırma örneklemine alınmamıştır.

4.2 Araştırmanın Sınırları

Araştırma, Diyarbakır il merkezindeki internet cafelerdeki internet kullanıcıları üzerinde gerçekleştirilmiştir. İnterneti evde ya da internet cafe dışında kullananlar araştırma dışında tutulmuştur.

Bu araştırmada; internet cafelerde internete giren kullanıcılar için, "internet kullanıcıları" ya da "internet cafe kullanıcıları" tabiri kullanılacaktır. Bunun yanında, internete girmeseler bile bilgisayar başında oturan, oyun oynayanlar için de aynı ifade kullanılacaktır.

Şehir merkezinde bulunan internet cafelerdeki internet kullanıcıları ile yapılan görüşmeler; daha çok hafta içi öğleden sonra ve akşam, hafta sonu ise, tüm gün ve akşam saatlerinde yapılmıştır. Araştırma kapsamında, üniversite yerleşkesi içerisinde bulunan internet cafedeki kullanıcılarla, hafta içi ve mesai saati içinde görüşmeler yapılmıştır.

Alan araştırmasının yapılabilmesi için, Diyarbakır Valiliği'nin yazılı izni beklenmiş ve valiliğin 14.03.2002 tarihli oluru ve Diyarbakır İl Emniyet Müdürlüğü Asayiş Şubesi'nin 15.03.2002 tarihli izni alınmış ve bu tarihlerden sonra çalışmalara başlanmıştır. Saha araştırması ile ilgili çalışmalar, 2002 yılı Mart ayında başlayıp, 2002 yılı Nisan ayında sonuçlanmıştır. Bu tarihten sonra da, gerektiğinde, bazı internet cafe sahipleri ve kullanıcılarıyla görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada, internet kullanıcılarının sosyo-demografik özelliklerini ve internetin bağımlılık ve sosyal izolasyona neden olup olmadığını tespit etmek amacıyla, kullanıcıların interneti hangi amaçlarla kullandığına ve ne tür aktivitelere katıldığına ilişkin 56 sorudan oluşan bir soru kağıdını yanıtlamaları sağlanmıştır. Bunun yanında, internet cafe sahiplerine de 28 sorudan oluşan bir görüşme formu uygulanmıştır.

Anket formu hazırlanırken, daha önceden yapılan araştırmalardan yararlanılmış, araştırmamızın diğer araştırmalardan bazı konularda farklılaşmasından dolayı da, yeni bazı soruların ankete eklenmesi gerekli hale gelmiştir. Sorular içinde seçim yapılırken, bazı sorular birleştirilmiş, bunun dışında kalanlar ise anket formuna alınmamıştır.

Anket soruları hazırlandıktan sonra, öncelikle 10 kişi üzerinde pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmayla, ulaşılan bilgilere bakılarak, bazı sorular kısaltılmış, bazılarının ifade şekli değiştirilmiş ve bazı seçenekler de birleştirilmiştir. Bütün bu işlemler yapılırken, sadece anket formlarının durumu esas alınmamış, bazı enformel görüşmeler de gözönünde bulundurulmuştur. Pilot çalışmada uygulanan anket formları değerlendirmeye alınmazken, anket formu verilen internet kullanıcıları da örneklem dışında tutulmuşlardır.

Enformel görüşmelerde ve anket formlarının doldurulması esnasında bazı internet kullanıcıları ve cafe sahipleri, yapılan araştırmayı; internet cafelerin içinde bulunduğu şartların düzeltilmesi için yapılan bir çalışma olarak değerlendirmiştir. Bu araştırmanın, bilimsel bir amaçla ve araştırma sonuçlarının da, internet cafelerin içinde bulunduğu durumun ve internetin kullanıcılarda bağımlılık meydana getirip getirmediği tespit edilmesi ve yeni bazı öneriler getirmesi yönüyle değer taşıdığı, internet cafe sahiplerine ve internet kullanıcılarına araştırmacı tarafından ifade edilmeye çalışılmıştır.

Alan araştırmasının her aşaması, araştırmacının kendisi tarafından gerçekleştirilmiştir. Anket, enformel görüşme, gözlem gibi aşamalarda, bazı internet cafelerdeki internet kullanıcıları ve cafe sahiplerinin yardımı alınmıştır.

Araştırmanın operasyonel kavramları şunlardır:

1.İnternet: İnternet, birçok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen bir iletişim ağıdır. İnternet, insanların her geçen gün gittikçe artan "üretilen bilgiyi saklama/paylaşma ve ona kolayca ulaşma" istekleri sonrasında ortaya çıkmış bir teknolojidir. İnternet, birden fazla haberleşme ağının

(network), birlikte meydana getirdikleri bir iletişim ortamıdır. Bu iletişim ağı, bilgisayarlar ile oluşturulmaktadır.

2.İnternet Bağımlılığı: Teknolojik bağımlılıklar, operasyonel olarak, insan-makine etkileşimini içeren ve kimyasal olmayan -davranışsal- bağımlılıklar olarak tanımlanır. Bu bağımlılıklar pasif (televizyon, radyo vb.) ya da aktif (internet vb.) olabilir. Bu açıdan internet bağımlılığı, aktif bağımlılık olarak değerlendirilmektedir.

3.Sosyo-Kültürel Faktörler: Bu araştırmada sosyo-ekonomik faktörler olarak; yaş, cinsiyet ve sosyo-ekonomik düzey değişkenleri değerlendirilecektir.

4.Sosyo-Ekonomik Düzey: Araştırmamızda, sosyo-ekonomik düzey olarak; kişisel gelir, aile geliri, sosyal statü, meslek, öğretim düzeyi ve aile yapısı göz önünde bulundurulmuştur.

4.3.Bilgi Toplama Araçları

Saha araştırması esnasında, internet kullanıcılarına; kişisel, toplumsal durumlarına, internet bağımlılığı kriterlerine ilişkin olarak, anketteki sorular yöneltilmiş, bunun yanında enformel görüşmeler de gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında, Mart-Nisan 2002 tarihlerinde, seçilen internet cafelerdeki kullanıcılara anket formu, internet cafe sahiplerine ise görüşme cetveli uygulanmıştır. Anket formu hazırlanırken, araştırmanın amacına uygun olan sorular tespit edilmiş; bunun yanında, başka araştırmalar ve konuyla ilgili internet sitelerinden de yararlanılmıştır.

Araştırmanın kuramsal çerçevesi oluşturulurken, konuyla ilgili daha önce hazırlanmış çalışmalardan yararlanılmıştır. Ülkemizde, internet cafeler, çok yeni ve üzerinde araştırma yapılmamış bir alan olduğundan, daha çok konuyla ilgili internet sitelerinden faydalanılmıştır.

Araştırma; haftanın günlerine göre, internet kullanıcı profilinin değişebileceği göz önüne alınarak, hafta içi öğlen ve akşam saatlerinde, hafta sonu tüm gün ve akşam saatlerinde yapılmıştır.

Belli sorulara verilebilecek cevapların özelliğinden dolayı, bazı soruların açık uçlu, bazılarının ise seçenekli olmasına dikkat edilmiştir.

Araştırmada, veri toplama aracı olarak anket, görüşme, gözlem teknikleri bir arada kullanılmıştır. Gerekli materyaller toplandıktan ve bir ön hazırlıktan sonra, ilgili

makamlardan izin alınarak alan çalışması yapılmıştır. Enformel görüşme tekniği, verileri desteklemek için kullanılmıştır.

4.4. Analiz Teknikleri

Anketteki sorular, bilgisayar formatında hazırlanmıştır. Her soruya bir numara verilirken, seçenekler de numaralandırılmıştır. Toplanan anket formlarındaki veriler, öncelikli olarak Excel uygulama programı kullanılmak suretiyle bilgisayara aktarılmıştır. Excel'e işlenen verilerin dağılımı, SPSS istatistik programı kullanılarak ortaya konulmuştur. Daha sonra, basit dağılım tabloları oluşturulmuştur. Bu tablolardan yararlanılarak, bağımsız değişkenlerin hangi bağımlı değişkenlerle ilişkisinin olabileceği ve korelasyon kurulabileceği araştırılmıştır. Anlamli ilişkilerin olabileceği 8 bağımsız değişken ele alınmış ve bunlarla, diğer değişkenler arasında ilişki aranmıştır. Toplam 54 çapraz tablo oluşturulmuş ve bu tablolardan anlamlı olanlar tespit edilerek, yorumlanmaya çalışılmıştır.

Sosyal bilim alanındaki araştırmalarda, elde edilen bulguların sistematik bir biçimde ele alınması, -güvenirlilik ve geçerlilik ölçülerine uygun olarak- gerçekleştirilmek istenen amaçlar çerçevesinde çözümlenmesi ve belli değişkenler arasındaki ilişkilerin yakalanması, büyük bir aşama olarak değerlendirilmektedir (Yıldız, 1999:104). Bu nedenle, tablolar yorumlanırken, bağımsız değişkenlerin yüzdeleri esas alınmış ve oranlara bakılarak bir azalma ya da artışın olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Basit dağılım tablolarından yola çıkılmak suretiyle, betimsel bir tespitte bulunulmuş ve ayrıca ve bazı alanlardaki yoğunlaşmaların neden ve sonuçlarına bakılarak genellemelere ulaşılmaya çalışılmıştır.

Tablo yorumlarında, sayısal değerler (%) şeklinde verilirken, gerektiğinde; "çoğunluk", "yarıdan fazla", "yarıya yakın", "çok az" gibi bazı kavramlar da kullanılmıştır.

Anket formunda yer alan 13 açık uçlu soruya verilen yanıtlar, bilgisayara girilmeden önce sistematize edilmiştir. Açık uçlu sorulara ve bazı soruların "başka" seçeneklerine verilen farklı yanıtlardan bir kısmı, kimi zaman tırnak içinde aktarılmıştır. Açık uçlu sorulara verilen cevaplar; eğer doğru bir şekilde aktarılmışsa, aynen alınmış; değilse, düzeltilmiştir.

Araştırmada, internet kullanıcılarının; sosyo-demografik özelliklerini, internetin bağımlılık ve sosyal izolasyona neden olup olmadığını tespit etmek amacıyla, 56 sorudan oluşan bir anket formu uygulanmıştır. Bu anket formunun, “bağımlılık puanı”nı ölçmeye yönelik olan bölümü, Young’ın “net addiction testi”nden (<http://www.netaddiction.com>) tercüme edilmiştir. “Bağımlılık Puanı”nı ölçmeye yarayan bölüm, 17 sorudan oluşmaktadır. Buna göre, 17 sorudan en düşük “0” ve en yüksek “24” puan alınabilmektedir. Bu puanlama, Young’ın testindeki değerlendirmeler göz önünde bulundurularak gerçekleştirilmiştir. Bu açıdan, 3 ana grup belirlenmiştir:

- Bağımlı olmayanlar : 0-6 puan arasındakiler
- Orta derecede bağımlı olanlar : 7-15 puan arasındakiler
- Yüksek derecede bağımlılar : 16-24 puan arasındakiler



II.BÖLÜM

BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Bu bölümde, araştırma sonuçlarından elde edilen veriler tablolastırılmaya çalışılmış ve belli bir kategoride yoğunlaşmanın sebepleri ve sonuçları araştırılmıştır. Gerektiğinde, konuyla ilgili çok kısa bir kavramsal çerçeve sunulmuş ve bu yönde bazı yorumlarda bulunma imkanı doğmuştur. Tablolardan elde edilen verilerdeki eğilimler dikkate alınarak, bu konuda yapılmış diğer araştırmalarla karşılaştırılmıştır.

Basit tablolar şeklinde verilen bulgular, sayısal rakamla birlikte bu rakama karşılık gelen yüzde ile belirtilmiştir. Çoklu yanıtların bulunduğu tablolarda ise, bir kategorideki ilgili frekansın toplam içindeki oranı esas alınmış ve bu rakamın yüzdesi verilmiştir. Çoklu yanıtların bulunduğu tablolarda, toplam sayı ve toplam yüzde verilmemiştir.

Çapraz ilişki tablolarında ise, kutucuklara isabet eden rakam yanında, bağımsız değişken esas alınarak, yüzdeler verilmiştir. Bilgisayar çıktılarında her kutucukta satır yüzdesi, sütun yüzdesi ve toplam yüzde yer alırken; sütun yüzdesi ve toplam yüzdenin fazla kullanılmayacağı düşünülmüş ve bu değerler tablolara konulmamıştır.

1.İnternet Kullanıcılarının Genel ve Mesleksel Durumları

1.1.Genel Durumları

Yaş, cinsiyet, ırksal özellikler, meslek, grup, dernek, örgüt, birtakım farklı davranış şekilleri, doğum yeri, baba mesleği, çocuk sayısı, medeni durum gibi faktörler kişilerin ayırt edilmesini sağlamaktadır. İnternet kullanıcıları hakkında birtakım yorumlarda bulunmak ve belli varsayımlar oluşturabilmek için, örnekleme girenlerin; yaş, medeni-ailevi durum, öğrenim durumu, baba mesleği gibi özelliklerinin bilinmesi gerekmektedir.

1.1.1. Cinsiyet Durumu

Cinsiyet, internet cafelerle ilgili bir değerlendirme yapabilmek için dikkate alınmasında yarar görülen en önemli kriterlerden biridir. Tablo 2, internet cafe kullanıcılarının cinsiyetini göstermektedir.

Tablo 2: İnternet Kullanıcılarının Cinsiyet Durumuna Göre Dağılımı

Cinsiyet Durumu	Sayı	Yüzde
Kadın	8	5.3
Erkek	142	94.7
Toplam	150	100.0

Tablo 2’de de görüldüğü gibi, internet cafe kullanıcılarının büyük çoğunluğu (%94.7) erkektir. Kadın kullanıcıların sayıca azlığı (%5.3) internet cafelerin erkek egemen bir sosyal alan olduğunu gösterebilir.

İnternet cafelerin, bir yönüyle kahvehanelerin devamı olduğu yönündeki düşüncelerin en önemli kanıtlarından biri de, internet cafelerdeki erkek nüfusun yoğunluğudur.

Toplumumuzda kadınların ve erkeklerin paylaştığı alanlar; gelenek, görenek gibi toplumsal değerlerin etkisiyle, cinsiyetlere biçilen roller gereği farklılaşmaktadır. Bu durum, kamuya açık alanlarda erkeklere daha büyük olanaklar sunmaktadır. Erkeklerin kadınlara göre daha yoğun bulunduğu stadlar, spor salonları, kahvehaneler bu durumun en açık örnekleridir. %94.7 oranında erkek nüfusun bulunduğu internet cafelerin de stadlar, kahvehaneler gibi erkek egemen alanlardan biri olduğunu göstermektedir.

1.1.2.Yaş Durumu

Yaş, kişilerin toplumdaki konumlarını belirleyen ve buna göre birtakım rollerin gereklerinin yerine getirilmesini sağlayan önemli faktörlerden biri olarak kabul edilmektedir (Yıldız, 1999:106).

İnternet cafe kullanıcılarının, yasal olarak 15 yaşın altında olamayacakları durumu göz önünde bulundurulması gerektiği halde bu kurala bir çok internet cafede uyulmadığı görülmüştür. Bu yönü de dikkate alınarak internet cafelere “çocuk, genç,

orta yaşlı" kategorisindeki kişilerin rağbet ettiğini söyleyebiliriz. Yaş durumu ele alınırken; 11-15 yaşları arasında olanlar "çocuk" kategorisine, 16-20 ve 21-25 yaşları arasındakiler "genç" kategorisine sokulmuş, 26-30 ve 31-35 yaşları arasında olanlar "orta yaş" grubunda, 35-40 yaşları ve 40 yaşın üzerinde olanlar da "orta yaş üstü" kategorisinde ele alınmıştır. Örneklemeye dahil edilen internet cafe kullanıcılarının yaş durumuna göre dağılımları Tablo 3'te görülmektedir.

Tablo 3: İnternet Kullanıcılarının Yaş Durumuna Göre Dağılımı

Yaş Durumu	Sayı	Yüzde
11-15 yaş arası	22	14.7
16-20 yaş arası	72	48.0
21-25 yaş arası	29	19.3
26-30 yaş arası	19	12.7
31-35 yaş arası	7	4.7
35-40 yaş arası	1	0.7
Toplam	150	100.0

Tablo 3'de, internet cafe kullanıcılarının en çok (%48.0) 16-20 yaş dilimi arasında oldukları gözlenmektedir. Bu oranı, 21-25 yaş diliminde yer alanlar izlemektedir (%19.3). 26-30 yaş dilimindekilerin oranı ise %12.7'dir. Çocuk yaşıta sayılabilecek olan ve yasalarla internet cafelere girişleri yasaklanmış olan 11-15 yaş dilimindekiler de önemli bir orana (%14.7) sahiptir. Tabloya göre, internet cafe kullanıcılarının büyük çoğunluğunun (%94.7) yaş dilimi itibariyle ağırlıklı olarak 30 yaş altındaki çocuk-gençlerden oluştuğu söylenebilir.

Esgin'in (2000) araştırmasında, 16-20 yaş dilimi arasında olanlar %45.5'lik bir oranla ilk sırayı oluşturmaktadır. 21-25 yaş grubu ise %39 oranıyla ikinci sıradadır. İnternet cafeye giden 15 yaş ve altında olan kişilerin oranı ise %4.5'tir. 15 yaş altındaki grubun Esgin'in araştırmasında düşük çıkmasında, çalışmanın yapıldığı günlerde İçişleri Bakanlığı'nın internet cafelere ilişkin olarak yaptığı yeni düzenlemelerde yaş sınırlaması getirmiş olmasının etkisi büyüktür. Esgin'e göre yapılan gözlemlerde 15 yaş altındakilerin oranının daha yüksek olduğu görülmüştür.

Kuloğlu'nun (2001) araştırmasında, internet cafe kullanıcılarının yarıya yakınının (%49.4) 20-24 yaş dilimi içinde oldukları, 15-19 yaş dilimindekilerin (%28.6) ikinci sırayı aldıkları görülmektedir.

Sonuç olarak internet cafeleri genelde 15-25 yaş dilimindeki çocuk-gençlerin tercih ediyor olması, bilgisayara ve internete olan ilginin, gençler arasında daha yoğun olduğunun göstergesi olabilir. İnternet cafeler, bir boş zaman geçirme mekanı olarak düşünüldüğünde bu sonucun çıkması doğaldır.

Gerçekten de internet cafeler; tıpkı bilardo salonları, pastaneler, cafeler gibi boş zamanların değerlendirildiği mekanlar olarak işlev görmektedir. Ayrıca belli bir bilgi düzeyi gerektiren internet kullanımında, yeni teknolojilere ileri yaştaki bireylere göre daha çabuk uyum sağlayan çocuk-gençlerin yoğun ilgi göstermesi anlaşılabilir bir durumdur.

1.1.3. Medeni Durum

İnternet cafe kullanıcılarının medeni durumlarının bilinmesi; kişisel, toplumsal ve sosyo-ekonomik durumları hakkında bilgi verebileceği gibi, internetin yoğun kullanımının yarattığı bazı problemlerin ortaya konulması ve çözüm önerileri getirilmesine de yardımcı olabilir. İnternet kullanıcılarının medeni durumlarına göre dağılımı, Tablo 4'tedir.

Tablo 4: İnternet Kullanıcılarının Medeni Durumuna Göre Dağılımı

Medeni Durumu	Sayı	Yüzde
Evli	13	8.7
Bekar	137	91.3
Toplam	150	100.0

Tablo 4'te, örnekleme dahil olan internet cafe kullanıcılarının büyük bir çoğunluğunun (%91.3) bekar olduğu görülmüştür. Çok az sayıdaki (%8.7) internet cafe kullanıcısının evli olduğu dikkat çekmektedir. Boşanmış kişilere ise rastlanmamıştır. Yaş olarak, 25'in altında olan internet cafe kullanıcılarının büyük çoğunluğu bekârdır. Bu tablodan internet cafe kullanıcılarının tamamına yakınının bekar olduğu ve internet cafelerin, bekarların tercih ettiği mekanlar olduğu söylenebilir.

Kuloğlu'nun (2001) araştırmasında, evli olanlar %8.2, bekâr olanlar %90.2 ve dul olanlar da %0.8'lik bir orana sahiptir. İnternet cafe kullanıcılarının daha çok bekarlardan oluştuğunu bu araştırma paralelinde de söylemek mümkündür.

Evlilik, kişi üzerinde bir takım sorumluluklar yükleyen sosyal bir kurumdur. Evli bir kişinin, evliliğin yüklediği sorumluluklar gereği, internet cafelerde bazen 10 saatin üzerine çıkan bir zamanı yalnız olarak geçirmesi çok zayıf bir ihtimaldir. Bekar kullanıcılar ise evlilerin aksine zamanlarını internet cafelerde geçirmek konusunda daha serbest davranabilmektedir.

İnternet cafeler, gençlerin yeni eğlence merkezi olarak değerlendirilebilir. Özellikle öğrenciler arasındaki okul arkadaşlıklarının internet cafelerde sürdürüldüğü görülmektedir. İnternet cafeler, eğlencenin yeni adresi olduğu gibi arkadaşlıklar da internet cafelere taşınmaktadır. Yani öğrenci ağırlıklı kişilerden oluşan internet cafe kullanıcılarının, büyük oranda bekarlardan oluşması anlaşılabilir bir durumdur.

1.1.4. Doğum Yeri

İnternet cafe kullanıcılarının, mesleki verimlilikleri ve toplumsal konumlarını etkilemesi bakımından, doğum yeri belirleyici bir etkiye sahiptir. Kişilerin ileriki yaşamlarında belli bir dünya görüşünü paylaşmaları, büyük ölçüde çevreyle ilgili olurken, doğum yeri de ileride değişmesi güç birtakım anlayışların oluşumuna zemin hazırlayabilmektedir.

Kişilerin tutum, karakter ve davranışları uzun bir zaman diliminde oluşmakta iken, çevre faktörlerinden biri olarak ele alınan doğum yerinin, toplumsallaşmaya katkısı da inkar edilemez. İnternet cafe kullanıcılarının doğum yerlerinin nasıl bir dağılım içinde olduğu Tablo 5'te görülmektedir.

Tablo 5: İnternet Kullanıcılarının Doğum Yerine Göre Dağılımı

Doğum Yeri	Sayı	Yüzde
Merkez	102	68.0
İlçe	30	20.0
Köy	18	12.0
Toplam	150	100.0

Tablo 5'teki veriler ışığında, internet cafe kullanıcılarının yalnızca %12'sinin köy, yani kırsal kökenli oldukları söylenebilir. Doğum yeri dağılımında, %68'inin il merkezi ve %20'sinin de ilçe kökenli oldukları görülmektedir.

İnternet cafe kullanıcılarının büyük çoğunluğunun il ve ilçe merkezi doğumlu olması, kırsal kökenlilere göre değişime açık bir kitle oldukları varsayılan bu kitlenin, yeni ve farklı bir dünya olan "sanal alem" internete ve internet cafelere gösterdikleri ilginin daha anlaşılır olmasını sağlamaktadır. Değişime açık oldukları varsayılan bu genç kitlenin, birçok alanda olduğu gibi, farklı, ilgi çekici, eğlendirici, bilgi verici vb. yönleriyle internet alanında da etkin olduğu söylenebilir.

Doğum yerleri ele alınacak olursa, şehir doğumluların kırsal kökenlilere göre internetle daha çok ilgili oldukları söylenebilir. Nüfusunun büyük çoğunluğu, son 15 yıldaki terör kaynaklı göçlerle gelen kitlelerden oluşan Diyarbakır'da, internet cafe kullanıcılarının yüksek oranda kent doğumlu olması dikkat çekicidir. İnternet cafe kullanıcıları içinde il merkezi doğumluların yüksek oranda oluşunda, göç sonrası Diyarbakır merkezde doğan 11-15 yaş gurubunun da etkisi olabilir.

Kentleşme süreci göz önüne alındığında oranların normal bir dağılım gösterdiği söylenebilir. Bununla birlikte "kentleşme ya da kent yaşamına özgü olma olgularının gençler üzerinde ne derece etkili olduğu ise tartışma konusudur. Zira, "özellikle Güneydoğu ve Doğu Anadolu kentlerinin tam anlamıyla kent kimliği taşımadığı, göçler yoluyla gerçekleşen kırsal yaşama ait kültür aktarımının kentlerde hakim olduğu" bilinmektedir. Bu durum temelde kent yaşamına özgü olan bilgisayar ve internet kullanımında da söz konusu olmakta, bilgisayara ve internete ilişkin ilgi ve bilgilerini biçimlendirmektedir (Esgin, 2000).

1.1.5.Meslek Durumu

Kişinin seçmiş olduğu meslek, çoğu zaman, onun kendine özgü ve onu diğer insanlardan ayıran temel yapısı hakkında birtakım bilgiler verebilmektedir. Kişiler, ilgisini çeken, yeteneği olan alanlarda faaliyette bulunmak ister ve bu ilgilerini destekleyecek bilgi kaynaklarına ulaşmak isterler. İlgi çekmeyen ve o alanda bir yeteneğin olmadığı mesleklerdeki faaliyetlerin, optimal verimlilik açısından düşük

kalacağı söylenebilir (Yıldız, 1999:121). Bu bakımdan, internet cafe kullanıcılarının meslekleri, internete olan ilgileri hakkında bir fikir verebilir.

15-25 yaş dilimi yoğunluklu olduğunu daha önce ifade ettiğimiz internet cafe kullanıcılarının meslekleri de, bu dilime uygun olarak şekillenmektedir. Bu durum, Tablo 6’da daha açık olarak görülmektedir.

Tablo 6: İnternet Kullanıcılarının Mesleğine Göre Dağılımı

Meslek	Sayı	Yüzde
Öğrenci	93	62.0
Memur	7	4.7
İşçi	17	11.3
Esnaf	10	6.7
Serbest	7	4.7
İşsiz	8	5.3
Öğretmen	3	2.0
Başka	5	3.3
Toplam	150	100.0

Tablo 6’ya göre, internet cafe kullanıcılarının yarısından fazlası (%62) öğrencidir. Öğrencileri, %11.3’le işçiler, %6.7 ile esnaflar, %4.7 ile memurlar ve serbest çalışanlar grubu izlemektedir. Kuloğlu’nun (2001) araştırmasında da internet cafe kullanıcılarının mesleklerine bakıldığında (%62) ile öğrenciler ilk sırada yer almaktadır.

İnternet cafe kullanıcılarının büyük oranda öğrencilerden oluşmasında, internet ve bilgisayar bilgisinin bir eğitim altyapısı ve kısmen de olsa yabancı dil bilgisi gerektirmesinin etkisi olabilir. Ayrıca internetin öğrencilere ödev ya da sınavları için bir kaynak teşkil etmesi de önemli olabilir.

Esgin’in (2000) araştırmasında araştırmaya katılanların büyük bölümü lise (%43) ve üniversite (%50) öğrencisidir. İlköğretim öğrencilerinin oranı yalnızca %7’dir. Bu mekanları genelde gençlerin tercih etmesi, bilgisayara ve internete olan ilginin gençlerde daha yoğun olmasından kaynaklanıyor olabilir.

1.1.6. Kardeş Sayısı

Başbakanlık GAP Bölge Kalkınma İdaresi’nin yaptığı bir araştırmaya (Radikal, 11.3.1998) göre, bir takım yöresel inanışlar, adetler, töreler, çok çocuk sahibi olmayı teşvik etmektedir. Kan davalarının süregeldiği Güneydoğu Anadolu’da, “vurulmakla bitmeyecek” kadar çok çocuk sahibi olmak, neslin devamı ve güçlü olabilmek için bir

garanti olarak görülmektedir. Bölgede çok çocuk sahibi olmak, aile için bir güç göstergisi olarak değerlendirilmektedir. Bunun yanında, tarlaların kullanımında tarım işçisine olan ihtiyaç, “Allah herkesin rızkını verir” şeklindeki kaderci anlayış, birden çok kadınla evlilik, doğum kontrol yöntemlerinin uygulanmayışı vb. çok çocuklu olmaya iten diğer nedenler olarak değerlendirilebilir. Çok çocukluluk olgusunu, Tablo 7’deki internet cafe kullanıcılarının kardeş sayısına göre dağılımında da görmek mümkündür.

Tablo 7: İnternet Kullanıcılarının Kardeş Sayısına Göre Dağılımı

Kardeş Sayısı	Sayı	Yüzde
1-2	18	12.0
3-4	49	32.7
5-6	44	29.3
7-8	30	20.0
9 ve yukarısı	9	6.0
Toplam	150	100.0

Tablo 7’de, internet cafe kullanıcılarının %32.7’sinin 3-4, %29.3’ünün 5-6, %20.0’sinin 7-8, %6’sının ise, 9 ve yukarı sayıdaki kardeşe sahip olduğu görülmektedir.

Kent yaşamı için oldukça yüksek olan bu oranlar, kırsal yaşamla kent arasında keskin bir ayrım olduğunu göstermekten uzaktır. Bu oranlara bakılarak ortalama 5-6 kardeş sahibi olan internet cafe kullanıcılarının anne-babalarının, kentte de (şartlar değişmiş bile olsa) kırsal yaşamın inançlarını, adetlerini devam ettirdiklerini gösteriyor olabilir.

1.1.7. Anne ve Baba Mesleği

Anne ve baba, mesleğinin gereklerini yerine getirirken, aynı zamanda aile ortamında mesleğe özgü birtakım davranışlar sergiler. Bu davranışlardan en çok etkilenenler çocuklar olmaktadır. Örneğin, bilgisayar ya da internet bilgisi gerektiren bir işte çalışan anne-babanın, çocuğunu da bu konu da yetiştireceği öngörülebilir. Aksine anne-babanın eğitimi, mesleği, çocuğun internet ve bilgisayar teknolojisini öğrenmesi ve takip etmesini sağlamaktan uzaksa, çocuğun bu konuda olumlu yönlendirilmesi de söz konusu olmayacaktır. Bu yönüyle, çocuğun internet kullanmak için internet cafelere gidişini ya kontrolsüzce özgür bırakacak ya da bilinçsizce yasaklama yoluna

gidebilecektir. Şüphesiz, iki davranış da doğru kabul edilemez ve bu aşamada anne-babanın mesleği çok büyük önem taşımaktadır. Tablo 8’de anne, 9’da ise baba mesleğiyle ilgili dağılım verilmiştir.

Tablo 8: İnternet Kullanıcılarının Anne Mesleğine Göre Dağılımı

Anne Mesleği	Sayı	Yüzde
Ev Kadını	133	88.6
Öğretmen	5	3.3
Memur	3	2.0
Emekli	2	2.0
Başka	2	1.3
Cevapsız	5	3.3
Toplam	150	100.0

Tablo 8’de de görüldüğü gibi, internet cafe kullanıcılarının annelerinin tamamına yakını (%88.6) “ev kadını”dır. Bir meslek olarak ev kadınlığı, yaşadığı evin işleriyle meşgul olan, iş aramayan veya iş başı yapmaya hazır olmayan, yani işgücü tanım ve kapsamı dışında tutulan kişilerin mesleği olarak değerlendirilmektedir. Aynı araştırmada, annesinin mesleği “öğretmen” olanlar %3.3, “memur” ya da “emekli” olanlar ise, %2 oranındadır.

Anne mesleği olarak “ev kadını” sayısının %88.6 gibi yüksek bir orana sahip oluşu, annelerin öğrenim düzeyleri hakkında da bir bilgi içermektedir. Buna göre internet cafe kullanıcılarının annelerinin düşük öğrenim düzeyine sahip oldukları söylenebilir. Anne mesleği açısından “ev kadını” sayısının bu kadar yüksek oluşunda, feodal özellikler taşıyan ve kapalı toplumun erkek - egemen baskıcı geleneklerinin daha yoğun bir şekilde hissedildiği Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde kadının topluma katılmasının engellenmesinin payı olabilir. Sosyal izolasyon nedeniyle, kendini geliştirme olanaklarından önemli oranda yoksun olan ev kadınlarının, çocuklarını internet kullanımı konusunda yönlendirebilmelerinin de çok düşük düzeyde kalacağı açıktır.

Diyarbakır’a göre daha eğitimli, modern bir toplum yapısına sahip olduğu varsayılan Ankara merkezinde, Kuloğlu’nun (2001) yaptığı araştırmada, ev kadınlarının oranı %63.3’dür. Ankara ve Diyarbakır şehirlerindeki internet cafe kullanıcıları, anneleri ev kadını olanların oranı açısından değerlendirildiğinde %25.3’lük bir fark göze çarpmaktadır. Bu farkın oluşmasında Ankara’daki kadın nüfusun Diyarbakır’a göre

daha eğitimli ve modernleşme sürecinde daha ileri bir seviyede olduğunu gösteriyor olabilir. Bu paralelde, internet kullanıcılarının babalarının mesleğine bakmak da yararlı olabilir. Tablo 9, kullanıcıların baba mesleğine göre dağılımını göstermektedir.

Tablo 9: İnternet Kullanıcılarının Baba Mesleğine Göre Dağılımı

Baba Mesleği	Sayı	Yüzde
İşçi	15	10.0
Memur	29	19.3
Serbest	37	24.6
Esnaf	12	8.0
Emekli	25	16.6
Öğretmen	10	6.6
Çiftçi	7	4.6
Başka	11	7.3
Cevapsız	3	2.0
Toplam	150	100.0

Tablo 9'daki dağılıma göz atıldığında, baba mesleği açısından en büyük grubu, %24.6 oranıyla "serbest" meslek sahipleri oluşturmaktadır. Bunun dışında internet kullanıcılarının babalarının %19.3'ünün "memur", %16.6'sının "emekli", %10'unun "işçi", %8'inin "esnaf", %6.6'sının "öğretmen", %4.6'sının "çiftçi" olduğu görülmektedir. İnternet cafe kullanıcılarının %7.3'ü bunların dışında bir mesleğe sahip ya da işsizdir. Ankete katılanların %2'si ise bu soruya cevap vermemiştir.

İnternet cafe kullanıcılarının %24.6'sının baba mesleğinin "serbest meslek" olması, internet cafe kullanıcılarının babalarının öğrenim düzeyleri hakkında da bilgi vermektedir. Burada serbest meslekten kasıt, daha çok seyyar satıcılık, işportacılık gibi sosyal güvencesi olmayan, vasıfsız gizli işsizler olarak nitelendirilebilecek meslek grubudur. Yapılan enformel görüşmelerde de serbest meslek cevabının ayrıntılarına inildiğinde seyyar satıcılık, işportacılığın kastedildiği görülmüştür. Buna göre, internet cafe kullanıcılarının babalarının öğrenim seviyelerinin düşük düzeyde olduğu söylenebilir.

İnternet cafe kullanıcılarının baba mesleklerine bakıldığında, %19.3'ünün memur, %10'unun işçi olduğu görülmektedir. 657 sayılı Devlet Memurları Kanunu'na göre memur, mevcut kuruluş biçimine bakılmaksızın, devlet ve diğer kamu tüzel kişiliklerince genel idare esaslarına göre yürütülen asli ve sürekli kamu hizmetlerini ifa ile görevlendirilenler, kanunun uygulanmasında memur sayılır. Yürürlükteki kanunlara

göre, iş kanununa göre “işçi” sayılanlarla, kamu kuruluş ve kurumlarındaki iş yerlerinde bedenen veya bedenen ve fikren çalışanlardan, “bedeni” çalışmaları “fikri” çalışmalarına üstün olan kişiler işçi sayılırlar. İnternet cafe kullanıcılarının baba meslekleri genel olarak her iki örgütlü üretim işinde çalışanlar, daha önce çalıştığı varsayılan %16.6 oranına sahip emekliler ve %24.6 oranındaki örgütlü işlerde çalışmayan, ancak, kol gücüne dayalı olan bazı hizmetleri yerine getiren ve "serbest meslek" kategorisindekilerden oluşmaktadır.

Kuloğlu'nun (2001) araştırmasında, internet cafe kullanıcılarının %24.5'i emekli, %24.1'i memur, %18'i serbest meslek sahibi, %9.8'i işçi, %14.7'si mühendis ve %4.9'u da işsizdir.

Her iki araştırmada da, baba mesleği olarak toplumun orta ve orta alt ekonomik sınıfını oluşturan benzer meslek gruplarının ağırlıklı olduğu görülmektedir. Bunda, bilgisayar satın alma ve interneti kullanmanın belli bir ekonomik güç gerektirmesinin etkisi olabilir. Baba mesleğinin sağladığı ekonomik gelir nedeniyle üst ekonomik sınıfa mensup olanlarının bilgisayarı ve interneti evde kullanma olanağına sahip olmaları, internet cafeleri kullanmalarını gereksiz kılıyor olabilir. Bu yönüyle, baba mesleğinin yanında, ailenin öğrenim ve ekonomik durumunun da göz önünde bulundurulması yerinde olacaktır.

1.2. Öğrenim Durumu

1.2.1. İnternet Kullanıcılarının Öğrenim Durumu

Yeni bin yıl, 20. yüzyılın ikinci yarısında başlayan ve son çeyreğinde ivme kazanarak devam eden hızlı bir değişim süreciyle başlamıştır. Bu süreçle birlikte bilgi uygarlık tarihinin hiç bir döneminde görülmedik bir biçimde değer kazanırken, bilginin transferinde kullanılan iletişim teknolojilerinde de büyük ve hızlı gelişmeler olmuştur. Bu oluşumun doğal sonucu olarak, bilginin transferinde kullanılan iletişim teknolojilerinin küresel boyutta yaygınlaşması, bilginin hızlı dönüşümünün meydana getirdiği uluslar ötesi etkileşim, bilgi ve teknolojiyi, toplumların geleceğini etkileyen ve belirleyen güç konumuna getirirken, diğer taraftan da içinde bulunduğu toplumun,

ekonomik, sosyal, siyasal hatta kültürel yapı ve sistemlerini etkileyerek köklü değişimlere neden olmuş ve olmaktadır.

Bu durum ise, bilginin öngörüldüğü amaçlara uygun bir şekilde kullanılmasını zorunlu hâle getirirken, teknolojinin de bu esaslar çerçevesinde yönlendirilmesini ve yönetilmesini gerekli kılmaktadır. Bilginin amacına uygun olarak kullanımı, ancak onu kullananların gerekli ve yeterli eğitim formasyonuna sahip bir kitle olmalarıyla mümkündür. Bilgi toplumuna doğru gidişte eğitim-öğretim ve bilgilenme çok önemli bir yer tutmaktadır.

İnternet ve bilgisayar, belli düzeyde bilgi gerektirdiği için, yararlı ve verimli bir şekilde kullanılabilmesi için eğitim, önemle üzerinde durulması gereken bir konudur. Bu nedenle, internet kullanıcılarının öğrenim düzeyinin bilinmesine ihtiyaç vardır. Tablo 10, internet kullanıcılarının öğrenim durumunu göstermektedir.

Tablo 10: İnternet Kullanıcılarının Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı

Öğrenim Durumu	Sayı	Yüzde
İlkokul	3	2.0
Ortaokul	23	15.3
Lise	76	50.7
Yüksekokul	16	10.7
Fakülte	29	19.3
Yüksek lisans	1	0.7
Başka	2	1.3
Toplam	150	100.0

Tablo 10'daki verilerden anlaşılacağı gibi, öğrenim düzeyi açısından en büyük kategori (%50.7) oluşturanlar, lise mezunları-öğrencileridir. Bunu, %19.3 ile fakülte, %15.3'le ortaokul, %10.7 ile yüksekokul, %2 ile ilkokul, %0.7 ile yüksek lisans mezunları-öğrencileri takip etmektedir.

Tabloda, yüksekokul/üniversite mezunlarının internet cafe kullanıcılarının önemli bir bölümünü oluşturduğu görülmektedir. Bu yönüyle internet cafe kullanıcılarının %80.7'sinin en az lise mezunu olduğu ya da halen okuduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla internet cafe kullanıcılarının toplumumuzun genel öğrenim düzeyinin çok üzerinde bir eğitim düzeyine sahip olduğu söylenebilir. İlkokul mezunlarının yalnızca %2 oranına sahip oluşu da bu görüşü destekler niteliktedir.

Yüksek okul-fakülte mezunlarının önemli bir kısmının açık öğretim fakültesi mezunu olduğu, yapılan enformel görüşmelerde anlaşılmıştır. Örgün eğitim yerine açık

öğretim fakültesinin tercih edilmesinde, askerlik hizmetini daha kısa sürede tamamlama, bir iş sahibi olabilme ya da çalışanlar için meslekte kademe veya derece alma isteği önemli rol oynamaktadır. Yapılan enformel görüşmelerde alınan eğitimin internetin bilinçli ve verimli kullanımında kısmen etkili olduğu görülmektedir. Ancak gerek alınan eğitimin yeterli kalitede olmayışı gerekse de internetin amacının anlaşılamamış olması nedeniyle, optimum düzeyde bir yarar sağlandığını söylemek güçtür.

İnternet cafe kullanıcılarının öğrenci ağırlıklı bir kitleden oluştuğunu başka araştırmalarda da görmek mümkündür. Esgin'in (2000) araştırmasında, kullanıcıların büyük bölümü lise (%43) ve üniversite (%50) öğrencisidir. İlköğretim öğrencilerinin oranı ise yalnızca %7'dir. Kuloğlu'nun (2001) araştırmasında üniversite öğrencilerinin oranı %49.4, yüksek okul mezunlarının oranı %15.9, lise mezunu ve öğrencilerinin oranı %26.6'dır. Her üç araştırmada, üniversite ve lise öğrenci-mezunlarının internet cafe kullanıcıları içinde yüksek bir orana sahip olduğunu göstermektedir. Bu veriler ışığında internet cafe kullanıcılarının eğitimli-genç ağırlıklı bir kitle olduğunu söylemek mümkündür.

1.2.2. Anne ve Babanın Öğrenim Durumu

Ülkemizde eğitim düzeyi, genelde düşük olmakla birlikte, çeşitli nedenlere bağlı olarak, özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesi göstergeleri daha da düşüktür. Ülke genelinde 1985 yılı itibariyle %77.2 olan okuma-yazma bilenlerin oranı 3.3 puanlık bir artışla, 1990 yılında %80.5'e yükselmiştir. Örneğin Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP) kapsamına giren illerde ise, aynı yıllarda okuma-yazma bilenlerin oranı %55.8'den %60.4'e doğru 4.6 puanlık bir artış göstermiştir. Okur yazarlığın cinsiyete göre önemli değişimler gösterdiği ve il bazında okur-yazar olanlar arasında erkek nüfusun kadın nüfusa oranla çok daha yüksek olduğu görülmektedir. 1990 yılı itibariyle ülke genelinde erkek nüfusun %84'ünün okur-yazar olmasına karşılık, kadın nüfus içinde bu oran %72'dir. Bölgede ise bu ayrım büyüyerek yinelenmektedir. Erkek nüfusun %75.5'i okur-yazarken, kadın nüfus arasında bu oran %44.7'ye düşmektedir (<http://www.gapturkiye.gen.tr/egitim/index.html>).

İnternet cafe kullanıcılarının yüksek öğrenim düzeyine sahip olmalarının aksine, annelerin öğrenim düzeyi çok düşüktür. Bu düşük oranlara rağmen GAP bölgesinde

yaşayan kadınların okur-yazarlık (%44.7) oranından yaklaşık olarak %24 daha yüksek olduğunun ifade edilmesi gerekir. İnternet cafe kullanıcılarının annelerinin öğrenim durumu dağılımı Tablo 11’de görülmektedir.

Tablo 11: İnternet Kullanıcılarının Annelerinin Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı

Annelerinin Öğrenim Durumu	Sayı	Yüzde
İlkokul	60	40.0
Ortaokul	17	11.3
Lise	19	12.7
Yüksekokul	3	2.0
Fakülte	3	2.0
Yüksek lisans	1	0.7
Okula gitmemiş	45	30.0
Cevapsız	2	1.3
Toplam	150	100.0

Tablo 11’deki verilerden anlaşılabileceği gibi, internet cafe kullanıcılarının annelerinin %40’ı ilkokul, %12.7’si lise, %11.3’ü ortaokul ve %0.7’si yüksek lisans mezunudur. Fakülte/yüksekokul mezunlarının oranı, %6 ve hiç okuma yazma bilmeyenlerin oranı %30’dur.

Kuloğlu’nun (2001) araştırmasında okuma yazma bilmeyenlerin oranı yalnızca %6.9’dır. Ankara ile Diyarbakır arasındaki %23.1’lik bu yüksek fark, Diyarbakır’ın son 15 yılda yoğun bir biçimde kırsal bölgelerden göç almış olmasına bağlanabilir. Aynı araştırmada ilkokul mezunu annelerin oranı %26.1, ortaokul mezunlarının oranı %11.4, fakülte/yüksekokul mezunlarının oranı %25.3’tür.

İnternet cafe kullanıcılarının babalarının öğrenim durumu, annelerinin öğrenim durumuyla karşılaştırılamayacak kadar yüksek bir orana sahiptir. İnternet kullanıcılarının babalarının öğrenim durumunun nasıl bir dağılım içinde olduğu Tablo 12’de görülmektedir.

Tablo 12: İnternet Kullanıcılarının Babalarının Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı

Babalarının Öğrenim Durumu	Sayı	Yüzde
İlkokul	54	36.0
Ortaokul	19	12.7
Lise	35	23.3
Yüksekokul	14	9.3
Fakülte	13	8.7
Yüksek lisans	2	1.3
Okula gitmemiş	12	8.0
Cevapsız	1	0.7
Toplam	150	100.0

Tablo 12'deki verilerden anlaşıldığına göre, öğrenim düzeyi açısından en büyük kategori (%36) oluşturanlar ilkokul mezunlarıdır. Bunu, %23.3 ile lise, %12.7 ile ortaokul, %9.3 ile yüksekokul, %8.7 ile fakülte, %1.3 ile yüksek lisans mezunları takip etmektedir. Hiç okula gitmemiş yani okur-yazar olmayanların oranı ise %8'dir. Okur-yazar olmayan babaların oranı, okur-yazar olmayan annelerden %22 daha azdır. Buradan, Diyarbakır ve genel olarak da Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde kadınlara tanınan eğitim fırsatının, erkeklere oranla çok daha düşük düzeyde olduğu söylenebilir.

Kuloğlu'nun (2001) araştırmasında ilkokul mezunu olmayan babaların oranı yalnızca %1.6'dır. İnternet cafe kullanıcılarının babalarının %17.1'i ilkokul, %8.6'sı ortaokul, %27.8'i lise ve %45'i fakülte/yüksekokul mezunudur. Kuloğlu'nun araştırmasındaki bu veriler, Ankara'da internet cafe kullanıcılarının babalarının oldukça yüksek eğitim düzeyine sahip olduğunu göstermektedir.

1.3. İnternet Kullanıcılarının Ekonomik Durumları

1.3.1. Aylık Geliri

Bilgisayarın kendisi ve internetin kullanımı, belirli bir oranda ekonomik gelire sahip olmayı zorunlu kılmaktadır. Örneğin ortalama bir bilgisayarın fiyatını 1000 ABD Doları, internetin bir yıllık paket fiyatının yaklaşık 100 milyon TL. ve aylık telefon ücretinin de 15-20 milyon TL. olduğu düşünülürse, bu durum daha iyi anlaşılacaktır. Bu yönüyle internet cafeler, gelir seviyesi düşük kişilerin internet ya da bilgisayara olan

ilgilerini daha cazip koşullarla karşılamasını sağlamaktadır. Bunun yanında, ekonomik anlamda ulaşılması güç ihtiyaçlara kişiler, internet vasıtasıyla sanal olarak da ulaşabilmektedir. Gelir seviyesi ile ilgili yalnızca bu durum bile, kullanıcıların internet cafelere gitmesi için yeterli bir neden olabilir. Tablo 13'teki internet cafe kullanıcılarının aylık gelir durumu, bu olgunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

Tablo 13: İnternet Cafe Kullanıcılarının Aylık Gelir Durumuna Göre Dağılımı

Aylık Gelir Durumu(milyon TL)	Sayı	Yüzde
100 milyondan az	77	51.3
100-199	18	12.0
200-299	14	9.3
300-399	10	6.7
400-499	8	5.3
500-599	4	2.7
600-699	6	4.0
700-799	0	0.0
800milyondan fazla	7	4.7
Cevapsız	6	4.0
Toplam	150	100.0

Tablo 13'te görüleceği gibi, internet cafe kullanıcılarının yarıdan fazlası (%51.3) 100 milyon liranın altında bir gelire sahiptir. 100 milyonun altında geliri olanların oranının bu kadar yüksek oluşunda, internet cafe kullanıcılarının öğrenci ağırlıklı bir kitle olmasının payı büyüktür.

200-299 milyon arası geliri olanlar %9.3, 300-399 milyon arasında geliri olanlar %6.7, 400-499 milyon arasında geliri olanlar %5.3, 500-599 milyon arasında geliri olanlar %2.7, 600-699 milyon arasında geliri olanlar %4'lük bir orana sahiptir. Geliri 800 milyonun üzerinde olanların oranı ise %4.7'dir.

Bu verilere bakıldığında, internet cafe kullanıcılarının, genel olarak düşük gelir düzeyine sahip kimselerden oluştuğu söylenebilir. Kullanıcıların öğrenci ağırlıklı olması, Diyarbakır'da işsizliğin yüksek oranlarda olması, bu sonuçların çıkmasına neden olmuş olabilir.

1.3.2.Ailenin Aylık Gelir Durumu

Kişilerin sosyo-ekonomik durumlarının belirlenmesinde, ailelerinin aylık gelir durumu önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha önce de ifade edildiği gibi internet cafe kullanıcılarının aylık gelirleri kadar ailelerinin de aylık gelirleri internet cafeye gitme sıklığını doğrudan etkilemektedir. İnternet cafe kullanıcılarının yoğunlukla öğrencilerden oluştuğu dikkate alınırsa, ailenin aylık gelirinin önemi çok daha iyi anlaşılacaktır. Bu amaçla, Tablo 14'teki internet cafe kullanıcılarının ailelerinin aylık gelir durumuna bakmak gerekmektedir.

Tablo 14: İnternet Cafe Kullanıcılarının Ailesinin Aylık Gelir Durumuna Göre Dağılımı

Aylık Aile Geliri durumu (milyon)	Sayı	Yüzde
100 milyondan az	8	5.3
100-199	13	8.7
200-299	19	12.7
300-399	35	23.3
400-499	18	12.0
500-599	9	6.0
600-699	10	6.7
700-799	8	5.3
800 milyondan fazla	26	17.3
Cevapsız	4	2.7
Toplam	150	100.0

Tablo 14'te görüleceği gibi, (Nisan-Mayıs 2002 tarihi itibariyle) internet cafe kullanıcılarının ailelerinin %5.3'ü, 100 milyon liranın altında bir gelire sahiptir. 200-299 milyon arası geliri olanlar %12.7, 300-399 milyon arasında geliri olanlar %23.3, 400-499 milyon arasında geliri olanlar %12, 500-599 milyon arasında geliri olanlar %6, 600-699 milyon arasında geliri olanlar %6.7, 700-799 milyon arasında geliri olanlar %5.3'lük bir orana sahiptir. Geliri 800 milyonun üzerinde olanların oranı ise %17.3'tür.

İnternet cafe kullanıcılarının ailelerinin aylık gelirlerinin 200-500 milyon arasında yoğunlaşması, özellikle “orta sınıf” olarak isimlendirilen dar gelirli ailelere mensup kişilerin internet cafeleri kullandığını gösteriyor olabilir.

Orta sınıf ve üstü ailelere mensup internet kullanıcılarının, evlerine bilgisayar alıp, internet bağlantısı sağlayabilecek ekonomik olanaklara sahip olması, internet cafeleri kullanmalarını gereksiz kılıyor olabilir. Bunun yanında ailesi 800 milyonun üzerinde gelire sahip %17.3'lük bir kesimin varoluşu ise, internet cafelerin aynı zamanda yeni bir

sosyalleşme alanı olarak görülmesinden kaynaklanıyor olabilir. Çünkü yapılan enformel görüşmelerde, daha önceden birbirini tanımayan kişilerin internet cafelerde tanışarak arkadaş oldukları gözlemlenmiştir. Bu arkadaşlık ilişkileri kimi zaman internet cafelere gidişin en önemli nedenini oluşturmaktadır. Daha önce de ifade edildiği gibi, bu yönüyle internet cafelerin, yeni bir sosyalleşme alanı oldukları söylenebilir.



2. İnternet Kullanıcıları-İnternet İlişkisi

2.1. İnternet Kullanımının Geçmişi

İnternet, ilk olarak 1960'lı yılların sonunda Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunan DARPA'ya (Defence Advanced Research Project Agency - Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu) ait farklı yerlerdeki bilgisayar sistemlerini birbirine bağlamak amacıyla kurulmuş bir bilgisayar ağıdır. Daha sonra bu ağa çeşitli üniversite ve araştırma kurumlarının bağlanması ile ağ genişlemiş ve "internet" adı altında dünyayı saran bir ağ konumuna gelmiştir.

Dünya üzerinde 250 milyondan fazla insan şu an internet erişimine sahip bulunmaktadır. Bu insanların %67'sinin, ise şu veya bu şekilde, interneti hizmet veya ürün temininde kullandığını biliyoruz. Türkiye'ye bakılacak olursa 2002 sonu itibarıyla ülkemizde internet erişimi imkanına sahip olacakların sayısının 750 bini aşması beklenmektedir. Daha 5-6 yıl öncesinde on binlerle ifade edilen bu rakam, hızla büyümektedir. Yapılan tahminlere göre, hane bazında "internetleşme" oranı 2002 yılında %5, 2005 yılında %15 ve 2010 yılında %40'lar oranında olacaktır. Diğer bir deyişle önümüzdeki on yıl içerisinde nüfusumuzun %50'si internet erişimi imkanına sahip olacaktır. Bunun ticari olarak anlamı çok basit ancak basit olduğu kadar çarpıcıdır: Çok yakın bir zaman içerisinde Türkiye'deki tüketicilerin %50'sine internet üzerinden erişilebilecektir, hem de nerede olurlarsa olsunlar (<http://www.chat.gen.tr/yaritim/internet2.asp>).

Türkiye, internete Nisan 1993'ten beri bağlıdır. İlk bağlantı, ODTÜ'den gerçekleştirilmiştir. 64kbit/san hızında olan bu hat, çok uzun bir süre, tüm ülkenin tek çıkışı olmuş; Ege Üniversitesi'nden olan bağlantı ise, 1994 başlarında, 64kbit/san. hızı ile gerçekleştirilmiştir. Ardından sırayla, Bilkent Ün.(1995 Eylül), Boğaziçi Üniv. (1995 Kasım) ve İTÜ (1996 Şubat) bağlantıları gerçekleşmiştir (<http://www.po.metu.edu.tr/links/inf/css25/bolum2.html#2>).

Türkiye'de ilk olarak üniversitelerde yaygınlaşan internet, daha sonra işyerlerine ve evlere girmiştir. Kullanıcı kitlesinin genişlemesi ise internet cafeler sayesinde olmuştur. Daha önce bilgisayar ve interneti hiç kullanmayan geniş bir kesim, internet cafeler sayesinde sanal dünya ile tanışmıştır. Ülkemizde Nisan 1993'te işlerlik

kazanmaya başlayan internet, Tüm Türkiye’de olduğu gibi Diyarbakır’da da, internet cafelerin sayısının artışının da etkisiyle hızla yayılmaya başlamıştır. Bu nedenle, ülkemizde özellikle son yıllarda büyük bir gelişme gösteren internetin kullanım geçmişine bakmak yerinde olacaktır. Tablo 15, internet kullanıcılarının interneti kullanmaya başlama sürelerine göre dağılımını göstermektedir.

Tablo 15: İnternet Kullanıcılarının İnterneti Kullanmaya Başlama Sürelerine Göre Dağılımı

Kullanma Süreleri	Sayı	Yüzde
1 yıl	49	32.6
2 yıl	30	20.0
3 yıl	34	22.6
4 yıl	17	11.3
5 yıldan fazla	14	9.3
Cevapsız	6	4.0
Toplam	150	100.0

Tablo 15’teki dağılımlara bakıldığında, internet kullanım süresi açısından son bir yıldır kullananların oranının en büyük kategoriyi (%32.6) oluşturduğu görülmektedir. İnterneti 3 yıldır kullananların oranı %22.6, 2 yıldır kullananların oranı %20, 4 yıldır kullananların oranı %11.3, 5 yıldan fazla süredir kullananların oranı %9.3, cevapsızların oranı ise %4’dür.

Türkiye’nin Şubat 1993’te internete bağlandığını ve ülkemizde internetin o tarihten bugüne hızla gelişip yaygınlaştığını düşünürsek, Diyarbakır’daki internet cafe kullanıcılarının internetle tanışmalarının oldukça geç gerçekleşmiş olduğu söylenebilir.

İnternet kullanımının özellikle son üç yılda yoğunlaşmasında, bölgedeki terör olaylarının sona ermesinin de etkisi olabilir. Bu sayede, kullanıcıların hiçbir baskı ve korku duymadan, geç saatlere kadar internet cafeleri kullanabilmesi, valiliğin cafe açma izni konusunda daha esnek davranması, internet konusunda medyada yer alan haber, reklam, programların artması, bu reklamların etkisiyle internetin bir eğlence aracı olarak algılanması gibi etkenler, internet kullanımının yaygınlaşmasını sağlamış olabilir.

Yaklaşık %75’inin 3 yılın altında internet geçmişine sahip olduğu internet cafe kullanıcılarının, 1/5’i gibi önemli bir kısmı ise, internetin Türkiye’de yaygınlaşmaya başladığı yıllardan beri interneti kullanmaktadır. İnternet cafe kullanıcıları içinde, internetle olan tanışıklığı daha eski olanların bulunması, gerek interneti yeni

kullanıcılara öğretme olasılıklarının bulunması, gerekse internetin kökleştiğini göstermesi açısından dikkate değer bir durum olarak değerlendirilebilir.

Türkiye’de yaşanan tüm ekonomik olumsuzluklara rağmen, yavaş bile olsa internet kullanıcı sayısında bir artış olduğu görülmektedir. Son 5-6 yıldan bu güne kullanıcıların hayatında yer almaya başlayan internet, anında bilgi alma ihtiyacının daha da önem kazandığı günümüzde ve özellikle 2001 yılında, daha sık ziyaret edilen önemli bir bilgi kaynağı olmuştur. Aslında ekonomik krizin de etkisiyle her şeyin azaldığı 2001 yılında, azalmayan tek şeyin internet kullanıcı sayısı olduğu söylenebilir. Ancak internet kullanıcılarının sayısal olarak artmasından daha da önemlisi, varolan kullanıcıların internet kullanma sıklığı ve sürelerinin artıp artmadığıdır.

2.1.2. İnternetle Tanışma ve İnternet Aktiviteleri

Resmi kayıtlarda 5.374 adet görünmesine rağmen, Türkiye genelindeki internet cafe sayısının 10 bine ulaştığı tahmin edilmektedir. Daha çok gençlerin rağbet ettiği bu cafelerde, her ay milyarlarca lira harcama yapılmaktadır. Bu harcamanın içine internet bağlantısı için ödenen ücretin yanı sıra, internet cafelerde yapılan her türlü tüketim harcaması dahil edilmelidir. Türkiye’de internet kullanan kayıtlı kullanıcıların, işyeri ve internet cafe gibi mekanlardaki kullanımla birlikte, 4 milyona yaklaştığı tahmin edilmektedir. İnternet cafeler, özellikle İstanbul, Ankara, İzmir dışındaki illerde internete açılan kapı durumundadır.

Son yıllarda Anadolu’da hızla yayılan internet cafeler, Diyarbakır’da olduğu gibi özellikle üniversitelerin bulunduğu il ve ilçelerde yoğunlaşmaktadır. Bunun yanı sıra Diyarbakır’da resmi rakamlara göre 38 olan internet cafe sayısının, 100’e yakın olduğu tahmin edilmektedir. İnternet cafelerin, özellikle çocuk-genç kitle tarafından büyük ilgi görmesinin nedenlerinden biri de gerek görsel gerek yazılı basında çıkan internet haberleri ve reklamları olabilir. İnternet kullanıcılarının internetle tanışma şekline göre dağılımı tablo 16’da görülmektedir.

Tablo 16: İnternet Kullanıcılarının İnternetle Tanışma Şekline Göre Dağılımı

İnternetle Tanışma Şekli	Sayı	Yüzde
Arkadaşlarım aracılığıyla	94	62.7
Ailem aracılığıyla	2	1.3
Medya aracılığıyla	7	4.7
İşim dolayısıyla	24	16.0
Başka	23	15.3
Toplam	150	100.0

Tablo 16'daki verilere bakıldığında, internet kullanıcılarının internetle büyük oranda (%62.7) arkadaşları aracılığıyla tanıştığı görülmektedir. İnterneti işi dolayısıyla tanıyanlar %16, medya aracılığıyla tanıyanlar %4.7, ailesi aracılığıyla tanıyanlar ise, %1.3 oranındadır.

İnternet cafe kullanıcılarının interneti büyük oranda arkadaşları aracılığıyla tanımlarının arkasında, internet cafelerde herhangi bir internet eğitiminin verilmeyişi yatıyor olabilir. Bu nedenle, internet kullanımını öğrenmek isteyenler, kendisinden önce interneti öğrenmiş arkadaşlarının yardımına ihtiyaç duyuyor olabilir.

İnternet cafeler, yalnızca internet kullanılan alanlar değildir. İnternet cafeler, zaman içinde ortak arkadaş gruplarının bir araya geldiği, yeni arkadaşlıkların kurulduğu mekanlar haline de gelmiştir. Yani internet cafelerin ülkemizdeki yapısı, bir anlamıyla "kıraathane" statüsünde değerlendirilebilir. Bu yönleriyle internetin yoğunlukla arkadaşlar aracılığıyla tanınmış olması anlamlı görülebilir.

%62'si öğrenci olan internet kullanıcılarının, eğitim ortamlarında kullanabilecekleri bilgi ve iletişim teknolojileri arasında internet, önemli bir yer tutmaktadır. İnternetin verimli çalışan bir altyapısı oluşturulabilirse, büyük çoğunluğu 11-25 yaş diliminde yer alan internet cafe kullanıcılarının; bilgi, beceri ve tutumları olumlu yönde etkilenebilir, internet bir öğrenme aracı olarak kullanılabilir.

İnternet kullanıcılarının %16'sı interneti işi sayesinde tanımıştır. Çünkü, bilgi ve iletişim teknolojilerinin birleşmesi, iletişimdeki en büyük iki engel olan zaman ve mekan kısıtlamalarının üstesinden gelmiştir. Her zamankinden daha ucuz, hızlı ve her zamankinden fazla bilginin çok çeşitli yollarla internet yoluyla iletilebilmesi, bilgiye her zamankinden çok daha kolay ulaşılabilmesi, hem devlet hem de özel sektör kuruluşlarında bilgisayar ve interneti daha etkin kullanma anlayışını da beraberinde getirmiştir. Bu nedenle, çalışanların işyerlerinde internetle tanışmaları anlaşılabilir bir durumdur. Ayrıca, bazı kurumların çalışanlarını bilgisayar ve internet konusunda

hizmet içi eğitim kurslarıyla eğitmeleri, özel kurslara göndermelerinin de interneti işyerinde tanımada etkisi olabilir.

Medyada, sıklıkla internetle ilgili haberlerin, programların, reklamların yer alıyor olması da internete olan ilgiyi artırmaktadır. İnternetin yararları, sağladığı kolaylıklar, medya araçlarının hedef kitlesinin de ilgisini internete yönlendirmektedir. Özellikle televizyonlarda gösterilen bazı reklamların içeriği, internetin yalnızca bir eğlence aracı gibi algılanmasına da neden olabilmektedir.

Ailesi aracılığıyla internetle tanışan kullanıcıların, evlerinde bilgisayar ve internet bağlantısı olabilir. Bunun yanında, anne babanın eğitim ve gelir düzeyinin yüksek olmasının da internetle tanışma da etkili olduğu söylenebilir.

İnternetle tanışma şekli kadar internetin ne amaçla kullanıldığı da çok önemlidir. Bu nedenle, internet cafe kullanıcılarının interneti kullanma şekilleri, internetin amacına uygun kullanımı hakkında bir fikir verebilir. Bunun için internet cafe kullanıcılarına “internette neler yapıyorsunuz?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Verilen yanıtlar, Tablo 17’de görülmektedir.

Tablo 17: İnternet Kullanıcılarının İnterneti Kullanma Şekline Göre Dağılımı

İnterneti Kullanma Şekli	Sayı	Yüzde
E-mail gönderiyorum	69	46.0
Chat yapıyorum	55	36.6
Oyun oynuyorum	60	40.0
Alışveriş yapıyorum	20	13.3
Erotik sitelere giriyorum	18	12.0
Kumar oynuyorum	10	6.6
Araştırma yapıyorum	48	32.0
Surf	28	18.6
Cevapsız	2	1.3

Not: Birden çok cevap verilmiştir.

Tablo 17’deki verilere bakıldığında, %46’sının e-mail gönderdiği, %40’ının oyun oynadığı, %36.6’sının chat (sohbet), %32’sinin araştırma, %18.6’sının surf (internette gezinti), %13.3’ünün alışveriş yaptığı, %12’sinin erotik sitelere girdiği ve %6.6’sının kumar oynadığı görülmektedir.

E-mail, yani elektronik posta, posta işlemlerinin (mektuplaşma v.s.) bilgisayar ortamında yapılmasıdır. E-mail ile diğer internet kullanıcılarına mektup ve dosyalar gönderilebilir, alınabilir. %46 gibi yüksek oranda internet kullanıcısının e-mail (e-posta)

göndermesinin birden fazla nedeni bulunmaktadır. Çünkü e-mail sayesinde, internet üzerinden dünyanın dört bir tarafıyla iletişim kurulabilir, gerekli bilgi ve dokümanlar gönderilebilir, farklı şehirlerden, ülkelerden insanlarla her konuda yazışılabilir, iş başvurusu yapılabilir. Kısaca günün her anı, dünyanın her yerine faks kadar hızlı, posta kadar ucuz bir şekilde ulaşılabilir.

İnternet kullanıcılarının en çok rağbet ettiği sitelerin başında oyun siteleri gelmektedir. Daha çok çocuk ve gençlerin tercih ettiği eğlendirici oyun yazılımlarını, kullanıcılar internet cafelerdeki bilgisayarlara indirip (download) oynayabildikleri gibi, bilgisayara önceden yüklenmiş oyunlarla da oynayabilmektedir. Bu oyunlar genellikle şiddet, kan, kavga vb. içermektedir. Bilgisayar oyunları ya da internet üzerinden sunulan içerik; çok renkli, hızlı, görsel ve işitsel efektler tarafından zenginleştirilmiş olduğu için çocuğun ya da gencin, bilgisayar başında keyifli uzun zamanlar geçirmesine yardımcı olmaktadır. Bu da, günlük sıkıntılar ya da sorunlardan uzaklaşmak isteyen çocuk ve gençleri bilgisayar başına çekiyor olabilir.

İnternetin en çok kullanılan aktivitelerinden biri de chat'tir. Chat, İnternet Relay Chat kelimelerinin baş harflerinden oluşan bir kısaltma olup, dünya üzerindeki değişik kullanıcıların internete bağlı oldukları ve de aynı sunucuyu yada birbirine bağlı sunucuların network'ünü seçtikleri durumda birbirleri ile iletişim kurmalarını sağlayan bir ortamdır (http://www.balikesir.edu.tr/destek/mirc/irc_nedir.html).

Şüphesiz her çocuğun, gencin, bireyin "chat" yapma nedeni birbirinden farklıdır. Chat, her şeyden önce, iletişim kurmada kolaylık sağlamaktadır. Chat, günlük yaşamda kolay iletişim kuramayan çocuk ya da gençlere iletişim ve bir çok kişiyle tanışma olanağı sunmaktadır. Chat ortamında kullanıcılar, kendilerini daha kolay ifade edebilmektedir. Günlük yaşamda kendilerini ifade etmekte güçlük çeken kullanıcılar bile sanal ortamda kendileri veya başkaları ya da tanınmak istedikleri gibi olabilmektedir.

Chat, aynı zamanda, kullanıcılara sosyal ortam sunmaktadır. İletişim araçları aracılığıyla sunulan iletişim olanağı, bireylere bir gruba ait olduklarını hissettiriyor. Bireyler, bu gruplar içinde onaylandıklarını, kabul edildiklerini hissediyor olabilirler. Bunun yanında, internetin sunduğu iletişim olanağı, bireyleri günlük yaşamdakinden daha fazla yakınlaştırıyor olabilir. Bireyler bu ortam içinde içlerinden geldiği gibi

iletişim kurup yakınlaşabilir, yüzünü bile görmedikleri insanlarla dertleşmek daha kolay olduğu için daha derin ilişkiler kurabilir.

Chat sayesinde, çocuk ya da genç, hayallerindeki olmak istediği kişi gibi davranabilir. Chat, ucuz, uzun süre ve birçok kişi ile aynı anda iletişim imkanı sunmaktadır. Ayrıca chat, gerçek yaşamdaki sıkıntıları, sorumlulukları geçici de olsa unutturuyor olabilir.

İnternette araştırma yapanların oranı %32'dir. Araştırma yapanların büyük çoğunluğunu, öğrenciler, öğretmenler ve öğretim üyeleri oluşturmaktadır. Yapılan enformel görüşmelerde, özellikle öğrencilerin, dersleri ve ödevleri için kaynak sağlamak konusunda interneti sıkça kullandıkları anlaşılmıştır. Bu durum, internetin ülkemizdeki geleceği açısından sevindirici bir gelişmedir.

E-ticaret, yani internet üzerinden alışveriş ülkemizde ve özellikle Avrupa'da önemli oranda artmaya başlamıştır. Daha çok; kitap, Cd, Dvd, bilgisayar yazılımı, sağlık, fitness ve güzellik ürünleri, giyim eşyası gibi mal ve hizmetlerin satıldığı sanal ortamı, kullanıcıların 13.3'ünün tercih ediyor olması, e-ticaretin ülkemizde yaygınlaşmasının bir işareti olarak görülebilir. İnternette alışverişin tercih edilmesinin nedeni, zamandan tasarruf etmek ve günlük yaşama vakit ayıkabilmek olabilir. Ayrıca internette alışveriş ederken bütün opsiyonları anında önünüzde görebilmek, daha tasarruflu alışveriş edilmesini de sağlayabilir. şu aşamada, internet üzerinden alışverişin önündeki en büyük engel, her geçen gün sayıları artan sanal alışveriş mağazalarından güvenli bir şekilde alışveriş yapabilme konusunda yaşanan sorunlar olabilir.

İnternet kullanıcılarının %12'si erotik sitelere girdiklerini belirtmiştir. Ancak, yapılan gözlemlerde, bu oranın çok daha üzerinde kullanıcının pornografik siteleri ziyaret ettiği görölmektedir. İnternette önemli bir yer işgal eden erotizm-pornografi siteleri, her türlü sapkınlığa, sömürü ve istismara açık; cinsel şiddet, taciz, ensest ilişkiler, çocuk pornosu, teşhircilik ve sapıklık gibi birçok olumsuz unsur sergilemektedir. Bilginin paylaşımı ve iletişimi konusunda yeni ufuklar açan internet, yerinde kullanılmadığı durumlarda tehlikeli bir silaha dönüşmekte; bazıları için tutku düzeyini aşan internet, bağımlılık etkisi göstermektedir. Son yıllarda hızla çoğalan internet cafelerde, mevzuat ve denetim eksikliğinden dolayı belli bir standart oluşturulamadığından, genelde, olabildiğince sağlıksız şartların hüküm sürdüğu mekanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle çocukların yoğun olarak bulunduğu

bu mekanlarda, pornografik sitelere girilmesine izin verilmesi, olumsuz sonuçlar doğurabilir.

İnternet cafe kullanıcılarının %18.6'sı ise internette surf yapmaktadır. Surf, internette belli bir amaç olmadan gezinme olarak tarif edilebilir. Zaman geçirme, sorunları unutma amacıyla tercih ediliyor olabilir. İnternette kumar oynadığını belirten kullanıcıların oranı ise, %6.6'dır. Kazı kazan, sayısal loto, at yarışları gibi oyunlarla başlayan kumar tutkusu, son zamanlarda internet üzerinden ulaşılan kumar siteleriyle yeni bir boyut kazanmıştır. Bu alanın tamamen denetimsiz oluşu, söz konusu sitelere olan talebi de artırmaktadır.

Esgin'in araştırmasında, kullanıcılar, internet cafede geçirilen zamanın büyük bir bölümünde (%43) chat (sohbet) yapmaktadır. Kullanıcıların %26'sı bilgisayar oyunu oynamakta, %7'si bilgisayar aracılığı ile film izlemektedir. İnternette gezinen yani surf yapanların oranı ise %19'dur.

Kuloğlu'nun (2001) araştırmasında, internet cafede yapılan en popüler aktiviteler, e-mail göndermek ve okumak %81.2, chat %62.4, oyun %50.6, araştırma %43.3, porno sitelerini ziyaret %14.3, kumar oynama %10.2, gezinti (surf) %8.6, alışveriş %8.2 oranlarında tespit edilmiştir.

Birbirine yakın oranlara sahip olan her üç araştırmada da internet cafelerde bilgisayara bağlı olarak 5 temel işlem yerine getirilmektedir. Bunlar, e-mail göndermek, chat yapmak, araştırma yapmak, oyun oynamak ve internette gezinmek yani surf yapmaktır.

İnternet cafe kullanıcılarının bu işlemleri yaparken en çok tercih ettikleri ilk üç web sitesi sırasıyla www.mynet.com, www.hotmail.com ve www.showtv.net'dir. www.mynet.com web sitesi, daha çok e-mail gönderme-okuma, internette arama, web sayfası dizaynı, alışveriş yapma, oyun oynama, chat yapma ve e-kart gibi hizmetleri sunmaktadır. www.hotmail.com adresi ise genellikle e-mail gönderme-okuma imkanı sunmaktadır. www.showtv.net web sitesi ise, www.mynet.com web sitesinin sunduğu hizmetlerin dışında, bir televizyon programının (Araştırmanın yapıldığı tarihlerde "Biri Bizi Gözetliyor" adlı yarışma çok ilgi görmektedir) canlı olarak seyredilmesine olanak sağladığı için tercih ediliyor olabilir.

2.2.İntenet Kullanıcıları ve İnternet Bağımlılığı

Kuşkusuz internet, bilginin paylaşımı ve iletişim konusunda bir devrim niteliği taşımaktadır. İnternete bu niteliği kazandıran elbette ki kapsadığı alan ve getirdiği yeniliklerdir. Bugün dünyada milyonlarca kişi internet kullanıcısıdır. Türkiye’de bu sayının üç milyonu bulduğu, önümüzdeki beş yıl içerisinde de on yedi milyonu bulacağı bildirilmektedir (Sabah, 8.5.2000).

Gerçekten de internet birçok alanda yenilik ve kolaylık getirmiştir. Bugünkü şartlarda internet ile; elektronik mektup göndermek, uzak sistemlere erişim sağlamak, farklı noktalarda yer alan bilgileri transfer etmek, eğitim kurumları ve kütüphaneler hakkında bilgi edinmek, herhangi bir konuda araştırma yapmak mümkündür. Bunların yanı sıra; kültür ve sanat programlarını takip edebilmek, kitap ve otobüs bileti satın alabilmek, radyo dinlemek, gazete haberlerine ulaşabilmek de internet aracılığı ile ulaşabileceğimiz hizmetlere yalnızca birkaç örnektir (<http://info.fedu.metu.edu.tr/~gulbahar>).

Ancak bütün olumlu yanlarına rağmen internet, kişisel ve toplumsal anlamda belirgin tehditleri de içerisinde barındırmaktadır. Bu tehditlerin başında, amaçsız ve bilinçsiz kullanımdan kaynaklanan bağımlılık ve yabancılaşıma gelmektedir.

Bağımlılıkla ilgili olarak, bilgisayar başından kalkmak bilmeyen kullanıcıların, günde 7-8 saatlerini internette “sohbet”le geçirdikleri belirtilmekte, internetin tutku düzeyini aşıp, uyuşturucu madde, alkol, kumar gibi alışkanlıklarda görülen bağımlılık düzeyine vardığı kaydedilmektedir. Konuyla ilgili uzmanlar, internet kullanıcılarının bir bölümünün, interneti bilgi ve habere ulaşmada ve elektronik posta amaçlı kullandığını ancak, bir süre sonra bunun çekiciliğini kaybettiğini söylemektedir (Hürriyet, 24.12.1998).

Günümüzde internet, bir bilgi ve iletişim kaynağı olmanın ötesinde, bazı kişiler için “bağımlılığa” dönüşmüş durumdadır. Birçok kişi, gerçek dünyada karşılığını bulamadıkları birçok tutkuyu ve tutsaklığı sanal dünyada yaşamaktadır. İnternet bağımlılarına yardımcı olmak için kurulmuş web siteleri bile bulunmaktadır. Bağımlıların genellikle günün bütün kısmını ya da gece geç saatlere kadar bilgisayar başından kalkmadıkları dikkat çekmektedir.

Bağımlılar, dostlarıyla vakit geçirmekten, aile ve iş hayatından ve yaşamdaki başka iletişim biçimlerinden giderek uzaklaşmaktadır. Üstelik, kendileri de çoğunlukla bu kötü gidişin farkındadır. Bu kişiler, gerçek dünyayla pek ilgilenmediklerinden onlar için aile yaşamı da anlamını yitirmektedir. İnternet dünyası, her şeyden önemli ve vazgeçilmez bir yaşantıya dönüşmektedir. Böylece, gerçek arkadaşlarından ve çevresinden kopan kişi, sanal dostlarıyla birlikte kendine yeni bir yaşantı kurmaktadır.

Bir kişi işindeyken kendini işine veremiyor, internetle ilgili hayaller kuruyorsa, evine gelince ilk işi yakınlarıyla ilişki kurmak, zorunlu ev işlerini yapmak yerine bilgisayarı açmak oluyorsa; gerçek ilişkiler yerine sanal dünyayı tercih ediyor, gece geç saatlere kadar bilgisayar başında kalıyor, çevreden bu konuda eleştiriler alıyor, defalarca azaltmak, sınırlamak istediği halde bilgisayar-internete ilgisi artarak sürüyorsa; özetle aşırı internet ilgisinden dolayı işi, evi ve gerçek dünya ile olan ilişkileri aksıyorsa, o kişide internet bağımlılığından bahsedilebilir (<http://www.hipokrat.org/hnet/genel/intsaglik/intbagimliliği.html>).

2.2.1.İnterneti Kullanma Sıklığı

İnternet cafe kullanıcılarının interneti kullanma sıklığı, kısmen de olsa kullanıcıların internete olan ilgileri hakkında bir bilgi verebileceği gibi internet bağımlılığının göstergelerinden biri olarak da ele alınabilir.

İnterneti kullanma sıklığı, kullanıcının ekonomik olanağı, zaman ve enerji yeterliliği, internet ve bilgisayar bilgisi, sosyal yaşamının hareketliliği ya da durağanlığı gibi nedenlere bağlı olarak değişebilmektedir.

Örneğin, internet cafelerde interneti bir saat kullanmanın bedeli, (Nisan-Mart 2002 tarihi itibarıyla) ortalama 750 bin ile 1 milyon TL. arasındadır. Bu nedenle, interneti kullanma sıklığı, ekonomik olanakların yeterliliği ile de yakından ilgilidir. İnternet kullanıcılarının interneti kullanma sıklığının dağılımı, Tablo 18’de yer almaktadır.

Tablo 18: İnternet Kullanıcılarının İnternete Bağlanma Sıklıklarına Göre Dağılımı

Bağlanma Sıklığı	Sayı	Yüzde
Her gün	53	35.3
Haftada 1-2 gün	44	29.3
Haftada 3-4 gün	38	25.3
İki haftada bir	3	2.0
Üç haftada bir	3	2.0
Ayda bir	6	4.0
Başka	1	0.7
Cevapsız	2	1.3
Toplam	150	100.0

Tablo 18’de de görüldüğü gibi, internet cafelere gelen internet kullanıcılarının %35.3’ü internete her gün bağlanmaktadır. İnternete haftada 1-2 gün bağlananlar %29.3, haftada 3-4 gün bağlananlar %25.3, ayda bir bağlananlar %4, iki haftada ve üç haftada bir bağlananlar %2 oranındadır. Kullanıcıların %1,3’ü bu soruyu cevaplamamış, %0.7’si ise “başka” cevabını vermiştir.

İnternet cafe kullanıcılarının %35.3’ünün her gün internete bağlanıyor olması, hem zamanlarının önemli bir bölümünü internet cafede geçirdiklerini, hem de ekonomik olanaklarının önemli bir kısmını internet cafeler için ayırdıklarını göstermektedir. İnternet cafe kullanıcılarının büyük çoğunluğunun (%62) öğrenci olduğu göz önüne alınırsa, öğrencilerin ailelerinden aldıkları harçlıkların büyük bölümünü internet cafelerde harcadıkları söylenebilir.

Bu sonuçlara göre internet kullanıcılarının yaklaşık %90 gibi önemli bir kısmı haftada en az 1-2 kez internete bağlanmaktadır. Bu durum, internet cafe kullanıcılarının interneti günlük hayatlarının rutin bir parçası haline getirdiklerini göstermektedir.

Esgin’in (2000) araştırmasına katılanların %48’i hemen her gün internete bağlanmaktadır. Birkaç günde bir gidenlerin oranı %43.5, ayda bir ya da çok nadir olarak gidenlerin oranı ise %16’dır. Buna göre, Esgin’in araştırmasına katılan internet cafe kullanıcılarından internete her gün bağlananların oranı, araştırmamıza katılan internet cafe kullanıcılarından %12.7 daha fazladır.

İnternete bağlanma sıklığının cinsiyetler açısından bir farklılık yaratıp yaratmadığına, yaratmışsa bunun oranlarını ise Tablo 19’da görmek mümkündür.

Tablo 19: İnternete Bağlanma Sıklığının Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı

Cinsiyet Durumu	İnternete Bağlanma Sıklığı								
		Her gün	Haftada 3-4 gün	Haftada 1-2 gün	İki hafta da bir	Üç hafta da bir	Ayda bir	Diğer	Cevap sız
Kadın	S	2	3	2	-	-	1	-	1
	%	25.0	37.5	25.0	-	-	12.5	-	12.5
Erkek	S	51	41	36	3	3	5	1	142
	%	35.9	28.9	25.4	2.1	2.1	3.5	0.7	94.7
Toplam	S	53	44	38	3	3	6	1	150
	%	35.3	29.3	25.3	2.0	2.0	4.0	0.7	100.0

İnternete bağlanma sıklığının, cinsiyet değişkeniyle bağlantılı olarak ele alındığı Tablo 19’da, iki değişken arasında belirgin bir ilişkinin varlığı dikkat çekmektedir. İnternete bağlanma sıklığıyla ilgili olarak, kadın internet cafe kullanıcıları içinde, haftada 3-4 gün bağlananlar %37.5, her gün ve haftada 1-2 gün bağlananlar %25 oranındadır. Erkeklerde ise, her gün bağlananlar %35.9, haftada 3-4 gün bağlananlar %28.9, 1-2 gün bağlananlar %25.4, ayda bir bağlananlar %3.5 oranındadır.

Her gün internete bağlanan kullanıcılar içinde, erkek kullanıcıların daha fazla olduğu görülmektedir. Kullanıcıların bir kısmının her gün internete bağlanıyor olması, internetin günlük hayatlarının rutin parçası haline geldiğini gösteriyor olabilir. Bu verilere göre, cinsiyet ile internete bağlanma sıklığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu, erkeklerin kadınlara göre daha yoğun internet kullandıkları söylenebilir. Bunda, internet cafelerin kahvehane kültürünün devamı olarak algılanmasının etkisi olabilir. Bu nedenle, internet cafeler, toplumda daha çok erkek egemen mekanlar algılanıyor olabilir. Kadın internet cafe kullanıcılarının sayıca azlığı bu tablonun güvenilirliğini azaltan bir etken olarak görülse de, diğer bağlanma sıklığı kategorilerinde de genel olarak erkek kullanıcıların oransal olarak fazla oluşu, erkeklerin kadınlardan daha fazla internete bağlandıkları söylenebilir. İnternete bağlanma sıklığı ile medeni durum değişkeni arasındaki ilişki ise Tablo 20’de görülmektedir.

Tablo 20: İnternete Bağlanma Sıklığının Medeni Durum Değişkenine Göre Dağılımı

Medeni Durumu	İnternete Bağlanma Sıklığı								
		Her gün	Haftada 3-4 gün	Haftada 1-2 gün	2 hafta da bir	3 hafta da bir	Ayda bir	Diğer	Cevap sız
Evli	S	5	5	3	-	-	-	-	-
	%	38.5	38.5	23.1	-	-	-	-	-
Bekar	S	48	39	35	3	3	6	1	2
	%	35.0	28.5	25.5	2.2	2.2	4.4	0.7	1.5
Toplam	S	53	44	38	3	3	6	1	2
	%	35.3	29.3	25.3	2.0	2.0	4.0	0.7	1.3

Medeni durumla, internete bağlanma sıklığı arasındaki ilişkinin ele alındığı Tablo 20'de, iki değişken arasında belirgin bir oransal dağılımın olduğu söylenebilir. Evlilerin, rakamsal açıdan düşük bir miktarda olması, güvenilirlik açısından olumsuz bir etken gibi görünmesine rağmen, yine de bu konuda bir fikir verebilir.

Her gün bağlananlar, evlilerde %38.5 iken, bu oran bekarlarda %35 olmuştur. Yine, haftada 3-4 gün bağlananlardan evli olanların oranı %38.5'dir. Bekarlarda ise bu oran %28.5'e düşmektedir. Haftada 1-2 gün bağlananların %23.1'i evli, %25.5'i bekadır.

Buna göre, hem evli, hem de bekar internet kullanıcılarında, internet kullanım sıklığı, ilk üç kategoride yoğunlaşmaktadır. Medeni durum ile internete bağlanma sıklığı arasında da anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Buna göre evliler, bekarlara göre internete daha sık bağlanmaktadır. Evli kullanıcıların internete daha sık bağlanmasında, bekarlara göre daha fazla ekonomik özgürlüğe sahip olmalarının etkisi büyüktür. Bunun yanında, evli kullanıcıların, interneti evlilik yaşamlarındaki sorunlardan, sorumluluklardan kaçışın bir yolu olarak görmelerinden kaynaklanıyor olabilir.

Kuloğlu'nun (2001) araştırmasında da, medeni durum ile internete bağlanma sıklığı arasındaki ilişki sorgulanmıştır. Bu kategoride, internete her gün bağlanan evli kullanıcıların oranının yüzde 3.3, bekarların ise yüzde 44.5 olduğu saptandı. Bu açıdan iki araştırma arasında tamamen ters bir sonuç elde edilmiştir. Bu durum, internete bağlanma sıklığı ile medeni durum değişkeni arasındaki ilişkinin araştırmanın evrenine göre değişebileceğini göstermektedir.

2.2.2. İnternete Bağlı Kalınan Süreler

İnternet bağımlılığının göstergelerinden biri de, internete bağlı kalınan süreler olarak değerlendirilmektedir. Yani internete bağlı kalınan (online) süreler arttıkça, internet bağımlılık riski de artmaktadır.

Psikolojik sorunların görünen yüzü olarak da değerlendirilebilecek internet bağımlılığı, aslında bağımlı kişilik hakkında ipuçları sunabilmektedir. İnternette çok fazla vakit geçiren bireylerin daha hassas, yalnız, çabuk sıkılan, içe-dönük, kendine güveni az olan, bağımlılık geçmişi ya da bağımlılığa yatkınlığı olan bireyler olduğu üzerinde duruluyor (<http://www.egitim.com/aile/0652/0652.chat.asp?BID=06>).

İnternette geçirilen sürenin internet bağımlılığının göstergelerinden biri olması dolayısıyla, Tablo 21'deki internet kullanıcılarının bir günde internete bağlanma sürelerinin dağılımına bakmak yerinde olacaktır.

Tablo 21: İnternet Kullanıcılarının Bir Günde İnternete Bağlanma Sürelerine Göre Dağılımı

İnternette Bir Günde Geçirilen Süre	Sayı	Yüzde
Her gün bağlanmıyorum	26	17.3
Günde 1 saatten az	14	9.3
Günde 1-2 saat arası	41	27.3
Günde 2-3 saat arası	32	21.3
Günde 3-4 saat arası	13	8.7
Günde 4-5 saat arası	9	6.0
Günde 5 saatten fazla	12	8.0
Cevapsız	3	2.0
Toplam	150	100.0

Tablo 21'deki verilere göz atıldığında, internete günde 1-2 saat arası bağlananlar %27.3, 2-3 saat arası bağlananlar %21.3, her gün bağlanmayanların oranı %17.3, bir saatten az bağlananlar %9.3, 3-4 saat arası bağlananlar %8.7, beş saatten fazla bağlananlar %8, 4-5 saat arası bağlananlar %6 ve cevap vermeyenlerse %2 oranındadır.

Bu tabloda, kullanıcıların en büyük kısmını, günde 1-2 saat bağlandığı görülmektedir. Bunda, internet cafelerdeki internet kullanım ücretlerinin etkisi olabilir. Diyarbakır'daki internet cafelerde internet kullanım ücretlerinin (Mart-Nisan 2002) 500 bin ile bir milyon TL. arasında değiştiği göz önünde tutulursa, günde 1-2 saatten fazla on-line kalmak, oldukça yüklü bir maliyet getirmektedir. %51.3'ü 100 milyonun altında gelire sahip olan ve %62'si öğrenci olan internet kullanıcılarının uzun süre internete bağlı kalmamaları bu yönüyle anlaşılabilir bir durumdur. 4 saatin altında interneti kullananların, tüm kullanıcıların %83.9'unu oluşturması, benzer bir durumun nedeni olarak değerlendirilebilir.

Avrupa Birliği'nin yaptırdığı bir araştırmada, günde 4 saatten fazla internette kalan kişilerde, tıpkı kumar bağımlılarında olduğu gibi, beyinde insanın kendisini iyi hissetmesini sağlayan adrenalin benzeri bir kimyasal olan dopamin birikmesi meydana geldiği tespit edildi (Hürriyet, 18.12.1999).

Daha önce de belirtildiği gibi internet cafeler, bilgisayar ve internete kendi imkanlarınca ulaşamayan kişilere, bu hizmeti belirli bir ücret karşılığı veren mekanlardır. Bu haliyle internet cafeler, ticari bir girişimdir. İnternette gezinmenin, bilgisayar oyunu oynamanın çekiciliği ve bağlayıcılığı çoğu zaman bu süreyi uzatmakta, dolayısıyla ekonomik götürüsü düşünüldüğünden fazla olmaktadır. Bu durumda, gelir seviyesi düşük kişiler için internet cafe, oldukça önemli bir oranda ekonomik kayba neden olmaktadır. Parası biten çocuk ya da genç, bu sorunu başka yollardan çözmeye çalışmaktadır.

Ekonomik gelir seviyesi düşük kişilerin sanal dünyada oluşan beklentilerini normal yaşamda karşılayamamaları, zaten belli ölçülerde varolan ama dışa vurulmayan isyansı duygulardan kaynaklanan anomik davranışlara da neden olabilir. Kendi toplumsal konumunu algılamayan/algılamak istemeyen genç, sanal ortamdan oluşan bir dünyada yaşadığının da çoğu zaman farkında olmayabilir.

Yukarıda değinilen Avrupa Birliği araştırmasında, günde 4 saatten fazla internet kullanımının bağımlılık etkisi yarattığı belirtilmektedir. Bu araştırma sonuçları dikkate alındığında, internet cafe kullanıcılarının %14'ünün potansiyel internet bağımlısı oldukları söylenebilir.

Esgin'in (2000) araştırmasında, internet kullanıcılarının %62'sinin günün 1-3 saatini, %22'sinin günün 4-5 saatini, %16'sının ise günün 5 saatinden fazlasını internet başında geçirdiği görülmektedir. Buna göre, Esgin'in araştırmasında, günde 4 saatin üzerinde internette kalan kullanıcıların oranı daha yüksektir. Bu oranlar, internet kullanıcısı deneklerin yaşadıkları ülke, şehir veya sahip oldukları toplumsal statüye göre bağımlılık oranlarının değişebildiğini gösteriyor olabilir.

Conner'e göre, günde iki saatten az bir vakit alması kaydıyla, bilgi almak, e-mail göndermek ve gelen mail'leri okumak için internete bağlanılıyorsa, endişe edecek bir durum yoktur. Ancak, internet üzerinde harcanan zaman haftada toplam 18 saatten fazla ise, "internet bağımlılığı" riski taşıyan insanlar grubuna girilmektedir. Bankacılık ve internet pazarlamacılığı gibi görevler dışında, kişisel nedenlerle interneti günde 10 saatten fazla kullanan bir kimsenin ise, internet bağımlılığı, mutlaka tıbbî ve psikolojik tedavi gerektirmektedir (Çankırılı, 2001). Bu durumdaki bir kişi, Conner'a göre, mutlaka tedavi edilmesi gereken hasta bir internet bağımlısıdır. Buna göre, internet

bağımlıdır. Buna göre, internet kullanıcılarının internete bir haftada bağlanma sürelerine bakılması yerinde olacaktır. Tablo 22, bu dağılımı göstermektedir.

Tablo 22: İnternet Kullanıcılarının İnternete Bir Haftada Bağlanma Sürelerine Göre Dağılımı

İnternete Bir Haftada Bağlanma Süreleri	Sayı	Yüzde
1 saatten az	10	6.7
1-5 saat arası	44	29.3
6-10 saat arası	36	24.0
10-20 saat arası	24	16.0
20 saatten fazla	35	23.3
Cevapsız	1	0.7
Toplam	150	100.0

Tablo 22'deki verilere göre, internet kullanıcılarından haftada 1-5 saat arası bağlananlar %29.3, 6-10 saat arası bağlananlar %24, 20 saatten fazla internete bağlananlar %23.3, 10-20 saat arası bağlananlar %16 oranındadır. Haftada, bir saatten az bir süre internete bağlananların oranı ise %6.7'dir.

Tabloda, en büyük grubu, haftada 1-5 saat arası internete bağlanan kullanıcılar oluşturmaktadır. Conner'e göre, günde 2 saat ve haftada 18 saatin altında internete bağlanan kullanıcılar, internet bağımlılığı riski taşımamaktadır. Conner'in araştırması dikkate alınırsa, 20 saat ve üzerinde internete bağlanan %23.3'lük grubun internet bağımlılığı riskiyle karşı karşıya olduğu söylenebilir.

Daha önce de aktarılan internet bağımlılığı üzerine Avrupa Birliği'nin yaptırdığı araştırmaya göre, günde 4 saatten fazla internet kullanımı, bağımlılık etkisi yaratmaktadır. Buna göre haftada 28-30 saat internete bağlanan kullanıcıların internet bağımlısı olması riski bulunmaktadır. Bu araştırma sonuçlarına göre, bağımlılık riski bulunan kullanıcıların oranı %23.3'ten daha azdır.

İnternet cafe kullanıcılarının internete bağlanma sürelerinde cinsiyet faktörünün etkili olup olmadığının bilinmesi, bağımlılık durumunun anlaşılabilmesine ışık tutabilir. Bu amaçla oluşturulan Tablo 23'te, bir haftada internete bağlanma süresinin cinsiyet değişkenine göre dağılımı ele alınmaya çalışılmıştır.

Tablo 23: Bir Haftada İnternete Bağlanma Süresinin Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı

Cinsiyet Durumu		Bir Haftada İnternete Bağlanma Süresi					Toplam
		1 saatten az	1-5 saat arası	6-10 saat arası	10-20 saat arası	20 saatten fazla	
Kadın	S	-	6	1	1	-	8
	%	-	75.0	12.5	12.5	-	6.3
Erkek	S	10	38	35	23	35	142
	%	7.0	26.8	24.6	16.2	24.6	94.7
Toplam	S	10	44	36	24	35	150
	%	6.7	29.3	24.0	16.0	23.3	100.0

Tablo 23'te, internet kullanıcılarının cinsiyet durumu ile internete bir haftada bağlanma süreleri değişkeni karşılaştırılmaktadır. Genel olarak, cinsiyetle internete bağlanma süresi arasında bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Ancak, kadın internet cafe kullanıcılarının sayıca azlığı, verilerin güvenilirliğini azaltmaktadır.

Hiçbir kadın internet kullanıcısı, bir saatten az ya da 20 saatten fazla internete bağlanmamaktadır. Haftada 1 saatten az bağlanan erkeklerin oranı %7'dir. 20 saatten fazla internete bağlanan erkek internet kullanıcılarının oranı %24.6'dır. Buna göre, erkek internet kullanıcılarının internet bağımlısı olma riski, kadın internet kullanıcılarından daha yüksektir. Bunda, erkek internet kullanıcılarının kadın internet kullanıcılarından daha uzun süre internete bağlanmalarının etkisi büyüktür.

Haftada 1-5 saat arası internete bağlanan kadınlar %75, erkekler %26.8 oranındadır. Bu kategori, kadın internet kullanıcıların en yoğun olduğu kategoridir. Bunda, kadın internet kullanıcılarının ailelerinin, kız çocuklarını erkek çocuklardan daha fazla kontrol etmek istedikleri için, kızların internet cafede kalış süresini kısıtlamaları etkili olabilir. Ayrıca internet cafelerin erkek egemen sosyal mekanlar olması, kadın internet kullanıcıların bu mekanlarda uzun süre kalmasını engelliyor olabilir. Nitekim, internete bağlanma süresi arttıkça, kadın internet kullanıcılarının sayısı azalırken, erkek internet kullanıcı sayısı artmaktadır. Bu durumu, haftada 6-10 saat arası bağlanan kadınların %12.5, erkeklerin %24.6, 10-20 saat arası bağlanan kadınların %12.5, erkeklerin %16.2 oranına sahip olması da destekler niteliktedir.

Sonuç olarak, erkeklerin kadınlardan daha uzun süre internete bağlanıyor olmasında, erkeklerin ekonomik açıdan kadınlara göre daha iyi durumda olmalarının, ailelerin erkek kullanıcıların daha uzun süre internet cafede kalmasına izin vermesinin ve erkek egemen bir mekan olan internet cafelerde kadın kullanıcıların uzun süre, özellikle de geceleri kalmalarının imkansızlığı olabilir.

İnternet bağımlılığının en önemli belirtilerinden biri de, internete girdikten sonra zaman kavramının kaybedilmesidir. İnternete hangi saatlerde bağlanacağı, e-postalara ne zaman bakacağını gösteren bir plan yapamayan kullanıcılar, planladıklarından daha uzun süre internete bağlı kalmaktadır. Bu yönüyle, Tablo 24'te, internet kullanıcılarının internette planladıklarından fazla zaman geçirme durumlarına bakmak gerekmektedir.

Tablo 24: İnternet Kullanıcılarının İnternette Planladıklarından Fazla Zaman Geçirme Durumuna Göre Dağılımı

Planlanandan Fazla Zaman Geçirme Durumu	Sayı	Yüzde
Evet	101	67.3
Hayır	49	32.7
Toplam	150	100.0

Tablo 24'teki veriler değerlendirildiğinde, planladıklarından fazla zaman geçiren internet kullanıcılarının oranı %67.3'tür. "Hayır" cevabı verenlerin oranı ise %32.7'dir.

Bağlandıktan sonra zamanı unutmak ve daha az internette kalmayı düşünmek ama bunu başaramamak, internet bağımlıların tipik davranışlarından biridir. İnternet merakı nedeniyle, kullanıcıların %67.3'ü zamanının büyük bir kısmını ekran başında geçirmektedir. İnternet, dozu arttığında, iş ve okul hayatında verimliliği düşürmekte, aile ve iş yaşamında çeşitli sorunlara neden olmaktadır.

Bu tablo, internet kullanıcılarının internete girdikten sonra zaman kavramını kaybettiklerini gösteren anlamlı bir durum olabilir. Örneğin, görüşmelerimiz sırasında, günlerini bilgisayar karşısında geçirdiğini söyleyen bir kullanıcı, içinde bulunduğu ruh halini şu sözlerle açıklamaktadır: "Hayatım boyunca düşündüklerimi internette buldum. İnternet dünyasından kolay kolay kopabileceğimi sanmıyorum".

2.2.3.İnternette Geçirilen Zamana Çevrenin Bakışı

İnternet, her geçen gün büyümekte ve birçok bilgi kaynağını bünyesinde barındırmaktadır. Daha çok çocuklar, gençler, bilgisayarı ve interneti yoğun bir şekilde kullanmakta, yaşamlarının bir parçası olarak görmektedirler. Bu bağlamda, ailelerin de internet konusunda daha detaylı fikir sahibi olmalarında yarar vardır. Ancak, yararlarını saymakla bitiremeyeceğimiz internet, çocukların, gençlerin gelişimini olumsuz yönde etkileyecek zararlı bilgileri de içermektedir.

İnternet cafelerin olumsuz işlevlerinden birisinin de, kişiler üzerinde bağımlılık yaratma riski olduğu daha önce belirtilmişti. Aslında bağımlılığı yaratan; bilgisayar, internet ve sanal dünyanın karşı konulmaz çekiciliğidir. İnternet cafeler, bu olanakların tümünü birden kişilere sunarak bağımlılığı mekansal bir temele taşımaktadırlar. Gerçek dünyadan uzaklaşan bireyler, sanal dünyadaki gerçek olmayan faaliyetler ve ilişkiler içerisine girerek toplumdan soyutlanıp bilgisayar ve internetin bağımlısı haline gelmektedirler. Bu, tıpkı alkol, sigara ve uyuşturucu bağımlılığı gibi kişileri esir almaktadır. Genel anlamda, toplumun teknolojik bir olgu olarak bilgisayar ve internete olumlu bakıyor olması, bağımlılık sorununun ve tehlikesinin göz ardı edilmesine neden olmaktadır.

İnternet kullanıcılarının internette geçirdikleri zamanın artışıyla birlikte, çevresiyle olan ilişkilerinde de genellikle sorunlar yaşanmaktadır. Ancak çevrenin gösterdiği bu tepkinin çok bilinçli, altyapısı olan nedenlere dayandığı söylenemez. Yapılan enformel görüşmelerde, ailelerin, internette geçirilen zamana olumsuz bakmalarında; internet cafelerin fiziki durumu, bu mekanların toplum tarafından kahvehanenin benzeri gibi algılanması, cafelere ödenen paranın ailenin ekonomik durumunu etkilemesi gibi nedenlerle karşı çıktıkları söylenebilir. İnternete ve dolayısıyla internet cafelere olumlu bakan aileler ise, daha çok internet konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları, evde internet bağlantısı bulunmadığı ya da bilgisayar kullanmayı öğrenmesi için yakınlarının internet cafelere gitmesini desteklemektedir.

Tablo 25, internet kullanıcılarının internette geçirdikleri zamana, yakınlarının yaklaşımını tespit etmek için oluşturulmuştur.

Tablo 25: İnternet Kullanıcılarının Yakınlarının İnternette Geçirilen Zamana Yaklaşımlarına Göre Dağılımı

İnternette Geçirilen Zamana Yaklaşım	Sayı	Yüzde
Olumlu	63	42.0
Olumsuz	12	8.0
Bazen (olumlu-olumsuz)	73	48.7
Cevapsız	2	1.3
Toplam	150	100.0

Tablo 25'teki verilere göre, internette geçirilen zamana, internet kullanıcılarının yakınlarının %42'si olumlu, %8'i olumsuz yaklaşmaktadır. Yarıya yakını (%48.7) ise, internette geçirilen zamana "bazen olumlu, bazen olumsuz" tepki göstermektedir.

"Bazen olumlu bazen olumsuz" yaklaşanların oranının bu kadar yüksek oluşuna bakılarak, toplumun internet ve internet cafeler hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığı, bu yüzden de istikrarlı bir davranış ve tutum geliştiremediği sonucu çıkarılabilir. Bu tutum ve davranışların oluşumunda, medyada çıkan haberlerin, reklamların etkisi de göz ardı edilmemelidir.

Ailelerin internette geçirilen zamana bakışları, internet cafelere bakışlarıyla yakından ilgilidir. Kuruluşundan bugüne bir çok değişim geçiren internet cafeler, kötü niyetli işletmeciler ve bilinçsiz kullanıcıların da etkisiyle büyük bir imaj sorunu yaşamaktadır. Yasadışı yayınlar, bandrolsüz CD satışları, kopya cd'ler derken önüne geçilemez bir başıboşluk ortamı oluşmuştur. İnternetle ilgili herhangi bir yasanın olmayışı, cafelerin yıllarca ruhsatsız çalışması ve denetim yapılmaması derken, internet cafeler toplum gözünde hiç hak etmedikleri bir seviyeye düştüler (Ayvalı, 2001).

İnternet cafeler üzerindeki bu kötü imaj, toplumun internete bakış açısını da etkilemektedir. İnternet cafeler, toplumun genelinde; çocukların, gençlerin genellikle uygunsuz sitelere girdiği veya oyun oynadıkları yerler olarak tanımlanmaktadır. Hatta internet cafeler, zayıf gelen karnelerin, evden kaçmaların, para harcamaların ve benzeri tüm olumsuzlukların sorumlusu olarak görülmektedir. Daha önce de değinildiği gibi internet cafe kullanıcılarının yakınlarının "bazen olumlu, bazen olumsuz" ya da tamamen olumsuz bakışını bütün bu faktörlerin etkilediği söylenebilir.

Toplumda oluşan bu olumsuz tutum, devletin internet cafelere bakışını da etkilemiştir. İlk zamanlarda, hukuki mevzuat bakımından hiçbir kurala bağlı olmayan internet cafeler, zamanla bazı uygulamalar itibariyle çocuklar açısından zararı fazla olan birimler durumuna gelmiş, ancak yapılan bir takım düzenlemelerle internet cafelerin kuruluş ve işleyişi de bir takım kurallara bağlanmıştır.

Ancak genel olarak, çocukların, gençlerin internette pornografi, ağır hakaret, şiddet, saldırganlık, müstehcenlik içeren sitelere girme, bu sitelerden olumsuz etkilenme olasılığı, ailelerin kullanıcılara olumsuz tepki vermelerine neden olmaktadır.

İnternet cafede geçirilen zamana ailelerin olumlu bakışının en önemli nedenleri, çocuklarının bilgisayarda oyun oynamak, ders yapmak, bilgisayar kullanmayı öğrenmek

için gittiğini, kahvehane alışkanlığından kurtulmasına yardımcı olduğunu düşünmeleridir. Bu yönüyle internet cafeler, hayatında hiç bilgisayar kullanmamış çocukların, gençlerin bilgisayar ve internet teknolojisiyle tanışmasına aracı olmaktadır. Kullanıcılar, internet aracılığıyla, yeni insanları, dünyaları tanıma fırsatı bulmaktadır.

Yakınların internette geçirilen zamana olumlu ya da olumsuz bir tepki vermelerinde, bir çok faktör etkili olmaktadır. Kullanıcının öğrenim durumu da bu faktörlerden biridir. Tablo 26, yakınların internette geçirilen zamana bakışının öğrenim durumu değişkenine göre dağılımını tespit etmek için oluşturulmuştur.

Tablo 26: Yakınların İnternette Geçirilen Zamana Bakış Durumunun Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Dağılımı

Öğrenim Durumu	Yakınların İnternette Geçirilen Zamana Bakışı					
		Olumlu	Olumsuz	Bazen olumlu, bazen olumsuz	Cevapsız	Toplam
İlkokul	S	1	-	2	-	3
	%	33.3	-	66.7	-	2.0
Ortaokul	S	9	2	12	-	23
	%	39.1	8.7	52.2	-	15.3
Lise	S	31	7	36	2	76
	%	40.8	9.2	47.4	2.6	50.6
Yüksekokul	S	7	2	7	-	16
	%	43.8	12.5	43.8	-	10.6
Fakülte	S	13	1	15	-	29
	%	44.8	3.4	51.7	-	19.3
Yüksek Lisans	S	-	-	1	-	1
	%	-	-	100.0	-	0.7
Diğer	S	2	-	-	-	2
	%	100.0	-	-	-	1.4
Toplam	S	63	12	73	2	150
	%	42.0	8.0	48.7	1.3	100.0

Tablo 26’da, internet kullanıcılarının öğrenim durumu ile yakınlarının internette geçirdikleri zamana bakış değişkeni karşılaştırılmaktadır. Genel olarak, öğrenim durumu ile internette geçirilen zamana bakış arasında bir ilişkinin varlığından söz edilebilir.

Yakınlardan, internette geçirilen zamana bakışları ile ilgili olarak, ilkokul mezunu internet kullanıcılarının aldığı olumlu tutumun oranı %33.3 iken, fakülte mezunu internet kullanıcılarının aldığı olumlu tepki oranı %44.8’dir. Olumsuz tepki alan ortaokul mezunları %8.7 iken, fakülte mezunlarında bu oran, %3.4’e düşmektedir.

“Bazen olumlu, bazen olumsuz” biçiminde yanıt verenlerin oranında ise, genel olarak bir azalma dikkati çekmektedir. Örnekleme dahil olan internet kullanıcılarının

geneli ele alındığında; olumlu tepki alanlar %42, olumsuz tepki alanlar %8 ve bazen olumlu bazen olumsuz tepki alanlar %48.7 oranındadır. “Bazen olumlu, bazen olumsuz” cevabını verenlerin de, olumsuz tepki aldığı göz önünde bulundurulursa, yakınlarından olumsuz tepki aldıkları yönünde cevap verenlerin oranı %56.7’yi bulmaktadır.

Eğitim seviyeleri genel olarak düşük kabul edilen ilkokul ya da ortaokul mezunu internet kullanıcılarının, olumsuz ya da bazen olumlu bazen olumsuz tepkiler almaları, bir anlamda ailelerin onlara duyduğu güvensizlikle açıklanabilir. Kullanıcıların eğitim seviyesinin düşük oluşu, ailelerin de eğitim seviyesinin düşük olması, dolayısıyla, internet konusunda bilgisiz olmaları ihtimalini akla getirmektedir.

Eğitim seviyesi yüksek kabul edilen yüksekokul ya da fakülte mezunları ya da öğrencilerinin, olumlu tepki almalarında ise, derslerinde yardımcı olacağı, kendilerini geliştirme olanağı sağlayacağı düşüncesinin etkili olduğu söylenebilir. Ayrıca, toplumun genel eğitim seviyesinin düşük olması sebebiyle, aileler, eğitim seviyesi yüksek olan fakülte mezunu çocuklarına karşı daha esnek bir tutum geliştirebilmektedir.

Tablo 26’ya genel olarak bakıldığında, kullanıcıların öğrenim durumu yükseldikçe, yakınların internette geçirilen zamana “olumlu” bakma oranları da yükselmektedir. Bu durumda, öğrenim durumunun yükselmesiyle, ailelerin kullanıcıların internet cafelere gidişine daha hoşgörülle yaklaştığı söylenebilir. Bu verilere bakarak, kullanıcıların öğrenim durumu yükseldikçe, ailelerin kullanıcılara duydukları güvenin de arttığı söylenebilir.

2.2.4. İnternetin, Kullanıcıların Sosyal Hayatına Etkileri

İnternet, içinde bulunduğumuz dönemin iletişim biçimlerinden bir tanesi haline gelmekte, giderek gündelik hayatımızda daha çok yer kaplamaktadır. İnsanlar, bu yeni iletişim teknolojisiyle tanışır hale geldikçe, insanlar arası ilişkilerin biçimlerini de kaçınılmaz olarak etkilemektedir. Giderek daha çok insan internette vakit geçirmekte, dolayısıyla, karşılaşma mekanı olarak da internetin sunduğu imkanlar ortaya çıkmaktadır.

Yaygın bazı görüşlere göre, internet, kişilerin sosyal yaşamlarında olumsuz etkilere neden olmaktadır. Gerçek dünyadan farklı bir ortamda, sanal dünyada, insanlar arası ilişkiler de değişmektedir. Bu bir bakıma doğru olarak kabul edilebilir. Öte yandan

internet, kişiler arasındaki mesafe, yaş, cinsiyet, ırk, kültür vb gibi gerçek dünyada önemli olabilecek pek çok özelliği de ortadan kaldırmaktadır.

İnternet kullanıcılarının toplumsal yaşamdaki arkadaşlıklar yerine, internetteki karşılaşmalarda tanıştığı arkadaşlarını tercih etmesi, bir tür siber ilişki bağımlılığı olarak tanımlanabilir. Bu aşamaya gelmesi için kişide derin psikolojik sorunlar olması gerekmeyebilir. Yalnızlık veya asosyallik de, bu durumu açıklayabilir.

İnternet kullanıcılarının internetteki arkadaşlarının, gerçek hayattaki arkadaşları ve ailesinin yerini alması, internet bağımlılığının en önemli belirtilerinden biri olarak kabul edilebilir. Bağımlılar, sanal dostlarıyla online sohbet etmeyi, örneğin, sevgilileriyle sinemaya gitmeye tercih edebilirler. Bu süreç, boşanma, aile içi huzursuzluk ve arkadaşlardan uzaklaşma ile sonuçlanabilir.

İnternet kullanıcılarının, zamanlarının çok önemli bir kısmını internet cafelerde geçirmeye başlaması, onların sosyal hayattan kopuş süreçlerini başlatabilir. Ancak bu durumun aksine, bazı internet cafe kullanıcıları, yeni arkadaşlıklar kurarak sosyal ilişkilerini mekanın olanaklarına göre geliştirmektedir. İnternet cafeler, kullanıcıların bilgisayar başına hapsedikleri mekanlar olarak düşünülse de, yapılan gözlemlerde durumun tamamen böyle olmadığı, aksine internet cafelere arkadaş gruplarının birlikte gittiği ya da internet cafede yeni arkadaşlıklar kurulduğu da gözlemlenmiştir.

İnternet bağımlılığının en önemli nedenlerinden biri de, sosyalleşme ihtiyacıdır. Günümüzün şehir hayatında, kolay kurulamayan sosyal bağlantıları internet üzerinden kurabilmek, yabancılarla kolaylıkla ve risksiz olarak ilişkiye girebilmek; insanların kendi kendilerini dizginlemeden, özgürce, düşüncelerini, duygularını ifade edebilmeleri; kendilerini göstermek istedikleri yönlerini abartarak gösterebilmeleri gibi avantajları da bulunmaktadır. Sosyalleşme ihtiyacına, her an el altında olması, yasaklanmış olana ulaşabilmeyi kolaylaştırması, oyun oynamaya, risk almaya yardım etmesi gibi interneti çekici kılan başka unsurlar da eklenebilir.

İnternet cafe kullanıcılarının gerçek hayattaki arkadaşlarıyla vakit geçirmektense, internete bağlanmayı tercih etme durumuna göre dağılımları Tablo 27’de görülmektedir.

Tablo 27: İnternet Kullanıcılarının Arkadaşlarıyla Vakit Geçirmektense İnternete Bağlanmayı Tercih Etmesi Durumuna Göre Dağılımı

İnterneti Tercih Etme Durumu	Sayı	Yüzde
Evet	71	47.3
Hayır	79	52.7
Toplam	150	100.0

Tablo 27'deki verilere bakıldığında, arkadaşlarıyla vakit geçirmektense internete bağlanmayı tercih eden internet kullanıcılarının oranı %47.3'dür. Bu soruya, "Hayır" cevabını verenler ise, %52.7'dir.

İnterneti gerçek hayattaki arkadaşlarına tercih edenlerin oranının bu kadar yüksek oluşu dikkat çekicidir. İnternet aracılığıyla kurulan arkadaşlıkların tercih edilme nedeni, kişiden kişiye değişebilmektedir.

Gerçek yaşamdakiler yerine internetteki arkadaşların tercih edilmesinde, gerçek hayatta iletişim kurmakta zorlanan içedönük, utangaç ve sosyal fobisi olan kişilere iletişim olanağı sağlamasının rolü olabilir. Bir gruba ait olma ve onaylanma, gerçek yaşamdakinden daha yakın ve derin ilişkilere girebilme, olmak istediği kişi gibi davranabilme, uzaktaki gerçek arkadaşlarla ucuz ve hızlı iletişim kurabilme, günlük sıkıntılardan, sorumluluklardan kaçabilme olanağı sunması, chat'teki arkadaşlıkların tercih edilmesinin nedenleri olabilir.

İnternette geçirilen zamanın, tümüyle zararlı ve hastalıklı bir durumun işareti olduğunu söylemek mümkün değildir. Hatta internetin birçok kişi için yararlı olduğunu düşünen uzmanlar, içedönük, utangaç ve sosyal fobisi olan kişilerin arkadaş edinmelerine ve kendilerini ifade etmelerine yardımcı olduğu görüşündedirler. Bu noktada, interneti ölçülü kullanmak, en önemli husustur.

Sosyalleşmek, her insanın en temel ihtiyaçlarından biridir. İnsanlar, kendisini anlayacak, anlatacak, sözünü dinleyecek, ilgilerini paylaşacak, yeni yollar gösterecek birilerini her zaman aramaktadır. İnternetin bu konudaki katkıları, gerektiği oranda değerlendirilmelidir.

Kuloğlu'nun (2001) araştırmasında, internette vakit geçirmektense arkadaşlarıyla vakit geçirmeyi tercih edenlerin oranı %69'dur. Bu oranın daha yüksek olmasında, Ankara'nın, Diyarbakır'a göre, geleneksel ilişkilerin daha zayıf olduğu bir toplum yapısına sahip olmasının etkisi olabilir.

İnternet cafe kullanıcılarının, internette geçirdikleri zaman arttıkça, doğal olarak iş ya da okullarında yapmaları gerekenler için daha az zaman ayırması gerekmektedir. Gerçek hayattaki arkadaşlara daha fazla zaman ayırabilmesi için, ailelerin özellikle çocuk ya da gençlerin arkadaşlık ilişkilerini desteklemesi gerekmektedir. Bu destek, kullanıcıyı, varolan arkadaşlık ilişkilerini sürdürmek ve yeni arkadaşlık ilişkileri kurmak konusunda cesaretlendirebilir. Bu sayede, kullanıcılar, bilgisayarda çok uzun ve gereksiz zaman geçirmek yerine arkadaşları ile olmayı tercih edebilir.

İnternet kullanıcılarının, internet cafelerde geçirdikleri zamanın artışı, iş verimi ya da okuldaki başarıyı etkileyebilir. Tablo 28’de, internet kullanıcılarının internette geçirdikleri zaman nedeniyle iş ya da okullarındaki başarılarının etkilenme durumuna göre dağılımı görülmektedir.

Tablo 28: İnternet Kullanıcılarının İnternette Geçirdikleri Zaman Nedeniyle İş ya da Okullarındaki Başarılarının Etkilenme Durumlarına Göre Dağılımı

İş ya da Okullarındaki Başarılarının Etkilenme Durumu	Sayı	Yüzde
Evet	24	16.0
Hayır	126	84.0
Toplam	150	100.0

Tablo 28’de de görüldüğü gibi, internet kullanıcılarının büyük çoğunluğu (%84) iş ya da okullarındaki başarılarının internette geçirdikleri zamandan dolayı etkilenmediğini belirtmişlerdir. Etkilendiğini belirtenlerin oranı ise %16’dır.

İş ya da okul yaşamının internet nedeniyle etkilenmediğini söyleyen kullanıcıların, bu konuda ne kadar objektif oldukları şüphelidir. Bu nedenle, çevresinin bu konudaki düşüncelerinin bilinmesine ihtiyaç vardır. Bunun yanında, %16 oranında iş ya da okuldaki başarılarının etkilendiğini belirten kullanıcı bulunmaktadır ve bu oran her şeye rağmen dikkate değerdir. Bu durum, internetin bağımlılık yapıcı bir etkiye sahip olduğunu gösteriyor olabilir.

İnternet cafede, kullanıcılar korkularını, düşlerini, sorunlarını paylaşacak arkadaşlar aramaktadır. Özellikle chat, bir yandan sorunları, korkuları paylaşmaya yardımcı olurken, bir yandan da sorunlardan ve gerçek dünyadan kaçmanın bir aracı olmaktadır. Üstelik bu durum yeni sorunları da beraberinde getirmektedir. Sorunlu

evliliklerde eşleri daha çok soruna boğarken, gençlerde de istenmeyen etkilere, okul yaşamında başarısızlıklara neden olmaktadır (<http://www.istabip.org.tr/genel/60.asp>).

%62'si öğrenci olan internet cafe kullanıcılarının, vaktini ders çalışma yerine bilgisayar başında geçirmesi halinde, uykusuzluk, yorgunluk belirtileri görülebilir, iş verimi ve okul başarısında düşme görülebilir.

Konunun bir diğer yönü de, anne baba ile duygusal bağları zayıf, aile içinde kendilerini değerli hissetmeyen, okul başarısı düşük çocuklar ve gençlerin, sokak yerine internet cafelere gidiyor olmasıdır. Bilgisayar kullanmayı bilmeyen çoğu anne baba, derslerine yardımcı olacağı düşüncesiyle, çocuğunun internet cafelere gitmesini desteklemektedir.

Kırsal kesimden kent merkezine göç eden ailelerin çocuklarının çoğunlukta olduğu internet cafelerde, gençlerin okula, arkadaş çevresine, büyük kentin yaşayış biçimine uyum sağlaması hayli zordur. Bu duruma uyum, bazen çok hızlı olup, bunun neticesinde, istenmeyen sonuçlar doğurabileceği gibi, bazen de çok zaman alarak uyum problemleri ortaya çıkarabilir. Kente uyum sorunu yaşayan, arkadaşlık ilişkilerini geliştiremeyen, ekonomik sorunlar yaşayan gençler, internet cafenin ortamını ve internetin “sanal dünyasını” sorunlarını unutturan bir alan ve araç olarak görebilir. Nitekim, internetin günlük sorunlarını unutturduğunu belirten internet kullanıcılarının oranı %43.3'tür. “Bazen” unutturduğunu belirtenlerin oranı %20.7, unutturmadığını belirtenlerin oranı ise %36'dır. Bu yönüyle, internet, iş ya da okullarındaki sorunlarını unutturan bir işlev de görmektedir. İnterneti, bazı kullanıcılar, başarısızlıklarına karşı sanal bir kalkan, korunaklı bir liman gibi algılıyor olabilir.

İnternet dünyasının, ya da diğer adıyla sanal dünyanın insanlığa kazandırdığı varsayılan sorunlardan soyutlanmış, sanal özgürlük ve sınırsız demokrasi ortamı, çoğu zaman gizli bir maske işlevi görmektedir. Bu yönüyle, bilimsel olarak varlığı tartışılan internet bağımlılığı, genellikle içe kapalı, sıkılgan, yabancılaşmış yeni bir insan tipi geliştiriyor olabilir.

Bilgisayarlı yaşam, tüm dünya için oldukça yenidir. Dünyada internete bağlı bilgisayar sayısı hızla artmaktadır. Günümüzde yaşamın kolaylaşması ve otomatikleşme, fast-food teknolojisi ile insan yaşamında zamanın bollaşması, internet kullanıcılarına geniş olanaklar sunuyor. Bilgisayar başında internete bağlı geçirilen

zamanlarda, insanlar, mutsuz olmayı düşündürmeyecek olanaklar buluyor. İnsanlık, aktif bir şekilde pasifleştiriliyor (<http://www.istabip.org.tr/genel/60.html>).

İnternet bağımlılığını, diğer bilgisayar bağımlılık tiplerinden ayıran en önemli hususlardan biri de, kişinin, sanal ortamda kendini tamamen özgür hissetmesidir. İnternet kullanıcıları, internette, sınırların kaybolduğu düşüncesine kapılmaktadır. İnternet kullanıcıları, kendilerine sunulan sınırsız, yasaksız, baskısız sanal dünyanın olanakları karşısında, gerçeklikten uzak, ama sanal bir özgürlük duygusunu yaşamaktadır. Tablo 29, internet kullanımının özgürlük hissi vermesi durumuna göre dağılımını göstermektedir.

Tablo 29: İnternet Kullanıcılarına İnternet Kullanımının Özgürlük Hissi Vermesi Durumuna Göre Dağılımı

İnternet Kullanımının Özgürlük Hissi Vermesi Durumu	Sayı	Yüzde
Evet	91	60.7
Hayır	58	38.7
Cevapsız	1	0.7
Toplam	150	100.0

Tablo 29’da da görüldüğü gibi, internet kullanıcılarının %60.7’si, internet kullanımının kendilerine özgürlük hissi verdiğini, %38.7’si özgürlük hissi vermediğini belirtiyor.

İnternet, iletişim teknolojisinin vardığı son nokta, fikirlerin dünya çevresinde özgürce dolaşmasının koruyucusu olarak tanımlanabilir. İnternet, sınır tanımamakta, önyargılardan etkilenmemektedir. Yüz milyonlarca insanın masalarına her gün yeni fikirlerle gelmektedir. Bilginin yayılmasını sağlayan sonsuz özgürlük platformudur.

İnternet, demokratik toplumun gereği olan ifade özgürlüğünün kapılarını açmaktadır. Artık, herkes sanal özgürlük ortamında görüşlerini dile getirip, diğer bireylerle tartışma olanağı bulabilmektedir. Tartışma forumlara katılıp söz hakkı kullanmak isteyenler, bu hakkı, sonuna kadar kullanabiliyorlar.

Toplum içindeyken yapmaya cesaret edilemeyecek, başkalarının zarar görmesinden endişe edilen, ayıp veya suç sayılan fikirler, düşünceler, internette özgürce ifade edilebilmektedir. Sanal dünyada, emekle üretilen şahsi ürünler, bilgiler, yani tam anlamıyla bir insanın emeği, herkesin olmaktadır. İnternette, kuralları uygulatacak bir güç olmadığı için de, özgürlük sonuna kadar kullanılabilir ve paylaşılabılır.

İnternete giren kullanıcıların, en büyük ayrıcalıkları, internetteki varlıklarını istedikleri gibi tanımlayabilmeleri olabilir. Dünyanın herhangi bir yerindeki, herhangi bir kişiyle sohbet eden (chatleşen) birisi kendisini cinsiyeti, adı, yaşı ve yaşamındaki her şeyiyle farklı tanıtmak gibi bir şansa sahiptir. Bu durum onu, bilgisayarı karşısında yönetici bir pozisyona oturtur. Kendisine istediği gibi bir geçmiş oluşturabilir ve hatta internet üzerinde birden fazla kimlikle de bulunabilir. Böylelikle, tam bir özgürlük yanılsaması oluşmuş olur. Birey, bilgisayarının başında her şeyi kontrol edebildiğini düşünmektedir. Kullanıcı, istediği kimliği seçebilmekte, istediği yerden alışveriş yapabilmekte, istediği yazıyı eleştirebilmektedir.

Yaşamın başka hiçbir alanında kendini gerçekleştirme şansı bulamayan birey, “her istediğini yapabildiği” internette yaşamındaki bu büyük çelişkiyi de törpülemektedir. Yeni arkadaşlıklar, yeni “ortam”lar, yeni bir dünya ve yeni bir yaşam. Ve bütün bunların hiçbirine bir an bile olsun bağlanmak gibi bir zorunluluğu yok. İsteddiği zaman her şeyi silebilir ve yeni bir yaşamla tekrar “oyun”a başlayabilir (Canpolat, 2001).

Önemli noktalardan biri de internetin sınırlarının birey tarafından kolayca kavranamıyor olmasıdır. İnternet, kendi oluşumuyla birlikte sınırlarını da oluşturan ve alternatifi olmadığı için bu sınırların anlaşılması çok zor olan bir ortamdır. İnternet kullanıcısı, çevresindeki, yakınındaki duvarları göremez. Bilgisayarının başında, kullanıcıyı sınırlayan çoğu zaman sınırsızlık duygusu olmaktadır.

İnternetin bitmek tükenmek bilmeyen haznesi, onun sınırsız olduğu yanılsamasını oluşturmaktadır. Oysa internet cafeler bile, internet kullanıcısının yalnızca tanımlanmış belli başlı davranış biçimlerini yerine getirebilmektedir. Ancak bütün bunların görülebilmesi; internetin sınırlarından şüphe duyulması, kitle iletişim araçlarının internete yüklediği anlam bombardımanından kaçınmakla mümkün olabilir.

Kitle iletişim araçları, internet, çoğu zaman eğlenceyle eşdeğer göstermektedir. Yani, internet kullanıcısı eğer eğlendikçe özgürleştiğini düşünecekse, gerçekte internetin sınırsızlığını hiçbir zaman kavrayamayacak demektir, çünkü eğlence, internetin en popüler yanıdır ve kullanım amacına yönelik olarak ne kadar büyük bir oran teşkil etse de, gerçekte internetin olanakları gözönünde bulundurulduğunda, bu olanakların çok ufak bir kısmına karşılık geldiği tartışılmazdır (Eltugay, 2000).

Tarih boyunca her teknolojik gelişim, onu oluşturan güçler tarafından kontrol edilmiş ve denetlenmiştir. İnternetin de bu denetim ve yönlendirmeden kurtulması

mümkün değildir. Örneğin, internet kullanıcıları, ilgi/ihtiyaç duyduğu konularda, arama motorlarına sorgulama yaptırıp, önüne çıkan yüzlerce benzer site arasından tercih yapmaktadır. Ama bu aşamada da, tüm tercihleri AltaVista veya Yahoo gibi arama tekeller belirleyecektir. 11 Eylül olaylarından sonra, ABD ve Avrupa Birliği ülkelerinin internetin denetimi için yeni düzenlemeler yapmaya girişmesi de bunun en güzel örneğidir.

“AB’nin internetin denetimi için hazırladığı tasarı, her internet kullanıcısının yolladığı mektupların ve ziyaret ettiği internet sitelerinin kaydedilmesini öngörüyor. E-postalarda kime veya kimlere yollandığı, konu satırının ne olduğu kaydedilecek. Üstelik bu sadece yollanan değil, gelen mektuplar için de geçerli olacak. Böylece ilişkiye geçilen kişi ve siteler kaydedilebilecek. Tasarının en ilginç tarafı, bu bilgilerin saklanma süresidir. Tasarıda bu bilgilerin 12 aydan 7 yıla kadar saklanması teklif ediliyor” (Radikal, 24.06.2002). Amerika ise bilgisayar korsanlarını “vatan haini ilan etti bile” (a.g.y). Onlar, özgürlüğe ancak kendilerinin belirlediği sınırlar içerisinde izin vermektedir.

Bu haliyle, sanal gerçekliğin özgürleşmeyi değil, yalnızca, mevcut toplum düzeninde cinsellik gibi baskılarla kuşatılmış alanları, toplumsal düzeni değiştirmeyecek ve onu tehdit edemeyecek bir formda bireylere açmak; onlarda, sanal bir özgürlük hissi uyandırmak anlamına geldiği söylenebilir.

2.2.5. İnternet Kullanıcılarının İnternet Bağımlılığına Bakışı

İnsanoğlunun her dönemine damgasını vurmuş değişik bağımlılıklar olmuştur. En büyük dertlerden biri olan bağımlılıklar, afyon benzeri uyuşturuculardan içkiye ve kumara, nikotinden kafeine ve hatta çaya, çikolataya kadar değişkenlikler gösterebilir. Kent yaşamının getirdiği psikolojik hastalıklar oldukça yaygınlaşmış ve toplumları rahatsız eder hale gelmiştir. Bu yüzden kimi ülkeler bu konularda bilimsel çalışmaları giderek artırma kararı almaktadır.

Bilgisayarlaşmanın ve internet başında geçirilen saatlerin giderek artması da psikolojik bir takım sıkıntıları beraberinde getiriyor. Toplumun dokusunu tehdit eden, milyonlarca insanın yaşam dengesini ve biyoritmini altüst eden bu yeni bağımlılık türü, en az diğerleri kadar eğlenceli ya da tehlikeli olabilir.

İnternet bağımlılığı kavramını, ilk olarak 1995 yılında Goldberg ortaya attı. Ancak bilimsel anlamda tartışmalar ise Young'ın çalışmasıyla başlamıştır. Young, çalışmasında, kendi istekleriyle çalışmaya katılan 496 internet kullanıcısını inceleyerek, 396'sının bağımlılık kalıplarına uygun çıktığını gösterdi (www.netaddiction.com/articles/newdisorder.htm).

Seemann'a göre, internet bağımlılığı gerçek bir ruhsal bozukluktur. Çünkü tüm diğer bağımlılıklar gibi başka hastalıklarla birlikte seyretmektedir. Orzac'ın görüşleri ise değişiktir. Her hafta, onlarca yeni internet bağımlısı hasta gördüğünü ve bu hastalığın diğer bazı psikolojik bozuklukları da alevlendirdiğini belirtmiştir. Tüm hastalarının hastalıklarına eşlik eden en az bir tane ek hastalığının olduğu saptanmıştı. Depresyon, sosyal fobiler, uyarı kontrol bozuklukları, dikkat bozukluğu en sık görülenlerdi. Bir çok hastanın diğer bir madde bağımlılığı da mevcuttu (Hürriyet, 14.06.2000).

İnternet bağımlılığını; internetin aşırı kullanılması isteğinin önüne geçilememesi, internete bağlı olmadan geçen zamanın önemini yitirmesi, yoksun kalındığında ise aşırı sinirlilik hali ve saldırgan olunması durumu olarak tarif etmek mümkündür. Bağımlılık, kişiden kişiye farklılık gösterebilir. Çünkü kişilerin internet bağımlısı olma nedenleri farklı olabilir. Bir çok farklı nedenin rol oynadığı internete bağımlılığın oluşumunda ortak nokta, internet bağımlıların genelde yalnız insanlar olmalarıdır. Tablo 30, internet kullanıcılarının kendilerini bağımlı olarak görme durumuna göre dağılımı göstermektedir.

Tablo 30: İnternet Kullanıcılarının Kendilerini Bağımlı Olarak Görme Durumuna Göre Dağılımı

Kendilerini Bağımlı Olarak Görme Durumu	Sayı	Yüzde
Evet	27	18.0
Hayır	111	74.0
Bilmiyorum, olabilir	12	8.0
Toplam	150	100.0

Tablo 30'daki verilere göre, internet kullanıcılarının %18'i, kendilerini internet bağımlısı olarak görmektedir. Kendilerini internet bağımlısı olarak görmeyenlerin oranı %74, bu konuda fikri olmayanların oranı ise, %8'dir.

Daha önce de değinildiği gibi, internet bağımlıları; arkadaş aramak, online kumarhanelerde şansını denemek, bilgi bağımlısı olup saatlerce surf yapmak, online

oyunlar oynamak, sanal seks merakını gidermek, alışveriş yapmak, chat yapmak gibi nedenlerle internette dolaşmaktadırlar.

İnternet kullanıcıları, aksatmadan, her gün internete giriyor, yemek yemeye giderek daha az zaman ayırıyor ve/veya öğün atlıyorsa, günde birkaç kez e-posta kutusunu kontrol ediyor, sanal arkadaşlıkları gerçek dostluklara tercih ediyor, günde en az 4 saati internette geçiriyor, internete daha fazla bağlı kalabilmek için daha az uyuyor ve hepsinden önemlisi internette çok zaman geçirdiğini inkar ediyorsa, konunun uzmanları tarafından internet bağımlısı olarak kabul edilmektedir.

Kendini internet bağımlısı olarak görmeyen kullanıcıların yüksek oranda olmasında, internet bağımlılığı belirtilerinin tamamını taşımamaları ya da sadece birkaç belirtinin görülmesi etkili olabilir. İnternet bağımlılığı, yeni bir kavram olduğu için kullanıcılar tarafından yeterince bilinmiyor olabilir. Ayrıca bir hastalık, rahatsızlık gibi algılanarak reddedilme olasılığı da bulunmaktadır. “Bilmiyorum, olabilir” cevabının verilmesi, bu bilgisizlikten ya da internet bağımlılığının alkol, uyuşturucu bağımlılığı ile ilişkilendiriliyor olmasından kaynaklanabilir.

İnternet kullanıcılarının, %14’ünün kendini internet bağımlısı olarak görmesi dikkat çekicidir. Bu durum, kullanıcıların bir kısmının, internet bağımlılığı hakkında fikir sahip olduğunu gösteriyor olabilir. İnternet bağımlılığı belirtilerinin tamamını ya da bir kısmını kendinde gören kullanıcıların, “evet” cevabını vermesi, bu durumdan rahatsızlık duyduklarını gösterebilir. Bu gruptaki kullanıcıların, çevreleri tarafından da internet bağımlısı olarak görülüp görülmediklerinin bilinmesi yerinde olacaktır.

Kuloğlu’nun (2001) araştırmasında internet kullanıcılarının %69’u kendisini internet bağımlısı olarak görmediğini, %16.7’si bu konuda emin olmadığını, %13.9’u internet bağımlısı olduğunu belirtmiştir. Her iki çalışmada da oranlar birbirine oldukça yakındır. Bu durum, araştırma alanları farklı da olsa, toplumda internet bağımlılığına bakışın benzer özellikler taşıdığını gösteriyor olabilir.

Daha önce de belirtildiği gibi, internet bağımlılığı, toplumun önemli bir kısmı tarafından yeterince anlaşılabilmiş, algılanabilmiş değildir. Tablo 31, internet kullanıcılarının başkaları tarafından internet bağımlısı olarak görülme durumlarını tespit etmek için oluşturulmuştur.

Tablo 31: İnternet Kullanıcılarının Başkaları Tarafından İnternet Bağımlısı Olarak Görülmesine Göre Dağılımı

Başkaları Tarafından İnternet Bağımlısı Olarak Görülme	Sayı	Yüzde
Evet	42	28.0
Hayır	108	72.0
Toplam	150	100.0

Tablo 31'deki verilere göre, internet kullanıcılarının başkaları tarafından internet bağımlısı olarak görülme durumuna göre dağılımına bakıldığında, "evet" cevabını verenlerin oranı %28, "hayır" cevabını verenlerin oranı %72'dir.

Bu durumda, internet kullanıcılarının kendilerini bağımlı olarak görmelerinden çok daha yüksek bir oranda, çevreleri tarafından bağımlı olarak nitelendirildikleri söylenebilir. Çünkü, kullanıcıların kendilerini internet bağımlısı olarak nitelendirmeleri, özeleştirici becerisine sahip olma ile de doğrudan ilgilidir. Bununla birlikte, kendilerini bağımlı olarak görme durumuna "bilmiyorum, olabilir" cevabını veren kullanıcılar, çevreleri tarafından bağımlı olarak görülüyor olabilir.

İnternet kullanıcılarının bir kısmının, çevreleri tarafından, bağımlı olarak nitelendirilmesinde, internet bağımlılığının yeterince bilinmiyor olmasının etkisi olabilir. Bunun yanında, kullanıcıların sosyal ortamlarda daha az görülmesi, arkadaşları ve aile üyeleri ile ilişkilerinin azalması, ekonomik imkanlarını internet cafelerde tüketmesi gibi nedenler de etkili olabilir.

2.3. İnternette Sanal Sohbet: Chat

İnternette sohbet, yani chat'i değerlendirmeden önce, geleneksel anlamdaki sohbet üzerine düşünürsek, aradaki farklılığı daha kolay algılayabiliriz. Sohbet etmek ya da söyleşmenin sözlük karşılığı "oturup karşılıklı, oradan buradan konuşmak"tır (Püsküllüoğlu, 1982:377). Bu tanımdan yola çıkarak geleneksel sohbetin 3 temel koşulu olduğu ileri sürülebilir. Bunlar; sohbete katılanların yüz yüze olarak aynı mekanı paylaşması, önceki bir zaman diliminden tanışıklıkları olması ve sohbeti anlamlı kılacak ortak yanların bulunmasıdır. Daha önce tanışmış olmak, sohbetin içeriği hakkında bir ipucu verdiği gibi, konuların da sınırlarını aşağı yukarı belirler. Bu durum aynı zamanda sohbetin gerçeklik zeminini de oluşturmaktadır. Mesafenin azlığı, söze mimik ve jestleri

de katarak sohbeti renklendirip, gerekli vurguyu sağlar. Bu şekilde sohbet dolaysız bir insani iletişim biçimidir (Eltugay, 2000).

Bilgisayar ortamındaki sohbet ise, gerçekte tam bir karmaşadır. Konuşan ve dinleyenini yerini, yazan ve okuyan aldığında, aradaki ilişki yalnızca monitörde beliren standart harf dizileriyle gerçekleşir. Chat, geleneksel sohbetin temel koşulu olan tanışıklığı da ortadan kaldırmaktadır. Birbirlerini hiç tanımayan ve hatta tanımayacak olan insanlar bile, bir tanışıklık yanılsaması içinde bu sanal sohbeti gerçekleştirebilir.

Chat'te, bir bilgisayar aracılığıyla bağlantı kurulup bilgisayarımızdaki veriler telefon hattı aracılığıyla anında iletilebilmektedir. Dolayısıyla, başka kullanıcılarla gerçek zamanlı olarak, karşılıklı yazışlabilmektedir. Yani yazılanlar, anında karşı bilgisayara gönderilir, karşı tarafın yazdıkları da, bilgisayarda görünür. İnternette sohbet (chat) olarak özetleyebileceğimiz IRC, (Internet Relay Chat) böyle tarif edilebilir. Kullanıcılar, IRC yazılımlarından belirli komutlar vererek sadece bir veya daha çok kişiyle açık şekilde sohbet edebilirler. Sohbet yazışarak gerçekleştirilir, yani metin tabanlıdır. Ancak Microsoft Chat gibi programlar metin tabanlı olmalarının yanı sıra, kullanıcılar birer çizgi karakter seçerek sohbetleri çizgi roman karelerinde olduğu gibi izleyebilirler. Hatta bu karakterlere yazdığınız soru ve ünlem işaretlerine, sözcüklere göre veya bir şablon üzerinden mimikler ve jestler verilebilir. Sadece metin tabanlı olan ancak çok yaygın kullanılan bir diğer sohbet programı, shareware sitelerinde bulabileceğiniz mIRC'dir. Bu tür programlar, sohbet ederken istenirse karşı tarafa dosya gönderilmesini de sağlar (<http://www.superonline.com/rehber/tanisin/4/content.htm>).

Chat, insanların bilgisayar aracılığıyla birbirleriyle iletişim kurmasının farklı bir yoludur. Birbirini hiç tanımayan ve tesadüfen sanal ortamda karşılaşan kişiler kod adları (nick name) kullanarak iletişim kurmaya çalışmaktadırlar. Chat yapan kişi, diğeri hakkında en ufak bir bilgiye sahip değildir. Genellikle de sahip olunan bilgiler aldatıcıdır. Chat aslında internetin getirdiği hızlı iletişim yöntemlerinden biri olmasına karşın, insanlar arası ilişkileri farklı bir boyuta çekmesi, yüz yüze ilişkilerdeki sıcaklığı ve samimiyeti yok etmesi açısından dikkatle değerlendirilmelidir. İnsanlar saatlerce bilgisayar başında, incecik bir kablo üzerinden hiç tanımadıkları kişilerle iletişim kurmaya çalışmakta, çoğunlukla bu iletişim düzeysiz ve aldatıcı olmaktadır (Esgin, 2000).

İnternetin insanlar arası ilişkilere etkisi noktasında 18 yaşındaki bir öğrencinin “internette sohbet”le ilgili bir deneyimi oldukça ilgi çekicidir: “Ben bir yıldır chat yapıyorum. İyi bir chat grubum var. Yedi kişiyiz. Bazen buluşuyoruz. İlk buluşmamız çok ilginç oldu. Kimse kimseyle konuşmadı. Bir internet cafede buluşmuştuk. Baktık olmuyor, hepimiz bir bilgisayarın başına gittik. Aynı mekanda olmamıza rağmen chat’le konuşmaya başladık. Gülüyoruz, birbirimizin güldüğünü duyuyoruz ama bilgisayarda gülme işareti yapıyoruz haberleşmek için. Yani belki de içine kapanıklık söz konusu. İnsan yüz yüze yeterince rahat olmuyor. Sanal ortamda ayrı bir kişiliğe bürünüyorsunuz” (Karaoğlu, 2000:16). Bu ilginç durumun anlaşılabilmesi için şu soruların cevaplarını aramak yerinde olacaktır. Acaba, insanlar, yüz yüze sohbet etmek yerine neden chat’i tercih etmektedir, chat yapmaktaki amaç nedir?

2.3.1.İnternette Chat Yapma Sıklığı ve Amacı

İnternette sanal sohbet demek olan chat, internetin en çok tercih edilen alanlarından biridir. Bu tercihin altında yatan nedenlere, amaçlara geçmeden önce, internet kullanıcılarının chat yapma sıklığına bakmak yerinde olacaktır. Tablo 32, internet kullanıcılarının chat yapma sıklığına göre dağılımını göstermektedir.

Tablo 32: İnternet Kullanıcılarının Chat Yapma Sıklığına Göre Dağılımı

Chat Yapma Sıklığı	Sayı	Yüzde
Hayır, yapmıyorum	51	34.0
Her gün bir kez	22	14.7
Her gün birkaç kez	18	12.0
2-3 günde bir	31	20.7
3-4 günde bir	11	7.3
4-5 günde bir	7	4.7
5 Günden fazla bir defa	10	6.7
Toplam	150	100.0

Tablo 32’deki verilere bakıldığında, internet kullanıcılarının %34’ünün hiç chat yapmadığı görülmektedir. Yani kullanıcıların 1/3’ünün interneti kullanım amacı, chat dışındaki alanlarda yoğunlaşmaktadır.

Chat yapmak, belli bir internet bilgisi gerektirmektedir. Chat yapabilmek için, bu olanağı sağlayan web sitesine girilmelidir. Web sitesindeki chat odalarından biri

seçilmeli ve oda girişindeki “nick name” ya da takma ad kısmına bir ad yazılmalıdır. Son olarak, chat’in yapılacağı server adresinin yazılmasıyla, bağlantı kurulabilir. Bütün bu işlemlerin yapılabilmesi için gereken internet bilgisine sahip olmayan kullanıcılar, chat yapmayan grubu oluşturuyor olabilir. Ayrıca, chat yapılmamasında, internetin e-mail göndermek, oyun oynamak, araştırma veya surf yapmak gibi aktiviteler için kullanılıyor olmasının da etkisi olabilir. Chat’in uzun zaman ve dolayısıyla, para gerektirmesinin etkisi olduğu söylenebilir.

Görüşülen kişilerin chat yapmaktan kaçınma nedenlerine bakıldığında, bu kişilerin gözünden chat olgusunun görüntüsü, chat’e yüklenen anlamda görülebilir. Chat anındaki muhabbetin sıkıcı bulunması, chat muhabbetlerinin güvensiz ve yalanlarla dolu olması, hep aynı şeylerin tekrarlanması, seviyesiz konuşmaların olması gibi nedenler, chat yapılmamasının en önemli nedenleridir.

2-3 günde bir chat yapan %20.7’lik grup, chat yapanlar içinde en büyük grubu oluşturmaktadır. 2-3 günde bir chat yapılmasının nedeni, daha önce de belirtildiği gibi, chat’in zaman ve para gerektiren bir aktivite olması olabilir. İnternet cafelerde, (Mart-Nisan 2002) bir saatlik bilgisayar kullanım bedelinin 500 bin-1 milyon TL olması, chat’te uzun zaman kalmanın önündeki en önemli engel olarak görülebilir. Bunun yanında, 2-3 günde bir chat yapan kullanıcıların, hafta sonu internete giren özellikle öğrenciler ve çalışanlar olabilir. Ayrıca, farklı mekanlarda, şehirlerdeki gerçek arkadaşlarıyla, haftanın belli günlerinde buluşup chat yapan kullanıcılar olduğu da söylenebilir.

İnternet kullanıcıları içinde, her gün bir kez chat yapanlar %14.7, birkaç kez chat yapanlar %12 oranındadır. Bu grubu oluşturan kullanıcılar, hemen hemen her gün okul ya da iş çıkışı, akşamları internet kafeyi ziyaret eden, cafe müdavimleri olabilir.

İnternet cafede, 3-4 günde bir chat yapanlar %7.3, 4-5 günde bir chat yapanlar %4.7 ve 5 günden fazla chat yapanlar %6.7 oranındadır. En az chat yapanlar, 4-5 günde bir chat yapan internet kullanıcılarıdır.

Kuloğlu’nun (2001) araştırmasında, 2-3 günde bir chat yapanlar %20.1 ile en büyük grubu oluşturmaktadır. En az chat yapanlar ise, %11.4 ile 4-5 günde bir chat yapan kullanıcılarıdır. Her iki çalışmada da, en çok chat yapan grupla, en az chat yapan gruplar aynıdır. Bunun yanında, en çok chat yapan grubun oranları da birbirine çok yakın oranlardadır. Bu durum, chat yapma eğiliminin araştırma alanından bağımsız,

genel bir eğilim olduğunu gösteriyor olabilir. Tablo 33'teki chat yapma sıklığının cinsiyet değişkenine göre dağılımı, chat hakkında bilgi sahibi olmak için yararlı olabilir.

Tablo 33: Chat Yapma Sıklığının Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı

Cinsiyet Durumu	Chat Yapma Sıklığı								Toplam
		Yapımı yorum	Her gün bir kez	Her gün birkaç kez	2-3 gün de bir	3-4 gün de bir	4-5 günde bir	5 günden fazla	
Kadın	S	4	1	1	1	1	-	-	8
	%	50.0	12.5	12.5	12.5	12.5	-	-	5.3
Erkek	S	48	21	17	29	10	7	10	94.7
	%	33.8	14.8	12.0	20.4	7.0	4.9	7.0	100.0
Toplam	S	52	22	18	30	11	7	10	150
	%	34.7	14.7	12.0	20.0	7.3	4.7	6.7	100.0

Tablo 33'teki dağılıma göre, cinsiyetle chat yapma sıklığı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu söylenebilir. Bunun yanında, kadın internet kullanıcısının sayıca azlığı verilerin güvenilirliğini azaltmaktadır.

Chat yapan kadın kullanıcıların yarısı (%50) hiç chat yapmamaktadır. Hiç chat yapmayan erkeklerin oranı ise, %33.8'dir. Buradan, erkeklerin kadınlardan daha çok chat yaptığı sonucu çıkarılabilir. Erkeklerin kadınlardan daha fazla chat'e ilgi göstermesinin nedenlerinin başında, gerçek yaşamda karşı cinsle ilişki kurmakta yaşadıkları sorunlar olabilir. Gerçek yaşamda gerçekleştirilemeyen, belki de hayal edilen konularda sohbet etmek, "geyik" yani anlamsız, boş konularda konuşmak için chat yapılıyor olabilir. Ancak, bütün erkek kullanıcıların bu nedenlerden hareket ettiği söylenemez. Bu durum, kullanıcının sosyo-kültürel seviyesiyle doğrudan ilgilidir. Kadın kullanıcılar ise, daha çok belli seviyenin üzerindeki insanlarla dostluklar kurmak, sohbet etmek ve yeni insanlarla tanışmak için chat'e giriyor olabilir.

2-3 günde bir chat yapan kadınlar %12.5, erkekler %20.4, her gün bir kez chat yapan kadınlar %12.5, erkekler %14.8, her gün birkaç kez chat yapan kadınlar %12.5, erkekler %12, 3-4 günde bir chat yapan kadınlar %12.5, erkekler %7, oranındadır.

Kadınlarda chat yapma sıklığının her gün bir kez ile 3-4 günde bir arasında değiştiği görülmektedir. Erkeklerde en fazla chat, 2-3 günde bir yapılmaktadır. Bunu, her gün bir kez yapanlarla birkaç kez yapanlar takip etmektedir. Erkeklerin en fazla 2-3 günde bir chat yapmasının nedenlerinden biri, chat'in hafta sonu tercih edilmesi olabilir. Yapılan enformel görüşmelerde, özellikle öğrencilerin, hafta sonu arkadaşlarıyla birlikte internet kafeye gittiği ve belli bir chat grubuyla chat yaptığı gözlemlenmiştir.

Genellikle, birkaç saatin üzerinde zaman harcanan chat'in yüksek bir ekonomik bedel gerektirmesi, kullanıcıların haftada birkaç günden fazla kullanmasını engelliyor olabilir.

İnternette neden chat'e bu kadar ilgi gösterildiğine bakıldığında ise, akla ilk olarak şu soru gelmektedir. Chat yapmak, kitlelere neden bu kadar cazip gelmektedir? Çevrede bulunan insanlarla iletişim kuramama mı, ya da tam aksine çevreden arınma isteği mi?

Bilgiye erişmek için en kısa yol olan internette, uzaklık kavramı internet kullanıcıları için hiç bir anlam ifade etmez; ancak söz konusu olan chat yapmaksa, bu kez insanlar çevrelerindeki sayısız seçeneği görmezden gelerek, önlerine pek çok elektronik donanım ve kilometrelerce mesafe koymaktadır. Bu durum, gerçekten de çok ilginç bir çelişkinin ifadesidir.

Popüler deyimle chatleşmek, aslında "yabancı olmanın" en belirgin ve belirleyici seviyesidir. Chat yaparken, elektronik ortamın yapısı gereği, öznenin, gerçeklik referanslarını, karşı özneye ulaştırması olanaksızlaşır. Dolayısıyla, chat sırasında gerçekleştirilen iletişimde, ara yüz bir tür duvar etkisi yaparak, kullanıcıları yalnızca oylar, onları bilgilendirmez. Enformasyon, aslında her bir kullanıcıya ara yüzden geri döner. Ayrıca, kullanıcılar, "yalnız" olmaları nedeniyle "ben"i ve "öteki"ni kendi başlarına üretmek zorunda kalmaktadır. Zaten bu yüzden, chat sırasında kullanıcının kişisel bir sınırlılığı yoktur, yani herkes herkesi oynayabilir, taklit edebilir ve istediği kılığa girebilir. Gerçek kendinden ayrı olarak kurguladığı her bir kişilik yanılsaması, kullanıcının kendi içindeki "ötekini" ortaya çıkartır (Eltugay, 2000).

Türkler, interneti işlevsel kullanabilen küçük bir azınlık dışında, interneti sohbet etmek için kullanmaktadır. Türkler, açıkça internetin hemen neredeyse tüm sohbet (chat) sitelerini işgal etmişlerdir. Sayıları artık yüzlere yaklaşmış internet sohbet alanlarının binlerce kullanıcısının haricinde, dünyadaki en yaygın sohbet alanlarını içeren icq'da bu alanları kullananların yaklaşık dörtte birinin Türk olduğunu görmek inanılmazdır. Türkiye'nin en büyük cemaatini, internet sohbet sitesi kullanıcıları oluşturmaktadır; Türkiye'nin dağını taşıyı pıtırak gibi sarmış olan internet cafelere bakıldığında, bu sayının 15-45 yaş grubunun yaklaşık yarısını oluşturduğunu söylemek abartı sayılmamalıdır (Radikal, 05.08.2001).

Türkiye'de internet, belki de dünyanın hiçbir ülkesinde olmadığı kadar yoğun bir biçimde, yeni insanlarla tanışma amacıyla kullanılmaktadır. Yapılan araştırmalar, kullanıcıların büyük bir bölümünün interneti yalnızca chat ve sohbet, yani yeni insanlarla tanışma gayesiyle kullandığını gösteriyor. Türkiye'de sohbet odaları kadar popüler olmayan, ancak giderek yayılan web tabanlı tanışma ve arkadaşlık sitelerinin sayılarında gözlenen artış da, bu gerçeği işaret etmektedir. Tablo 34, internet kullanıcılarının chat'te yeni arkadaşlıklar kurma durumunun tespiti için oluşturulmuştur.

Tablo 34: İnternet Kullanıcılarının Chat Yaparken Yeni Arkadaşlıklar Kurma Durumuna Göre Dağılımı

Yeni Arkadaşlıklar Kurma	Sayı	Yüzde
Evet	79	79.7
Hayır	20	20.3
Toplam	99	100.0

Tablo 34'teki verilere göre, internette chat yapan kullanıcıların %79.7'si, chat'te yeni arkadaşlıklar kurmakta, %20.3'ü ise kurmamaktadır. Kuloğlu'nun (2001) araştırmasında, %83.5'i chat'te yeni arkadaşlıklar kurduğunu belirtirken %16.5'i chat'te yeni arkadaşlıklar kurmadığını belirtmiştir. Buna göre, bazı kullanıcılar sadece internetten tanıdıkları arkadaşlara, bazıları da internette tanışıp sonradan yüz yüze ilişkiler geliştirdikleri arkadaşlara sahiptir. Bu durum, internetin yeni bir sosyal ilişki aracı olduğunu gösterebilir.

Ayrıca, internet kullanıcılarının büyük çoğunluğunun chat yapmaktaki amacının, başkalarıyla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak olduğunu söyleyebiliriz. İnternet kullanıcılarının %66'sının chat yaptığı ve kullanıcıların %94.7'sinin erkek olduğu düşünülürse, chat yapanların büyük çoğunluğunun karşı cinsle, yani bayanlarla arkadaşlık kurmak için interneti kullandığı söylenebilir.

Yan yana oturmuş ve birbirini tanımayan birçok kişi, bilgisayar aracılığıyla çok uzaklardaki kişilere ulaşp flört etmeye, cinsel sohbetler yapmaya, arkadaş bulmaya çalışmakta; çoğunlukla da bu ilişki dürüst olmayan, düzeysiz ve kırıncı bir iletişime dönüşmektedir. İnsanlar gerçek dünyada ulaşamadıklarına, yapamadıklarına internet ortamında ulaşmaya çalışmakta, giremedikleri ilişkileri, sanal ortamda bulmaya çalışmaktadır. Saatlerce yapılan bu etkinliğin sonucu ise, genellikle hayal kırıklığı olmaktadır. Bu tür eylemler, gerçek dünyanın etkilerini hiçe saydığından, genellikle

kişilere çekici gelmekte ve onları bu eyleme bağımlı kılmaktadır (Esgin, 2000). Bu durumun daha net olarak anlaşılabilmesi için, internet kullanıcılarının chat'te yeni arkadaşlıklar kurmak amacına göre dağılımını gösteren Tablo 35 oluşturulmuştur.

Tablo 35: İnternet Kullanıcılarının Chat'te Yeni Arkadaşlıklar Kurma Amacına Göre Dağılımı

Chat'te Yeni Arkadaşlıklar Kurma Amacı	Sayı	Yüzde
Sohbet	80	80.8
Hobi paylaşımı	14	14.1
Bilgi alışverişi	13	13.1
On-line seks	8	8.0
Zaman geçirme	20	13.3
Başka	8	8.0
Cevapsız	7	7.0

Not:Birden çok cevap verilmiştir.

Tablo 35'te, chat'te yeni arkadaşlıklar kurma ile ilgili görüşlerin dağılımı yer alırken, bazı yanıtların değişik seçeneklere uygun düşmesi, birden fazla şıkla cevap verilen bir dağılım tablosu oluşturmayı gerekli hale getirmiştir.

Tablo 35'teki verilere göre, chat yapan internet kullanıcılarının yeni arkadaşlıklar kurma amaçlarının başında (%80.8) "sohbet etmek" gelmektedir. Burada sohbet daha çok karşı cinsle arkadaşlık kurmak amacıyla yapılmaktadır. Chat yapanların %14.1'i "hobi paylaşımı", %13.3'ü "zaman geçirme", %13.1'i "bilgi alışverişi", %8'i "on-line seks" ve %8'i diğer nedenlerle chat'te yeni arkadaşlıklar kurmaktadır.

Kuloğlu'nun (2001) araştırmasına göre, kullanıcıların yüzde 65'i internette chat yapmaktadır. Chat yapanların %76.4'ü "sohbet", %15.7'si "hobi paylaşımı", %6.7'si "bilgi alışverişi", %3'ü de "on-line seks" amacıyla yeni arkadaşlıklar kurduğunu belirtmiştir.

Esgin'in (2000) araştırmasına katılan kullanıcılar, chat yapma amaçlarını, %36 oranında arkadaş bulmak, %14 oranında flört, %34 sıradan konuları konuşmak, %6 cinsellik olarak bildirmiştir. Oranlar göz önüne alındığında farklı yorumlar yapılabilmektedir. Ama en önemlisi, sosyal ortamda yaşanabilecek bir çok ilişkinin sanal ortama taşınmış olmasıdır.

Her üç araştırma da, internet kullanıcılarının chat'i en çok sohbet etmek için kullandıklarını göstermektedir. Yüz yüze ilişkilerin hızla azaldığı günümüzde, internette sohbetin bu kadar yoğun tercih edilmesi dikkat çekicidir. Arkadaşlarıyla yaptıkları

sohbetlerde, ilişkilerinde kontrol mekanizmaları nedeniyle yeterince açık olamayan gençlerin, sanal ortamdaki ilişkilerinde son derece rahat davranmaları anlaşılabilir bir durumdur. Zaman içinde sanal alemde ilişki kuran kullanıcılara, gerçek yaşamdaki ilişkiler kısıtlayıcı geliyor olabilir.

Chat'te yeni arkadaşlıklar kurma amacının büyük oranda sohbet etme isteğinden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Hiç tanınmayan, belki de hiçbir zaman tanınmayacak, hatta gerçek olduğu bile şüpheli insanların, birbirleriyle sohbet etme isteğinin bir çok nedeni olabilir. Chat, günlük yaşamda kolay iletişim kuramayan bireylere iletişim kurma ve bir çok kişiyle tanışma olanağı sunmaktadır. Sanal ortamdaki sohbetlerde, bireyler kendilerini daha kolay ifade edebilmektedir. Bu durum, günlük yaşamda iletişim kurmada ve sosyal ortamlara katılmada güçlük yaşayan bireylere, sanal grup içinde onaylanma, kabul edilme hissini yaşıyor olabilir.

Sanal sohbet ortamı, chat yapanlara içlerinden geldiği gibi, yasaksız, sınırsız ve özgürce konuşma olanağı sunmaktadır. Chat odalarında, en mahrem konular, dertler bile hiç risk almadan konuşulabilir, oldukça derin ilişkiler geliştirebilir. Sosyal ilişkiler kurmada zorlanan, kendine güveni olmayan bireyler bile, internet ortamında olmak istediği kişi gibi davranabilme rahatlığını yaşayabilirler. Bunun yanında chat'te sohbet etmek, özellikle gerçek yaşamdaki arkadaşları ile sürekli iletişim içinde olmak isteyen kullanıcılara, telefonda daha ucuz ve uzun iletişim olanağı sunmaktadır. Ayrıca, günlük sorunlardan, sorumluluklardan kaçmak isteyen kullanıcılar, hiç tanımadıkları insanlarla farklı konularda sohbet etme yoluna gidebilecekleri gibi, sorunlarına çare bulmak, akıl danışmak için de bu yolu seçebilirler.

Chat'te yeni arkadaşlıklar kurma amaçlarından biri de aynı hobileri, ilgi alanlarını paylaşan insanların birbirleriyle tanışma isteğidir. Özellikle, spor, müzik, edebiyat, gezi vs. gibi benzer ilgi alanlarına, hobilere sahip internet kullanıcılarının, birbirini bulması, deneyimlerini paylaşması, çeşitli etkinlikleri organize etmesi, chat sayesinde çok daha kolaylaşmaktadır. Gerçek yaşamda, hiçbir zaman bir araya gelemeyecek, birbirini tanıyamayacak hobi sahipleri, chat sayesinde aynı ortamda buluşabilmektedir. Önümüzdeki yıllarda, internet, "geyik" yani amaçsız, anlamsız sohbetlerden, gerçek kullanım alanlarına yerleştğinde ve toplumun sanal ortamlarda sohbet etme ihtiyaçları azaldığında, bu moda bitebilir. İnternette, daha işlevsel ilgi, hobi ve oyun grupları kalacağı söylenebilir.

Chat'te yeni arkadaşlıklar kurma amaçlarından biri de, bilgi alışverişidir. Hızlı ve düşük maliyetli bilgi alışverişi sağlamak, internetin de temel kuruluş amacıdır. İnternet, zamanla, gelişen teknoloji sayesinde, birçok konuda aradığınız her şeyi bulabileceğiniz bir ortam haline gelmiştir. Bilgi alışverişinde bulunmak için yeni arkadaşlıklar kurduğunu belirten internet kullanıcılarının, yabancı dil öğrenmek, sağlık sorunları hakkında bilgi almak, ders konuları hakkında tartışmak vs. konularda bilgi alışverişinde bulundukları söylenebilir. Chat'te bilgi alışverişi, bu sayede, doktorların hayat kurtarmasına, öğrencilerin daha iyi ödevler hazırlamasına, avukatların dava kazanmasına yol açabilir.

Genellikle içe kapalı, sıkılgan, yabancılaşmış ve nevroikleşmiş yeni insan tipi, içinde hissettiği korkuları tüketim tutkusuyla dengelemeye çalışırken, yaşamın kolaylaşması, otomatikleşme, fast foodlaşma ile giderek zamanı bollaşmaktadır. Zamanın bollaşması, yeni insan tipine internet dünyasında, boş zamanlarında sıkılmayı ve mutsuz olmayı düşündürmeyecek olanaklar sunuyor. Yapılan “geyik” muhabbetleriyle “Home Consumens” giderek aktif bir şekilde pasifleşiyor (<http://www.angelfire.com/zine/dusunenler/koseyaz/nedenchat.htm>). Ayrıca işsizlik, sosyal ilişkiler ve sosyal ortamların yetersizliği, boş zamanların chat'te yeni arkadaşlıklar kurmaya çalışmakla geçirilmesine neden olabilir.

Yeni arkadaşlıklar, chat'te online seks yapmak için de kurulmaya çalışılmaktadır. Normal yaşamda olduğu gibi chat'te de seks yaşanmaktadır. Chat'te online seks yapılarak, benzer türden telefon seksi gibi bir deneyim yaşanmaktadır. Ankete katılanların %8'inin online seks yaptıklarını söylemeleri, beklenmedik oranda cesurca bir davranış olarak değerlendirilebilir. Araç'ın (2001) araştırmasında, chat'te seks yaşayanların oranı erkeklerde %13 kadınlarda ise %17 oranındadır. Bu oranların daha yüksek olma olasılığı bulunabilir. Çünkü, cafe ortamından kaynaklanan sorunlar nedeniyle, bu soruya doğru yanıt verilmemiş olabilir.

2.3.2.Chat'te “Güven” Sorunu

Kişiyi bir yere kadar sosyal yaşamdan uzaklaştırdığı doğru olsa da, bir zamanların telsiz modasından sonra, internetin sanal arkadaşlıklar için yepyeni bir akım yarattığı bir

gerçektir. Tabii gerçek yaşamda kimseye güvenilmemesi genel kabul görürken, hiç görülmeyen birine ne kadar güvenilebilir?

Chat sırasında kullanıcının kişisel bir sınırlılığı yoktur, yani herkes herkesi oynayabilir, taklit edebilir ve istediği kılığa girebilir. Gerçek kendinden ayrı olarak kurguladığı her bir kişilik yanılması, kullanıcının kendi içindeki "ötekini" ortaya çıkartır (Eltugay, 2000).

Chat'te, fiziki bir vücut gerektiren varolma ve onun ifadesi olan kimlik, artık kendisi olmadan da varolabilmektedir. Ne var ki, kimliğin sahibi açısından yaptıklarından dolayı sorumlu olma nedenlerini bir anlamda ortadan kaldıran bu durum, o kimliğe ait eylemlerin muhatabı olanlar açısından da "güven" tesisine engel oluşturmaktadır (Uğur, Aydın, 1998).

Chat dünyasında kimlikler kaygan ve değişkendir. Ancak akışkan ve devingen bir kişilik arayışı sonunda bu kimliklerin yeni bir kalıp kişiliğe dönüşmesi, hiç de imkansız değildir. Hatta bugünün internet kişiliklerinin ileride karşımıza birer norm olarak çıkmaları da olasıdır. Sanal cemaatlerde "güvenilirlik" son derece azdır ve sanal topluluklar, "yabancılaşma"yı artırabilir. Yüz yüze ilişkinin olmadığı siber uzayda, insanlar, birbirlerine karşı gerçek taahhütlere sahip değildirler. Ayrıca bazı firmalar, online iletişimin, kurum içerisindeki toplumsal ilişkileri zayıflatacağı gerekçesiyle, firma içerisinde e-mail kullanımını dahi sınırlamak yoluna gitmektedirler (<http://www.isguc.org/vbozkurt2.htm>). Chat'teki bu güvensizlik ortamı, kullanıcıların gerçek kimliklerini saklamalarına neden olabilir. Tablo 36, internet kullanıcılarının chat yaparken kimliklerini saklama durumuna göre dağılımlarını tespit etmek için oluşturulmuştur.

Tablo 36: İnternet Kullanıcılarının Chat Yaparken Kimliklerini Saklama Durumuna Göre Dağılımı

Chat Yaparken Kimliklerini Saklama Durumu	Sayı	Yüzde
Evet	45	45.5
Hayır	43	43.4
Bazen	11	11.1
Toplam	99	100.0

Tablo 36'daki verilere göre, internet kullanıcılarının %45'i chat yaparken kimliklerini saklamaktadır. %11.1'i "bazen" kimliklerini saklarken, %43.4'ü

kimliklerini saklamadıklarını belirtmiştir. Yapılan enformel görüşmelerde, chat esnasında kimliği saklamanın en önemli nedenleri, “güvensizlik, sonradan rahatsız edilme korkusu, başkaları da sakladığı için ve kendini farklı biri olarak tanıtmanın zevki” olarak belirtilmiştir.

İnternet kullanımına bakıldığında, kullanıcıların çok büyük bir kısmının, interneti, chat (sohbet), yani toplumsal ilişki için kullandıkları anlaşılmaktadır. Yani, internet kullanıcıları, sanal ortamda bilgi alışverişinden çok, toplumsal ilişki aramaktadır. Ancak gerçek dünyada, insanların kimlikleri ve yerleri bilinir; insanlar sabittir ve görseldir. Oysa sanal ortamda, herkes ve her şey görünmezdir. Dolayısıyla, chat ortamındaki kullanıcıların birbirlerine olan bağlılıkları, kendileri ile ilgili aktardıkları bilgiler gerçek olabileceği gibi, sahte de olabilir. Araştırmada, “Bazen” cevabını veren kullanıcılarla birlikte chat’te gerçek kimliğini saklayanların oranı %56.6 oranındadır. Yani, internet ortamında chat yapan kullanıcıların yarısından fazlası, iletişim halinde olduğu insanları, sahte bilgilerle yanıltmaktadır.

Sanal ortamdaki internet kullanıcıları, toplumsal baskılardan sıyrılmış, maskelerinden arınmış olarak chat’e katılabilmektedir. Sadece bir nick name’in arkasına saklanarak, sosyal baskılardan uzak olmanın özgürlüğünü yaşayabilirler. Gerçekte; çekingen, içekapanık kullanıcıların, chat’te oldukça atak hale gelebildikleri bilinmektedir. Bunun yanında, olmak istedikleri, ideallerindeki kişiliği, hayallerini, fantezilerini yaşayarak belli bir rahatlama yaşıyor olabilirler. Bunda, web üzerinde belirgin bir merkezi otoritenin olmamasının da payı büyüktür.

Farklı kimliklerle chat’e katılan internet kullanıcıları, çok güvenilir olmayan bir iç kontrole denetlenmektedir. Ancak bu kontrollerin, çok güvenilir olduğu söylenemez. Çünkü, chat’te uyulması gereken kuralların dışına çıkan kullanıcılar, üyelikten atılsalar bile, bir başka kimlikle yeniden o chat grubuna katılabilmektedir. Dolayısıyla, denetimin tam olarak sağlanması, şu aşamada çok zor görünmektedir.

“Yalan” kavramı, kullanıcıların chat’le ilgili olarak değindikleri en önemli kavramdır. Araştırmaya katılan internet kullanıcıları, chat’te kişilerin olduklarından farklı bir kişilik ve görüntü ortaya koyduklarını ifade etmektedir. Yani, chat yapan kişilerin büyük çoğunluğu, karşısında chat yaptığı kişinin, olduğu gibi davranmayıp yalan söylediğini düşünerek, karşısındaki kişinin verdiği bilgilerin doğruluğuna

güvenmemektedir. Chat ile ilgili gelişen görüşler, genellikle kişilerin kendi chat deneyimlerinden kaynaklanmaktadır.

Kuloğlu'nun (2001) araştırmasında, chat sırasında kadınların %52'si, erkeklerin ise %30.2'si kimliğini gizlemektedir. Her iki çalışmada da, kullanıcıların yaklaşık yarısı kimliğini saklamaktadır. Buna göre, chat ortamındaki kullanıcıların önemli bir kısmı, sohbetlerinde "yalan"a başvurmaktadır.

Görüşülen kişilerin bir çoğu, chat'te, cinsiyetleri başta olmak üzere, kendileriyle ilgili pek çok şeyi farklı söyleyerek ve kendilerini farklı tanıtarak "yalan" söylediklerini ifade etmişlerdir. İnternette chat yapan kullanıcıların, cinsiyetlerini saklama durumuna göre dağılımı ise, Tablo 37'de yer almaktadır.

Tablo 37: İnternet Kullanıcılarının Chat Yaparken Cinsiyetlerini Saklama Durumuna Göre Dağılımı

Chat Yaparken Cinsiyetlerini Saklama Durumu	Sayı	Yüzde
Evet	17	17.1
Hayır	70	70.7
Bazen	12	12.2
Toplam	99	100.0

Tablo 37'de, internette chat yapanların %70.7'si, chat yaparken cinsiyetini saklamaya gerek görmemektedir. %17'si cinsiyetini saklarken, %12.2'si "bazen" cinsiyetini sakladığını belirtmektedir. Cinsiyetini saklayanların saklamayanlara göre daha az olmasında, karşı cinsle ciddi ilişkiye girebilmek için, cinsiyetin doğru belirtilmesinin gerekmesi etkili olabilir. Bunun yanında, cinsiyetini doğru belirtmeyenlerin, daha yüksek oranlara sahip olması beklenebilir. Çünkü, özellikle erkek kullanıcıların, internet cafedeki diğer kullanıcıların yanında, kadın kullanıcı gibi davrandığını söylemesi, toplumsal kurallar gereği çok zordur.

Chat'te yalan söylemenin nedenlerini araştırdığımızda, pek çok kişinin belirttiği neden, güvenliği vurgulamaktadır. Çünkü, bu kişiler, karşılarındaki kişilere güvendiklerinde, kendileriyle ilgili gerçek bilgileri vermektedirler. Bu yönüyle, gerçek yaşamdaki gündelik ilişkilerde güven; açıklık, samimiyet ve şeffaflık ile sağlanırken, sanal ilişkilerde güven; kapalılık, gizlilik, kendini saklama, hatta yalan ile sağlanmaktadır.

Kullanıcıların chat'te yalan söyleme biçimi incelendiğinde, kişilerin karşısındaki kişiye göre davranmayı tercih ettiği ortaya çıkmıştır. Daha açık haliyle, bu kişiler chatte yalan söyleyen birisiyle karşılaştığında ve bunu anladıklarında, chatte karşılaştığı insan portresine sosyal, fiziksel ve bilişsel olarak uygun olduğunu düşündüğü, o anda yaratılmış, sanal bir kimlikle karşılık vermektedir. Daha azınlıkta kalan diğer bir grup da, daha önce kendisi için hazırlamış olduğu ve genelde kullandığı sanal kimliği ya da sanal kimlikleri yalana karşılık vermek için kullanmaktadır. Sonuç olarak, sanal dünyadaki sohbetler esnasında yaratılan kişilerin, çoğu zaman, sosyal hayatta ideal diye tanımlanan prototiplerden oluştuğunu söyleyebiliriz.

Chat'te, özellikle erkekler, kendilerini kadın olarak tanıtır internette kolay arkadaş bulmaya çalışmaktadır. İnternet kullanıcıları, başka birisinin adıyla ve özellikleriyle internete girdiğinde, belli bir rahatlama hissi duyuyor olabilir. Cinsiyet değiştirmedeki en ilginç bulgulardan birisi de, chat ile kurulan ilişkilerde, erkeklerin, beklenenin üstünde cinsiyet değiştirme eğiliminde olmasıdır. Erkeklerin, kendini kadın olarak tanıtmalarının sebepleri araştırıldığında, chat ile iletişimde daha kolay arkadaş edinmek veya eğlenmek için bu yola başvurulduğuna ilişkin yanıtlar alınmıştır. Chat yapan kullanıcıların, gerçek yaşamda arkadaş edinme ve sosyal ilişkiler konusundaki başarısız deneyimleri sonucunda, toplumsal yaşamdan kopuşa doğru yönelmeleri, sanal ortamın çekiciliğini daha da artırıyor olabilir.

İnternet kullanıcılarının önemli bölümü, chat odalarına arkadaş ya da sevgili bulmak için girmektedir. Yapılan enformel görüşmelerde, 16-25 yaş grubu kullanıcıların arkadaş/sevgili bulma konusunda daha fazla vakit harcadığı belirlenmiştir. 25 yaş ve üstü kullanıcıların, arkadaş/sevgili bulma konusunda daha az çaba harcadıkları söylenebilir.

Chat'te, kısa süreli arkadaşlıktan evlenmek isteyene kadar her çeşit insana rastlamak mümkündür. Yani, birçok kişi hayallerindeki kişiyi burada aramaktadır. Chat ve bunun gibi kanallar, özellikle karşı cinse pek yaklaşamayan insanlar için ideal ortamlardır. Çünkü, kullanıcı isteyene kadar yüz yüze hiçbir görüşme, konuşma olmamaktadır. Bu özelliklerin, kullanıcılara verdiği cesaret, chat ortamını cazip hale getirmektedir. Chat yolu ile arkadaş bulmaya çalışan internet kullanıcılarının, chat arkadaşlarıyla gerçek hayatta da yüz yüze görüşüp görüşmediğini tespit etmek için Tablo 38 oluşturulmuştur.

Tablo 38: İnternet Kullanıcılarının Chat Yaptıkları Kişilerle Yüz Yüze Görüşme Durumuna Göre Dağılımı

Chat Yapılan Kişilerle Yüz Yüze Görüşme Durumu	Sayı	Yüzde
Evet	15	15.2
Hayır	71	71.7
Bazen	13	13.1
Toplam	99	100.0

İnternette chat yapanlara, chat yaptıkları kişilerle daha sonra yüz yüze görüşüp görüşmedikleri sorulduğunda, %15.2'si "evet", %71.7'si "hayır" ve %13.1'i "bazen" yanıtını vermiştir.

Chat yoluyla arkadaş/sevgili arayan kullanıcıların, %15.2'sinin gerçek hayatta görüşmesi, sohbet edenlerin çok az bir kısmının bunu gerçek hayata taşıdıklarını gösteriyor olabilir. "Bazen" cevabını verenlerle birlikte, kullanıcıların %28.3'ü, en az bir kez farklı cinsten biriyle chat yapmıştır. Bunda, daha önce bu konuda yaşanan hayal kırıklıkları, chat'te söylenen gerçek dışı bilgilerin ortaya çıkmasından duyulan çekinceler, can güvenliği vs. etkili olabilir.

Bu sanal ortam, gençlerde büyük bir rahatlık sağlamaktadır. Çünkü, sanal ortamdaki sohbetlerde, çoğu zaman belirli bir sınır ya da konu yoktur. Çünkü, hiç tanınmayan kişilerle; günlük hayatta konuşulamayacak konuları, sıkıntıları konuşmak, kişileri rahatlatmaktadır. Ancak, sanal arkadaşlıklar yapılırken her iki taraf da hem fizyolojik, hem yaş grubu, hem ekonomik grup olarak kendini olduğundan çok daha başka türlü göstermektedir. Yüz yüze gelindiğinde ise, büyük hayal kırıklığı yaşanmaktadır. Bu yüzden, yalnız %15-20 kadar küçük bir kesim, internette sohbet ettiği kişilerle gerçek hayatta yüz yüze gelmektedir (<http://web.netbul.com/kadin/detay.asp?ID=706>).

Kullanıcıların, chat'te sohbet ettiği kişilerle yüz yüze görüşme yapmamasının en önemli nedenlerinden biri, can güvenliği kaygısıdır. İnternette tanışılan kişi ya da kişiler, kendilerini tanıttıkları gibi olmayabilir. Çünkü, onları görme ya da seslerini duyma şansının olmaması, en büyük handikaptır. Örneğin, 20 yaşında bir kız olduğunu iddia eden bir kişi, çok daha ileri yaşta bir erkek olabilir. Medyada, chat'te tanıştıktan sonra, yüz yüze görüştüğü kişiler tarafından öldürülen, yaralanan, soyulan kişilerin

haberlerinin yer alması da bunu doğrulamaktadır. Bu haberler, kullanıcıların yüz yüze görüşmekten kaçınmasına da neden olabilir.

Chat'te kurulan ilişkilerin tamamının, sağlıklı ilişkiler olduğu söylenemez. Chat'te sohbet ettiği insanlarla yüz yüze görüşüp, ilişkilerini gerçek hayata taşıyan, hatta evlenen kullanıcılar da bulunabilir. Yani, yüz yüze görüşmeler, bazen chat'te tanışan bireylerin birbirlerini daha iyi tanımalarını sağlayabilmekte, ilişkilerini ilerletmelerinin önünü açabilmektedir. Gerçek yaşamda da görüşmeye başlayan kullanıcılar, ayrıca, chat ya da telefon sohbetlerine de devam ediyor olabilir.

Yapılan enformel görüşmelerde, özellikle bazı erkek kullanıcılar, yüz yüze görüştükleri kadın kullanıcılarla, ilişkilerini gerçek yaşama da taşıdıklarını belirtmişlerdir. Bunun yanında, yüz yüze görüşmelerde, hayal kırıklığı yaşayan ya da görüştüğü kişi tarafından reddedilen kullanıcılara da rastlanmıştır.

2.3.3. Sanal Sohbet Odaları ve Konuları

İnternette chat yapmanın teknik ayrıntılarına daha önce değinilmişti. Chat odalarına bağlanma ise, şöyle yapılmaktadır: Öncelikle internete bağlanıp, bir chat (Internet Relay Chat) programı edinildikten sonra, bu programa chat sunucularının adresini tanımlayıp sunuculara bağlanılabilmektedir. Chat programı, kullanıcıya sunucudaki sohbet odalarını gösterecektir. Bu odalardan birine girip, o odadaki diğer kullanıcılarla anında yazışılabilir. Internet Relay Chat (IRC) programında, özel seçenekler kullanılmadıkça, yazılanlar, o odaya bağlanan herkes tarafından görülebilir; aynı şekilde herkes herkesin yazdığını görebilir.

İnternetteki chat odaları, sosyal ilişkilerde köklü bir değişiklik yaratmıştır. İnternet kullanıcılarının bir bölümü, internette yarattıkları sanal kimliklerini gerçek hayattaki kimliklerine tercih eder noktaya gelmişlerdir. Birçok yararı yanında, gerçekle hayal arasındaki sınırları belirsizleştirip, insanı sanal bir kalabalık içinde yalnızlaştırdığı da söylenebilir.

Chat odaları, farklı dünyalardan, farklı insanların buluştuğu ve haberleştiği alanlardır. Chat odaları, bazen eğlence, bazen akademik, bazen de başka bir amaçla oluşturulmaktadır. Tablo 39'da, internette chat yapanların bağlandıkları chat odalarının kategorilerine göre dağılımı bulunmaktadır.

Tablo 39: İnternet Kullanıcılarının Bağlandıkları Chat Odalarının Kategorilerine Göre Dağılımı

Chat Odalarının Kategorileri	Sayı	Yüzde
İş dünyası-finans	6	6.0
Politika	2	2.0
Bilgisayar ve internet	46	46.5
Hobiler	29	29.3
Okul ve eğitim	13	13.1
Bilim ve sanat	9	9.0
Ev-çevre düzenleme	1	1.0
Yetişkin odaları	26	26.3
Cinsellik	17	17.2

Not:Birden çok cevap verilmiştir.

Chat yapanların %46.5'i bilgisayar ve internet, %29.3'ü hobiler, %26.3'ü yetişkin odaları, %17'si cinsellik, %13'ü okul ve eğitim, %9'u bilim ve sanat, %6'sı iş dünyası ve finans, %2'si politika %1'i ev-çevre düzenleme kategorilerindeki sohbet odalarında chat yapmaktadır. Birden fazla cevap verilmesinde, kullanıcıların birbirinden farklı kategorideki chat odalarını ziyaret etmiş olmalarının etkisi olabilir.

İnternet küresel bir bilgisayar ağı gibi görünse de aslında birçok yönüyle küçük bir kasabaya benzer. Chat odaları, seyahat süresini saatlerce kısaltacak kestirme yolların olduğu ya da 24 saat açık çafelerde sohbet etmeye hazır insanların olduğu bir yerdir. Bilgisayar ve internet kaegorisi, chat odalarında en fazla ilgi gösterilen kategori olmuştur. Bilgisayar ve internet konusunda kendini geliştirmek, yeni konulardan haberdar olmak, daha verimli kullanmak isteyen kullanıcılar, bu kategorideki chat odalarını tercih ediyor olabilir. Ayrıca bu kategorideki chat odalarında, bilgisayar ve internet dışında, farklı konularda da sohbet edilebilmektedir.

Benzer ilgi alanları hakkında sohbet etmek isteyen kullanıcılar, hobi kategorisindeki (şiir, fotoğraf, havacılık vs.) chat odalarını tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Ülkemizde boş zamanları değerlendirme, hobi edinme gibi alışkanlıkların pek gelişmiş olmamasına rağmen bu sonucun çıkması, dikkat çekicidir. Özellikle, çiftlerin aynı konulara ilgi göstermemesi, okullarda bu yönde yönlendirme yapılmaması vs. hobilerin gelişmemesinin nedenlerinden bazılarıdır. Hobiler, genelde, uzun zaman ayırmayı ve emek harcamayı gerektirdiği için bu kategorideki chat odalarının daha az tercih edileceği varsayılabilir. Ancak, tablodaki veriler, hobi

kategorisindeki chat odalarına olan ilginin düşünülenden daha fazla olduğunu göstermektedir.

Yetişkin odaları, chat'te belli yaşın üstündeki kadın ve erkeklerin günlük sorunlarını, düşüncelerini, hayallerini paylaştığı, deneyimlerini aktardığı chat odaları olarak değerlendirilebilir.

Sohbet odaları ve sanal seks buluşma yerleri, özellikle akşam ve gece geç saatlerde kullanılmaktadır. Bu nedenle sanal seks yapan kullanıcılarda uyku düzeni bozulabilir. Bunun yanında, cafe içerisinde, başkalarının görmemesi için sürekli çaba gösterdikleri söylenebilir. Chat odalarında sanal seks yapan kullanıcıların internette kalma süreleri, diğer kullanıcılardan genellikle fazladır ve bu nedenle evdeki, işteki, okuldaki sorumluluklarını ihmal ettikleri söylenebilir. Bunun yanında, diğer kullanıcılar ve aile üyelerinden cafeye ödenen ücretler saklanabilir, yalan söylenebilir. Ayrıca bazı araştırmacılara göre, internette sanal seks yapan erkekler giderek sessiz ve daha ciddi olmakta, bu kişilerin sekse olan ilgisi azalmaktadır. Yapılan enformel görüşmelerde, aslında cinselliğin, chat odalarındaki en önemli konu olduğu anlaşılmıştır. Ancak, bunu ifade etmenin zorluğu nedeniyle daha düşük oranda çıkmıştır.

Okul ve eğitim amaçlı chat odalarını kullananlar, genelde öğrenci ve öğretmenlerdir. Chat odalarında aynı okuldaki öğrenciler, birbiriyle iletişim kurduğu gibi farklı okullardaki öğrenci ve öğretmenler de okulları ve dersleri konusunda sohbet edebilmektedir.

Bilim ve sanat kategorisinde yer alan chat odalarını tercih eden kullanıcılar, daha çok araştırmacı, akademisyen veya bilimsel konulara ilgi duyan öğrenciler olabilir. Belli bir bilgi ve kültür düzeyi sahibi bilim ve sanata ilgi duyan kullanıcılar, bu türden chat odalarını tercih ediyor olabilir.

İş dünyası-finance konulu chat odalarını tercih edenlerin, daha çok esnaf ya da özel sektör çalışanları olduğu söylenebilir. Yeni iş alanlarının tespiti, deneyimlerin paylaşılması gibi nedenlerle bu chat odaları tercih ediliyor olabilir.

Chat odalarında, politika, ev-çevre düzenlemesi gibi konularda da sohbet eden internet kullanıcıları bulunmaktadır. Tablo 40, kullanıcıların chat'te konuştukları konulara göre dağılımını göstermektedir.

Tablo 40: İnternet Kullanıcılarının Chat'te Konuştukları Konulara Göre Dağılımı

Chat'te konuşulan konular	Sayı	Yüzde
Günlük Problemler	43	43.5
Bilgi alışverişi	13	13.1
Hobi paylaşımı	25	25.2
Gündemdeki konular	10	10.1
Seks içerikli konular	10	10.1
Politik-ideolojik konular	6	6.0
Başka	1	1.0

Not: Birden çok cevap verilmiştir.

Tablo 40'daki verilere göre, chat esnasında en fazla %43.5'le günlük problemler konuşulmaktadır. Günlük problemleri, %25.2 ile hobiler, %13.1 ile bilgi alışverişi, %10.1 ile seks içerikli konular, %10.1 ile gündemdeki konular, %6 ile politik-ideolojik konular takip etmektedir. Birden çok cevap verilmesinde, chat'te konuşulan konuların çeşitliliğinin etkisi olabilir.

Kuloğlu'nun (2001) araştırmasında ise, chat esnasında en fazla konuşulan konular şöyle sıralanmaktadır: Günlük problemler %34, hobi paylaşımı %24, gündemdeki konular %19, sadece sohbet %7, seks içerikli konular ise %6'lık bir orana sahiptir.

Her iki araştırmada da günlük problemler çok yüksek oranda çıkmaktadır. Burada günlük problemler adı altında belirtilen konuşmalar, belli bir amacı, çizgisi, biçimi olmayan ve kullanıcıların "geyik" olarak adlandırdığı ve genellikle içerik ve anlamdan yoksun konuşmalar olduğu düşünülmektedir.

3. İnternet Cafe Sahipleri

3.1. İnternet Cafe Sahiplerinin Özellikleri

42 İnternet cafe sahibinin;

- Tamamı erkektir.
- Yaş ortalaması 27, yaş aralığı 22-51 arasındadır.
- 1'i (%2.3) ilkokul, 8'i (%19) ortaokul, 19'u (%45.2) lise ve 14'ü (%33.4) fakülte mezunudur.
- Yalnızca 4'ünün (%9.5) internet cafeyi açmadan önceki işleri, internet yada bilgisayar bilgisi gerektiren işlerdir. Diğer 38'sinin (%81.5) işleri ise internet ya da bilgisayarla ilgili olmayan işlerdir.
- Bu işteki çalışma süreleri ortalama 2 yıldır.
- 27'sinin (%64.2) müşterisi sabittir. Yani, genelde aynı kişiler ziyaret etmektedir. Kalan 14'ünün (%33.3) müşterisi ise, sürekli değişen farklı kişilerden oluşmaktadır.
- 17'si (%40.4) internet cafeyi "kendi imkanlarıyla", 8'i (%19) "tanıdıklarına borçlanarak yada banka kredisi"yle, 12'si (%28.6) "ailesinin desteğiyle", 1'i spor-loto'dan kazandığı "ikramiye" ile açmıştır. 3'ü ise bu soruyu cevapsız bırakmıştır.
- 13'ü (%31) bu işi ekonomik bakımdan doyurucu, 14'ü (%33.3) kısmen doyurucu bulurken, 14'ü (%33.3) ise, yeterli miktarda kazanamadıklarını belirtmişlerdir.
- 30'u (%71.5) yaptıkları işten zevk aldıklarını, 12'si (%28.5) ise, kazancının yeterli olmamasından dolayı yada yapabilecekleri daha iyi bir iş olmadığı için zevk almadığı halde bu işi yaptıklarını belirtmişlerdir.
- 24'ü (%57.1) bu işe başlamadan önce bilgisayar ve internet bilgilerinin olduğunu, 4'ü (%9.5) çok az bilgi sahibi olduklarını, 14'ü (%33.4) ise, bu işe başladıktan sonra bilgisayar ve internet hakkında bilgi sahibi olduklarını belirtmişlerdir.
- 7'si (%16.6) internet cafe işletmeciliği dışında başka işlerle de uğraşırken, 37'si (%83.4) yalnızca bu işi yapmaktadır.

- İnternet cafe sahiplerinin tamamı, gelen müşterilerin yaş ortalamasının 13-30 arasında ve yaklaşık %90'ının erkek, %10'unun bayan olduğunu belirtmiştir.
- 12'si (%28.6) internet cafelerine gelenlerin bilgisayar ve internet bilgisinin hiç olmadığını yada çok düşük düzeyde olduğunu, 20'si (%47.7) biraz olduğunu ama yetersiz bulduklarını, 10'u (%23.7) genel olarak iyi düzeyde olduğunu belirtmiştir.
- 23'ü (%54.8) internetcafelerin temel işlevinin eğitim ve şiddet içermeyen oyunlar gibi eğlence imkanı sağlamak olduğunu, 6'sı (%14.3) yalnızca internet eğitimi vermek olduğunu, 9'u (%21.4) bilgi edinmek olduğunu belirtmiştir. 4'ü (%9.5) ise, cevap vermemiştir.
- 18'i (%42.8) internet cafelerin sapma davranışlarına kaynaklık ettiği düşüncesindeyken 17'si (%40.4) bu düşünceye katılmamaktadır. 5'i ise cevap vermemiştir.
- 13'ü (%31) internet hizmeti dışında, bilgisayar teknik servisi, satışı, çay, kahve, tost gibi hizmetler de vermektedir. 29'unun (%69) internet hizmeti vermek dışında bir işlevi yoktur.
- 25'i (%59.5) diğer internet cafelerin belediye ve emniyetten ruhsat alma, yaş sınırlamasına uyma, oyun oynatmama gibi yasal zorunluluklara uymadığına inanmakta, 10'u (%23.8) bu konuda bilgi sahibi olmadığını, 3'ü bu yasal zorunluluklara uyduklarını belirtmişler, 3'ü ise bu soruya cevap vermemeyi tercih etmiştir.
- İnternet cafelere giriş yaşı olarak 22'si (%52.5) 15, 6'sı (%14.2) ise 12'nin uygun olacağını düşünmektedir. Geriye kalan 14'ü (%33.3) ise, 3 ile 18 yaşları arasında değişen farklı görüşler belirtmişlerdir.
- Yalnızca 5'i (%12) internet cafede sigara içilmesine izin verdikleri, porno film yada oyun oynattıkları için yasal bir işleme tabi tutulmuşlar, 37'si (%88) ise, bugüne kadar hiçbir ceza almamıştır. İnternet cafe sahipleri, genel olarak, denetimlerin polis tarafından değil, internet ve bilgisayar bilgisi olan eğitimli kişiler tarafından ortalama 15 günde bir yapılması gerektiği düşüncesindedir. İnternet ve çocuk-genç psikolojisi konusunda bilgisi olmayan-örneğin polis- kişiler tarafından yapılmasının yanlışlığını da vurguluyorlar.
- 31'i (%73.8) internet cafelerde erotik sitelere ve chat odalarına devlet tarafından bir sınırlama getirilmesini, 9'u (%21.4) hiçbir sınırlamanın olmaması gerektiğini belirtmiştir. 2'si ise, bu konuda fikir beyan etmemiştir. Devlet tarafından erotik site yada chat odalarına

sınırlama getirilmesini isteyen internet cafe sahipleri, bunun denetimlerle değil, internetin teknik imkanlarıyla sağlanması gerektiğini özellikle belirtmiştir. Yasaklamaya karşı olanlar ise, piyasada pornografik CD, film, kaset vb. gibi ürünler serbestçe satılırken internette yasaklanmasının bu siteleri daha da cazip hale getireceğini ve amaca hitap etmeyeceğini belirtiyorlar. Yasaklar yerine, bilişim alanındaki teknolojik gelişmelerin ülke düzeyinde önünün açılmasının daha doğru olacağını ifade etmiştir.

- İnternet cafe sahiplerine göre, kullanıcılar internet kafeyi en çok oyun oynamak için tercih ediyor. Bu oyunlar, Counter Strike ve Half life adlı şiddet ve kanlı görüntüler içeren savaş oyunları, araba yarışları ve kahvehane oyunları ağırlıklıdır. İnternet cafe kullanıcıları, oyun dışında gazete okumak, haber sitelerini ziyaret etmek, chat yapmak, cep telefonlarına mesaj ya da e-mail göndermek için gelmektedir.
- İnternet cafe sahipleri, Diyarbakır'daki internet erişim hızının düşüklüğünden de şikayetçidir. Hızın artırılabilmesi için, bazı büyük şehirlerde olduğu gibi ISDN ya da uydu sisteminin Diyarbakır'da da oluşturulması gerektiğini belirtmişlerdir.

Ülkemizde, internet cafe açmak için güvenlik kaydı, ruhsat gibi şartlar aranmasına rağmen, internet ya da bilgisayar bilgisine sahip olmak gibi teknik gereklilikler ihmal edilmektedir. Eczane açabilmek için nasıl eczacılık eğitimi görmek zorunlu ise, internet cafe açabilmek için de bilgisayar ve internet eğitimi veren meslek okullarında eğitim görmüş olmak zorunlu olmalıdır. İnternet cafeler, ancak eğitilmiş kişilerin bu işi yapması halinde asli görevini ifa edebilir. İnternet cafe sahiplerinin, internet ve bilgisayar eğitimi almış, çocuk-genç psikolojisinden anlayan, insanlarla rahat diyalog kurabilen, ekonomik (Yaklaşık 10-20 bin USD) ve güvenlik yeterliliğine (ruhsat, sabıka) sahip kimseler olması, internet cafeleri çok daha fazla amaca hizmet eder hale getirebilir. Ayrıca yerleşim alanlarında sayılarının belli rakamlarda sabit tutulması, cafelerin ayakta kalarak hizmetlerini devam ettirmelerine yardımcı olabilir.

4. İnternet Bağımlıları

4.1.İnternet Bağımlılarının Özellikleri

Araştırmamızda internet kullanıcılarının sosyo-demografik özelliklerini ve internetin sosyal izolasyona neden olup olmadığını tespit etmek amacıyla 56 sorudan oluşan bir soru kağıdı uygulanmıştır. Bu soru kağıdının “bağımlılık puanı” ölçmeye yönelik olan bölümü, internet bağımlılığı konusunda yaptığı çalışmalarla tanınan Young’ın “net addiction testi”nden çeviri yapılmıştır. “Bağımlılık Puanı”nı ölçmeye yarayan bölüm, 17 sorudan oluşmaktadır. Buna göre 17 sorudan en düşük “0” ve en yüksek “24” puan alınabilmektedir. Bu puanlama, Young’ın testindeki puanlama göz önünde bulundurularak gerçekleştirilmiştir. Bu açıdan 3 ana grup belirlenmiştir:

- Bağımlı olmayanlar :0-6 puan arasındakiler
- Orta derecede bağımlı olanlar : 7-15 puan arasındakiler
- Yüksek derecede bağımlılar :6-24 puan arasındakiler

Araştırmamızda kullanıcıların bağımlılık kategorilerine göre dağılımı Tablo 42’de verilmiştir.

Tablo 41: İnternet Kullanıcılarının Bağımlılık Kategorilerine Göre Dağılımı

Bağımlılık Kategorileri	Sayı	Yüzde
Bağımlı olmayanlar (0-6 Puan)	53	35.3
Orta derecede bağımlılar (7-15 puan)	88	58.7
Yüksek derecede bağımlılar (16-24 puan)	9	6.0

Tablo 41’deki verilere bakıldığında, araştırmaya katılan internet kullanıcılarının %35.3’ü bağımlı olmayanlar, %58.7’si orta derecede bağımlılar ve %6’sı yüksek derecede bağımlılar kategorisinde yer aldığı görülmektedir. İnternet bağımlılığının çeşitli psikolojik-sosyal sorunlara neden olduğu varsayılırsa, bu verilere göre, %6’lık bir kesimin bu durumdan etkilendiği söylenebilir. Orta derecede bağımlılar ise, zaman içinde yüksek derecede bağımlı olabilecek potansiyel kullanıcılar olarak değerlendirilebilir. Buna göre, araştırmada internet bağımlılığı, internet kullanıcılarının %6’sını etkilemektedir.

4.1.1.Bağımlılık Kategorilerinin Cinsiyete Göre Dağılımı

İnternet bağımlılığı ile cinsiyet arasında bir ilişki olduğu düşünülmektedir. Tablo 42'deki bağımlılık kategorilerinin cinsiyet değişkenine göre dağılımına bakıldığında, genel toplam içinde erkek kullanıcının büyük çoğunluğu oluşturmasının etkisiyle, her üç kategoride de erkeklerin kadınlardan daha yüksek bir sayıya sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 42: Bağımlılık Kategorilerinin Cinsiyete Göre Dağılımı

	BAĞIMLILIK KATEGORİLERİ		Cinsiyet		Toplam
			kadın	erkek	
	Bağımlı olmayanlar	sayı	6	47	53
		yüzde	75.0	33.0	35.3
	Orta derecede bağımlılar	sayı	2	86	88
		yüzde	25.0	60.6	58.7
	Yüksek derecede bağımlılar	sayı	0	9	9
		yüzde	0.0	6.0	6.0
Toplam		sayı	8	142	150
		yüzde	5.3	94.7	100.0

Tablo 42'de görüldüğü gibi, toplam 150 internet kullanıcısı içinde bağımlı olmayan kadın kullanıcıların oranı %75 iken, erkek kullanıcıların oranı %33'tür. Orta derecede bağımlılar içinde ise, kadın kullanıcıların oranı %25, erkek kullanıcıların oranı %60.6'dır. Yüksek derecede bağımlılar kategorisinde hiç kadın kullanıcı bulunmazken, erkekler %6.4 oranındadır.

Erkek kullanıcılarının büyük çoğunluğu (%60.6) orta derece bağımlılar kategorisinde yer alırken, kadın kullanıcılar bağımlı olmayanlar kategorisinde (%75) yoğunlaşmaktadır. Buradan erkeklerin kadınlara göre daha bağımlı oldukları sonucuna varılabilir.

Bağımlılık oranları yükseldikçe, kadın internet kullanıcılarının sayısı düşmektedir. Yüksek derecede bağımlılar kategorisinde hiç kadın bulunmaması, bu verileri doğrulamaktadır. Erkek kullanıcılar, orta derece bağımlılar kategorisinde yoğunlaşmakla birlikte, %6 oranında da yüksek derecede bağımlılardan oluşmaktadır. Kadın internet kullanıcıların sayısının az olması, verilerin sağlıklı değerlendirilmesini

zorlaştırmaktadır. Ancak, bu verilere bakılarak, erkeklerin kadın kullanıcılara göre daha yüksek bağımlılık oranlarına sahip olduğu söylenebilir.

4.1.2. Bağımlılık Kategorilerinin Yaşa Göre Dağılımı

ABD'de yapılan "İnternet Bağımlılığı Düzensizliği" raporuna göre internetin bağımlılık yapan ve kişilerin ilişkilerini bozan en önemli alanların başında chat odaları, oyun ve program indirilen siteler geliyor. Bilimadamları internet bağımlılığı konusunda çok da anlaşılmış değillerdir. Ama genel bir kaniye göre internet bağımlılığı 30 yaş civarı insanlarda ve içe dönük kişiliklerde görülüyor (Hürriyet, 01.05.1999). Bağımlılığın yaş faktöründen etkilenip etkilenmediğini görmek için bağımlılık kategorilerinin yaşa göre dağılımının bulunduğu Tablo 43'e bakmak gerekmektedir.

Tablo 43: Bağımlılık Kategorilerinin Yaşa Göre Dağılımı

	BAĞIMLILIK KATEGORİLERİ		Yaş						Toplam
			11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	35-40	
	Bağımlı olmayanlar	sayı	7	23	14	5	3	1	53
		yüzde	33.3	32.3	46.6	25.0	42.8	100.0	35.3
	Orta derecede bağımlılar	sayı	13	46	14	11	4	0	88
		yüzde	61.9	64.8	46.6	55.0	57.1	0.0	58.7
	Yüksek derecede bağımlılar	sayı	1	2	2	4	-	-	9
		yüzde	4.7	2.8	6.6	20.0	-	-	6.0
Toplam		sayı	21	71	30	20	7	1	150
		yüzde	14.0	47.3	20.0	13.3	4.6	0.6	100.0

Tablo 43'deki verilere bakıldığında, her üç kategorinin toplamının en yüksek olduğu grup, (%47.3) 16-20 yaş grubudur. 21-25 yaş grubu %20, 11-15 yaş grubu %14, 26-30 yaş grubu %13.3, 31-35 yaş grubu %4.6 ve 35-40 yaş grubu %0.6 oranındadır.

Bağımlılık kategorileri içinde, yaş arttıkça bağımlı olmayan kullanıcıların oranları yükselmektedir. Buna göre, yaşı küçük olan kullanıcıların, internet bağımlısı olma olasılıklarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Bağımlı olmayanlar içinde, sayıca en fazla olan 16-20 yaş grubundakilerdir. Oransal olarak 26-30 yaş grubu, bağımlı olmayanların en az bulunduğu gruptur.

Bağımlı olmayanlar kategorisinde, 21-25 yaş grubunun yüksek oluşunda, bu grubun genellikle üniversite öğrencilerinden oluşmasının etkisi olabilir. Çünkü, üniversite öğrencileri, nispeten daha bilinçli internet kullanıcıları olarak kabul edilebilir.

Bunun yanında, derslerin yoğunluğu, ekonomik imkansızlıklar ve zaman yetersizliği de etkili olabilir. 31-35 yaş grubunun, evli kullanıcılardan oluştuğu düşünülmektedir. Evliliğin gerektirdiği sorumluluklar, zaman yetersizliği gibi faktörler, genç ve bekar kullanıcılara göre daha az internet kullanımını, dolayısıyla, internet bağımlısı olma olasılığını etkilemektedir. Bağımlı olmayanlar içinde %33.3'lük bir orana sahip olan 11-15 yaş grubundaki kullanıcılar, yasalar gereği internet cafeye giremezler. Ancak, internet cafe sahiplerinin göz yumması sonucu giren 11-15 yaş grubundaki kullanıcıların bir kısmı, ailenin kontrolü, ekonomik yetersizlikler ve internet kullanımını bilmemeleri gibi nedenlerle bağımlı olmayanlar kategorisinde olabilirler. 16-20 yaş grubundakilerin %32.3 oranına sahip olmasında, özellikle lise öğrencilerinin zamanlarının ve ekonomik olanaklarının yetersizliği, gerçek yaşamlarındaki sosyal ilişkilerine zaman ayırmalarının etkisi olabilir.

%58.7 oranı ile en büyük kategoriye oluşturan orta derecede bağımlı kullanıcıların, belli bir oransal dağılım içinde olmadıkları görülmektedir. Bu kategoride, 16-20 yaş grubunun en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir. Bunda, özellikle bekar ve genç kullanıcıların; interneti, karşı cinsle tanışma aracı olarak kullanmalarının etkisi olabilir. Chat odalarında karşı cins arayışı içindeki bekar erkek kullanıcıların, toplum tarafından bastırılmış olan cinsellik duygularını tatmin etmek için interneti sıklıkla kullandıkları düşünülmektedir. Bu arayış, zaman içinde gerçek yaşamdan kopuşun ve sanal aleme bağlanışın, yani internet bağımlılığının önünü açabilir. Orta derecede bağımlılar kategorisindeki kullanıcılar, chat, oyun gibi internet olanaklarını kullanmayı artırdıkları takdirde, bir süre sonra bağımlı hale gelip, ruhsal sorunlar yaşamaları beklenebilir.

Yüksek derecede bağımlılar içinde en yüksek oran, %20 ile 26-30 yaş grubunda yer almaktadır. Yukarıda da değinilen "İnternet Bağımlılığı Düzensizliği" raporunda, internet bağımlılığının 30 yaş civarı insanlarda ve içe dönük kişiliklerde görüldüğü belirtilmektedir. Tabloda, 26-30 yaş grubunun yüksek derecede bağımlılar içinde en yüksek orana sahip olması, raporda ileri sürülen bilgileri doğrulamaktadır. İçe dönük kişiliğe sahip, sosyal yönden çok da becerikli olmayan, görünüşüyle ilgili problemleri olan genç erkek kullanıcıların bu grubu oluşturduğu düşünülebilir. Yüksek derecede bağımlılar içinde oransal açıdan bu grubu, 21-25 yaş grubunun takip ediyor olması da benzer nedenlerden kaynaklanıyor olabilir. Bu gruptaki kullanıcılarda; aile içi sorunlar,

okuldaki başarısızlıklar, fiziksel rahatsızlıklar, toplum yaşamından kopuş ve kişilikte hasarlar oluşabilir.

11-15 yaş dilimi hariç tutulursa, genel olarak yaş ilerledikçe bağımlılık puanlarının düştüğü gözlemlenmektedir. Yaş ilerledikçe bağımlılık puanlarının azalmasında, ilerleyen yaşla birlikte ailevi ve toplumsal kuralların baskısının azalması, gelir getiren bir işin edinilmesi gibi etkenler rol oynuyor olabilir. Bunun yanında, 31 yaş ve üstü internet kullanıcıları içinde yüksek derecede bağımlı kullanıcılara hiç rastlanılmamış olması da, bu görüşü desteklemektedir.

4.1.3. Bağımlılık Kategorilerinin Medeni Duruma Göre Dağılımı

İnternet bağımlılığının belirleyen önemli faktörlerden biri de medeni durumdur. Bu nedenle araştırmada, internet bağımlılığı ve medeni durum değişkeni arasındaki ilişki de sorgulanmıştır. Tablo 44, bağımlılık kategorilerinin medeni durum değişkenine göre dağılımını göstermektedir.

Tablo 44: Bağımlılık Kategorilerinin Medeni Duruma Göre Dağılımı

	BAĞIMLILIK KATEGORİLERİ		Medeni Durum		Toplam
			Evli	Bekar	
	Bağımlı olmayanlar	sayı	7	46	53
		yüzde	53.8	33.5	35.3
	Orta derecede bağımlılar	sayı	5	83	88
		yüzde	38.4	60.5	58.7
	Yüksek derecede bağımlılar	sayı	1	8	9
		yüzde	7.6	5.8	6.0
Toplam		sayı	13	137	150
		yüzde	8.7	91.3	100.0

Tablo 44'teki verilere göre, bağımlı olmayan evlilerin oranı %53.8, bekarların oranı %33.5'tir. Orta derecede bağımlı evlilerin oranı %38.4, bekarların oranı %60.5'tir. Yüksek derecede bağımlı evlilerin oranı %7.6, bekarların oranı %5.8'dir.

Bu verilere göre, bekar kullanıcıların evli kullanıcılara göre bağımlılık puanlarının daha yüksek olduğunu söylenebilir. Hem erkek hem de kadın kullanıcılar, orta derecede bağımlılar kategorisinde yoğunlaşmaktadır. Yüksek derecede bağımlılar kategorisindeki evli kullanıcılar, oransal olarak bekar kullanıcılardan fazladır. Bağımlı olmayanlar

kategorisinde evli kullanıcıların yüksek oranda oluşunda, gerek evliliğin yapısı gereği, gerekse toplumsal kuralların evliliğe yüklediği bazı sorumluluklar nedeniyle evli kullanıcıların bekar kullanıcılara göre interneti daha az kullanmalarına neden oluyor olabilir. Dolayısıyla, bu durum, evli kullanıcıların bağımlılık puanlarının düşük çıkmasında bir etken olabilir. Orta derecede bağımlılar kategorisinde de evli kullanıcılar bekarlara göre daha azdır. Yüksek derecede bağımlılar kategorisinde evli kullanıcıların oransal olarak yüksek oluşunda, evlilerin sayısının azlığı etkili olabilir. Bu nedenle, güvenilirliği tartışılabilir.

4.1.4. Bağımlılık Kategorilerinin Öğrenim Düzeylerine Göre Dağılımı

İnternet cafe kullanıcılarının öğrenim düzeyleri, internet kullanımını ve internet bağımlılığını etkileyen faktörlerden biridir. Bu nedenle bağımlılık kategorilerinin öğrenim düzeylerine göre dağılımının bulunduğu Tablo 45'in değerlendirilmesi gerekmektedir.

Tablo 45: Bağımlılık Kategorilerinin Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı

	BAĞIMLILIK KATEGORİLERİ		Öğrenim Durumu						Toplam
			İlkokul mezun	Orta okul mezunu	Lise mezunu	Y. okul mezunu	Üniversite mezunu	Y.Lisans doktora	
	Bağımlı olmayanlar	sayı	2	5	27	8	11	-	53
		yüzde	50.0	22.8	35.5	50.0	36.6	-	35.3
	Orta derecede bağımlılar	sayı	2	15	45	8	17	1	88
		yüzde	50.0	68.2	59.2	50.0	56.6	100.0	58.7
	Yüksek derecede bağımlılar	sayı	-	2	5	-	2	-	9
		yüzde	-	9.0	6.5	-	6.6	-	6.0
Toplam		sayı	4	22	76	16	30	1	150
		yüzde	2.6	14.6	50.6	10.6	20.0	0.6	100.0

Tablo 45'e bakıldığında, lise mezunlarının sayı ve yüzde olarak en büyük grubu oluşturdukları görülmektedir. Bunun yanında, iki değişken arasındaki ilişkinin, "tam" belirgin olarak ortaya çıkmadığı söylenebilir. İnternet kullanıcılarının %50.6'sını lise mezunları, %20'sini üniversite mezunları, %14.6'sını orta okul mezunları, %10.6'sını yüksek okul mezunları, %2.6'sını ilkokul mezunları, %0.6'sını yüksek lisans ya da doktora mezunları oluşturmaktadır.

Bağımlı olmayanlar kategorisinde ilkokul mezunları, %50 ile en yüksek orana sahiptir. İlkokul mezunlarını, sırasıyla yüksek okul (%50), üniversite (%36.6), lise (%35.5) ve ortaokul mezunları (%22.8) takip etmektedir.

Orta derecede bağımlılar kategorisinde, yüksek lisans mezunları %100, ortaokul mezunları %68.2, lise mezunları %59.2, üniversite mezunları %56.6, ilkokul ve yüksek okul mezunları %50 oranındadır.

Yüksek derecede bağımlılar kategorisinde, %9 oranında ortaokul mezunu, %6.6 oranında üniversite mezunu, %6.5 oranında lise mezunu bulunmaktadır. Yüksek derecede bağımlılar kategorisinde lise mezunları dışında, orta okul ve üniversite mezunları yer alırken, ilkokul mezunlarına hiç rastlanmamıştır. Bunda, internet kullanımının belli bir internet ve bilgisayar bilgisi gerektirmesinin etkisi olmuş olabilir.

Kuloğlu'nun (2001) araştırmasında, üniversite öğrencilerinin oranları, her üç bağımlılık kategorisinde de diğer öğrenim düzeylerine göre daha yüksektir. Aynı şekilde, yüksek derecede bağımlılar kategorisinde ilkokul mezununa hiç rastlanmamıştır.

4.1.5. Bağımlılık Kategorilerinin Chat Yapma Durumuna Göre Dağılımı

Bilgisayarların yaygınlaşması, bilgisayar oyunlarının çoğalması, kullanıcıları bilgisayar başına çeken en önemli etkenlerdir. İnternetin günlük yaşama girmesi, sanal ortamda iletişim olanaklarının artması herkesi ve çoğunlukla da çocuk-gençleri bilgisayar başına çekmektedir. Bilgisayarların çoğunlukla chat (sohbet), oyun, surf (internette gezinti) amacıyla kullanılması, aileleri ve uzmanları endişelendirmektedir.

Bilgisayar kullanmak ya da interneti kullanmak, tek başına kişinin yaşamına asla olumsuz etkide bulunmamaktadır. Olumsuz etki, ancak kişinin bilgisayarı veya interneti ya da chat gibi iletişim araçlarını yanlış kullanması sonucu ortaya çıkabilmektedir. Bu olumsuz etkilerden biri olan internet bağımlılığının chat yapma durumuna göre dağılımı, Tablo 46'da görülmektedir.

Tablo 46: Bağımlılık Kategorilerinin Chat Yapma Durumuna Göre Dağılımı

	BAĞIMLI LIK KATEGORİ LERİ		Chat Yapma Durumu							Toplam
			Yapmı yorum	Hergün bir kez	Hergün birkaç kez	2-3 günde bir	3-4 günde bir	4-5 günde bir	5 günden fazla	
	Bağımlı olmayanlar	sayı	27	7	5	4	3	2	5	53
		yüzde	52.9	31.8	27.7	12.9	27.2	28.5	50.0	35.3
	Orta derecede bağımlılar	sayı	23	12	12	23	8	5	5	88
		yüzde	45.0	54.5	66.6	74.1	72.7	71.4	50.0	58.7
	Yüksek derecede bağımlılar	sayı	1	3	1	4	-	-	-	9
		yüzde	1.9	13.6	5.5	12.9	-	-	-	6.0
Toplam		sayı	51	22	18	31	11	7	10	150
		yüzde	34.0	14.6	12.0	20.6	7.3	4.6	6.6	100.0

Tablo 46'daki verilere göre, "chat yapmıyorum" cevabını verenler içinde en yüksek oran, %18 ile bağımlı olmayanlara aittir. Bağımlı olmayanlar içinde chat'i; her gün bir kez yapanlar %31.8, her gün birkaç kez yapanlar %27.7, 2-3 günde bir yapanlar %12.9, 3-4 günde bir yapanlar %27.2, 4-5 günde bir yapanlar %28.5 ve 5 günden fazla yapanlar %50 oranındadır. Bu oranlara bakıldığında, bağımlı olmayanlar kategorisinde yer alan kullanıcıların chat'i kullanma oranlarının da düşük olduğu görülmektedir.

Orta derecede bağımlılar kategorisinde chat yapmayanlar %45, chat'i; her gün bir kez yapanlar %54.5, her gün birkaç kez yapanlar %66.6, 2-3 günde bir yapanlar %74.1, 3-4 günde bir yapanlar %72.7, 4-5 günde bir yapanlar %71.4 ve 5 günden fazla yapanlar %50 oranındadır. Orta derecede bağımlılar kategorisinde, en yüksek oranın 2-3 günde bir yapanlar olurken, her gün birkaç kez chat yapanların oranının daha aşağı düzeyde kaldığı görülmektedir. Bu durum, chat yapma durumuna göre bağımlılığın arttığının bir göstergesi olabilir.

Yüksek derecede bağımlılar kategorisinde chat yapmayanlar %1.9 oranındadır. Chat'i; her gün bir kez yapanlar %13.6, her gün birkaç kez yapanlar %5.5, 2-3 günde bir yapanlar %12.9 oranındadır. Bu kategoride chat'i; 3-4 günde bir yapan, 4-5 günde bir yapan ve 5 günden fazla yapan kullanıcı bulunmamaktadır. Her gün bir kez chat yapan kullanıcıların bu kategoride en yüksek orana sahip olması, chat kullanımının artmasıyla internet bağımlılığı arasında doğrudan bir ilişki bulunduğunu gösteriyor olabilir. Bu kategoride, hiç chat yapmayanların %1.9 oranında olması da bu görüşü desteklemektedir. Bu durum, interneti kullanma sıklığı arttıkça chat yapma oranının da

yükseldiğini, kullanım sıklığı azaldıkça chat yapma oranının da düştüğünü gösterebilir. Bunun yanında, bağımlı olmayanlarda; chat yapma oranının, kullanım sıklığının azalmasına bağlı olarak düştüğü de söylenebilir. Aynı şekilde bağımlılık puanı arttıkça, chat yapma oranı da yükselmektedir.

4.1.6. Bağımlılık Kategorilerinin İnternete Bağlanma Sıklığına göre Dağılımı

İnternet bağımlılığının internete bağlanma sıklığıyla da ilgisi bulunabilir. Bu durumun tespiti için gereken veriler, Tablo 47’de yer almaktadır.

Tablo 47: Bağımlılık Kategorilerinin İnternete Bağlanma Sıklığına Göre Dağılımı

	BAĞIMLI LIK KATEGO RİLERİ		İnternete Bağlanma Sıklığı						Toplam
			Her gün	Haftada 3-4 gün	Haftada 1-2 gün	İki haftada bir	Üç haftada bir	Ayda bir	
	Bağımlı olmayanlar	sayı	12	19	16	1	1	4	53
		yüzde	24.5	43.1	42.1	33.3	33.3	66.7	35.3
	Orta derecede bağımlılar	sayı	36	24	22	2	2	2	88
		yüzde	64.2	54.5	57.9	66.7	66.7	33.3	58.7
	Yüksek derecede bağımlılar	sayı	8	1	-	-	-	-	9
		yüzde	14.2	2.2	-	-	-	-	6.0
Toplam		sayı	56	44	38	3	3	6	150
		yüzde	35.3	29.3	25.3	3.0	2.0	4.0	100.0

Tablo 47’deki verilere göre, bağımlı olmayanlar kategorisinde, her gün internete bağlananların oranı %24.5’tir. Ayda bir kez internete bağlananların oranı ise, %66.7’dir. Buna göre, bağımlı olmayanların sayısı ve oranı, internete bağlanma sıklığı arttıkça düşmektedir.

Orta derecede bağımlılar kategorisinde, belirgin bir oransal dağılım görülmemektedir. İnternete bağlanma sıklığı açısından en yüksek oranlar, iki haftada bir ve üç haftada bir bağlanan kullanıcılara aittir. Bu gruptaki kullanıcı sayısının azlığı, verilerin güvenilirliğini düşürmektedir. Bu grupların ardından en yüksek oran, %64.2 ile her gün bağlanan kullanıcılara aittir. Her gün bağlanan kullanıcıların bağımlılık oranlarının yüksek oluşu, internete bağlanma sıklığının, bağımlılığın artışında etkili olduğunu gösteriyor olabilir.

Yüksek derecede bağımlılar kategorisinde, her gün bağlananlar %14.2, haftada birkaç kez bağlananlar %2.2 oranındadır. Diğer gruplarda ise yüksek derecede bağımlı kullanıcı bulunmamaktadır. Tablodaki verilere bakıldığında, interneti kullanma sıklığı azaldıkça, bağımlılık puanları da düşmektedir. İnterneti kullanma sıklığı arttıkça bağımlılık puanı arttığına göre, interneti kullanma sıklığı, bağımlılığı etkileyici bir etken olarak değerlendirilebilir.



**T.A. YÖNETİMİN KURULU
İNTERNETİ KULLANMA SIKLIĞI**

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İnternet, bilginin paylaşımı ve iletişim konusunda büyük bir değişim ve dönüşümün gerçekleştiği alanlardan biridir. Kapsadığı alan ve getirdiği yenilikler, internete bu niteliği kazandırmaktadır. Dünyada ve Türkiye’de milyonlarca kişi, devrim niteliğindeki dönüşümün yaşandığı bu teknolojiyi, yani interneti kullanmaktadır.

Gerçekten de internet bir çok alanda yenilik ve kolaylık getirmiştir. Bugünkü şartlarda internet ile; “elektronik mektup göndermek, uzak sistemlere erişim sağlamak, farklı noktalarda yer alan bilgileri transfer etmek, eğitim kurumları ve kütüphaneler hakkında bilgi edinmek, herhangi bir konuda araştırma yapmak mümkündür. Bunların yanı sıra; kültür ve sanat programlarını takip edebilmek, kitap ve otobüs bileti satın alabilmek, radyo dinlemek, gazete haberlerine ulaşabilmek de internet aracılığı ile ulaşabileceğimiz hizmetlere yalnızca birkaç örnektir” (<http://info.fedu.metu.edu.tr/~gulbahar>).

Ancak bütün olumlu yanlarına rağmen internet, kişisel ve toplumsal anlamda belirgin tehditleri de içerisinde barındırmaktadır. Bu tehditlerin başında amaçsız ve bilinçsiz kullanımdan kaynaklanan bağımlılık ve yabancılaşıma gelmektedir.

İnternet cafeler, bilgisayar ve interneti çekici kılan tüm unsurları içerisinde taşıması ve ekonomik cazibesi nedeniyle internet kullanımının en yoğun olduğu yerlerdir. İnternet cafeler, kişilerin sanal olan ikinci dünyaya rahatlıkla girişini sağlamaktadır. Dolayısıyla bu mekanlar, internete ilişkin olumlu ve/veya olumsuz işlevleri de içerisinde barındırmaktadır.

İnternet cafelerin olumlu işlevlerini, internetle paralel olarak ele almak mümkündür. İnternetin sağladığı tüm yenilik ve kolaylıklardan internet cafelere gidenlerin yararlanma olanağı vardır. Bunun yanında internet cafeler, bilişim teknolojisinin hızla yaygınlaşmasına ve kullanım alanına girmesine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.

İnternet cafeler, bu haliyle daha çok çocuk ve gençlerin ilgisini çekmektedir. Karşı iddialar olmasına karşın, konunun asıl önemli yanı budur. İşlevleri açısından neler kazandırıp neler kaybettirdiğinin de bu noktada sorgulanması gerekmektedir.

Araştırma sonucunda, internet cafe kullanıcılarının daha çok 15-25 yaş kategorisinde toplandığı ve büyük çoğunluğunun erkek olduğu saptanmıştır. İnternet

cafelerde erkek nüfusun çoğunlukta oluşunu, internet cafelerin kahvehane kültürünün bir uzantısı olarak algılanıyor olmasına bağlamak, yerinde bir tespit olabilir. Yani genç kitle, kahvehanede okey, iskambil gibi oyunlar oynamaktansa, bunu sanal ortamda hiç tanımadıkları kimselerle tanışmaya, oyun oynamaya tercih ediyor olabilir. İnternet cafelerde kadın kullanıcıların azlığı, bu mekanların erkek egemen sosyal alanlar olması nedenine bağlanabilir.

İnternet cafeler, genel anlamda tıpkı bilardo salonu, kafe, pastane, kiraathane gibi, boş zaman değerlendirme mekanları olarak da düşünülebilir. Ancak işlevleri söz konusu olunca diğerlerinden birçok yönüyle ayrılmaktadır.

İnternet cafe sahiplerinin yasal prosedüre tam olarak olmasa da büyük oranda uydukları görülmektedir. Ancak, bu mekanlara giriş yaşı ve kapanma saatleri konusundaki mevcut yasaklardan şikayet etmektedirler. Genel olarak, bilgisayar ve internet konusunda bilgi sahibi kimseler tarafından işletilen internet cafelerde, internet ve bilgisayar kullanımı konusunda, hemen hemen hiç eğitim verilmediği, hatta bazı kullanıcıların interneti hiç kullanmadığı tespit edilmiştir.

Çoğunlukla çocuk-genç öğrencilerin kullandığı internet cafelerin, genel olarak eğlence, arkadaşlarla bir araya gelme ve vakit geçirme mekanı olarak gördükleri söylenebilir. Gençlerin internet cafelere arkadaşlarıyla birlikte geldikleri ve mekan içerisindeki iletişimlerini kesmedikleri gözlemlenmiştir (Baran ve Kuloğlu, 2001).

Bazı kullanıcıların ise, aynı internet cafeyi kullanmaktan dolayı tanışıp arkadaş oldukları görülmüştür. Bu bağlamda, bazı araştırmalarda iddia edildiği gibi, internet kullanımının insanları toplumdan uzaklaştırdığı ve yalnızlaştırdığına ilişkin bulguların tekrar gözden geçirilmesi gerekir. Hatta, internet cafelerin yeni bir sosyal ilişki geliştirme mekanları olduğu bile söylenebilir. Yapılan gözlemler sonucunda, internet cafe ortamının; arkadaşlık bağlarını kuvvetlendirici ve grup bilincini geliştirici bir yönü de olduğu söylenebilir. Bazı internet cafe kullanıcılarının, evinde internet bağlantısı olduğu halde internet cafeye geliyor olması, bu yargıyı güçlendirmektedir.

Daha önce de belirtildiği gibi, internet cafeler, bilgisayar ve internete kendi imkanlarıyla ulaşamayan kişilere, bu hizmeti belirli bir para karşılığı veren mekanlardır. Bu haliyle internet cafeler birer ticari girişimdir. İnternet cafelerde, bilgisayarın bir saatlik kullanım bedeli, Mart-Nisan 2002 itibariyle ortalama 500 bin ile 1 milyon lira arasındadır. Bu ücretler, bilgisayar fiyatları ile karşılaştırıldığında gerçekten de çok

düşüktür. Ancak, internet cafede geçirilen süre, çoğu kez bir saatle sınırlı kalmamaktadır. İnternette gezinmenin, bilgisayar oyunu oynamanın çekiciliği ve bağlayıcılığı, çoğu defa bu süreyi uzatmakta, dolayısıyla ekonomik götürüsü, düşünüldüğünden daha fazla olmaktadır. İnternet cafeler, bir yönüyle de, düşük gelire sahip kişilere; dünyayla iletişim kurmak, bilgisayar kullanmayı öğrenmek ve bilgiye ulaşmak gibi olanaklar sunmaktadır.

Çoğu zaman bilgisayarda oyun oynama isteğiyle başlayan cafe müdavimliği, bir çok çocuk-gencin bilgisayarı tanıma ve etkin kullanma yolunda ilerlemesine de zemin hazırlamaktadır. Bunun yanında, interneti etkin kullanma becerisi de aynı paralel de gelişmektedir. İnternetin ilk kullanımında oyun, chat ve eğlence siteleri yoğun ilgi görürken, zamanla bu alanlara olan ilginin azalmasıyla, internetin diğer alanları da keşfedilmeye başlanmaktadır.

Bunun yanında, internette bilgi edinme ve eğitim için kullanılabilecek alanların sınırlılığı da, göz ardı edilemeyecek önemli bir husustur. İnktomi ve NCC Araştırma Enstitüsünün 2000 yılı itibariyle yaptığı bir çalışmada internette eğitim için ayrılan alanın yalnızca %6.69 olduğu ortaya çıkmaktadır (Karaoğlu, 2000:18). Bununla birlikte, eğitimle ilgili alanlara anında ulaşmak da başka bir sorunu oluşturmaktadır. Milyonlarca web sayfası içerisinden aranılan konuyu bulmak hiç de kolay değildir. Varolan dökümanlar içinde, Türkçe kaynakların azlığı da ayrı bir sorun olarak değerlendirilmelidir. Bütün bunlar, internette eğitime yönelik faaliyetler için bilgisayar ve internet kültürüne sahip, bilinçli ve belli bir amaçla hareket eden kullanıcıları gerektirmektedir. Bu nedenle, internet cafeleri dolduran ve zamanının çoğunu oyun oynayarak, chat yaparak geçiren kişilerin, eğitime yönelik bu tür çabalara girişmesi söz konusu olmayabilir. Bu haliyle internet cafeler, eğitim kurumu olmaktan çok, eğlence ve boş zamanları değerlendirme mekanları olarak tanımlanabilir.

Araştırmada, internet cafe kullanıcılarının büyük çoğunluğunun, kendilerini internet bağımlısı olarak görmedikleri gözlemlenmiştir. Buna paralel olarak ortaya çıkan bir başka sonuç ise, bağımlılık puanı ile ilgilidir. İnternet cafe kullanıcılarının büyük çoğunluğu, “orta derecede bağımlı” kategorisinde yer alırken, küçük bir grup da “yüksek derecede bağımlı” kategorisinde yer almaktadır. İnternet bağımlılığı, özellikle 4 noktada karşımıza çıkmaktadır. Bunlar da doğal olarak internet cafede yoğun olarak

yapılan faaliyetlerle örtüşmektedir: E-mail göndermek, bilgisayar oyunu oynamak, chat (sohbet) yapmak ve internette dolaşmak (surf).

Birbirinden uzak mesafedeki iki kişinin iletişim kurması, yazılı kaynakları aktarması, benzer ilgi alanlarını paylaşmasının en hızlı ve ucuz yollarından biri de, e-mail göndermektir. E-mail, yani elektronik postanın bu kadar yoğun kullanılmasında bu ve buna benzer nedenlerin etkisi büyüktür.

İnternet cafeleri, sanal ortamda bilgisayar oyunu oynayanların oranı göz önüne alındığında, modern atari salonları olarak adlandırmak yanlış bir nitelendirme olmayacaktır. Atari salonlarının da kişilerin, özellikle çocuk ve gençlerin ekonomik kaybına, ruhsal denge bozukluklarına, eğitimde aksamalarına, daha ileri giderek toplumdan soyutlanmalarına, kırıcı ve şiddete yönelimli kişilikler geliştirmelerine neden olduğu bilinmektedir. Gerçekten de, bilgisayar oyunlarının çoğu şiddet içermektedir. Televizyonlarda ve gazetelerde sıkça görülen ve çoğu zaman eleştirilen şiddet unsuruna, bilgisayar ortamında, dolayısıyla, internet cafelerde rastlanmaktadır. Bunun en önemli yanı ise, şiddet unsurunun bolca kullanıldığı oyunların, kişileri, sorunların çözümünde şiddet kullanmanın zorunlu olduğu sonucuna götürme olasılığıdır.

Chat ise, çok defa gerçek dünyada ilişki kurmakta zorlanan ya da gerçek dünyadaki kimliğini yadsıyan, yalnız kalmış bireylerin sanal dünyaya sığınarak orada tatmin olmasını sağlamaktadır. Chat yapan kişi, sanal ortamda takma isimlerle kendini farklı bir şekilde tanımlayarak, kendisi gibi aynı durumda olan diğer kişilikle iletişim kurmaya çalışmaktadır. Bir kablo üzerinden kurulan ilişkinin, sağlıklı ve dürüstçe olması, tahmin edilebileceği gibi son derece zordur. Ancak bunun yanında, gerçek hayatta belki de hiçbir zaman karşılaşmayacağı konular, sorunlar üzerine konuşma, paylaşma ve kendini geliştirme imkanı sunduğu da gözardı edilemez. Özellikle, Diyarbakır'a çevre köy ve ilçelerden göç eden ve Türkçe'yi yeterince iyi bilmeyen kullanıcılara Türkçe'yi geliştirme imkanı da sağlayabilir.

İnternette dolaşan (surf yapan) kullanıcıların, oturduğu yerden kolayca alışveriş yapabilmesi, sanal müzeleri gezmesi, ünlülere ulaşması, tatil yerlerini görmesi vb. gibi birçok imkana ulaşması mümkündür. Bütün bu olumlu yanlarının yanında, bilinçsiz kullanıcıların internet başında sanal seks siteleri gibi alanlarda saatlerce boşa zaman geçirmesine, amaçsız olarak sanal alemde gezinmesine neden olmaktadır. Geçirilen bu

zamanlar interneti, tutku derecesine varmış bir alışkanlığa, bir başka deyişle bağımlılığa dönüştürebilir.

Bu gözlemlerin, internet cafe ortamında yapıldığı, ev ortamında alınacak sonuçların, bu gözlemi destekleyip desteklemeyeceğinin şüpheli olduğu unutulmamalıdır. Bu nedenle, internet kullanımının, evinden internete bağlanan kullanıcılarda sosyal izolasyona ve internet bağımlılığına yol açıp açmadığı tartışılabilir ve araştırılması gerekmektedir.

Yabancılaşma, bilgisayar ve internetin gizli ve olumsuz sayılabilecek etkilerinden biridir. Yabancılaşma, “en genel anlamıyla insanın toplumuyla, çevresiyle, dünyayla ilişkilerinin olumsuzluğunu vurgulayan bir kavramdır” (Kızılçelik, 1994:451). Birey, ürettiklerine (maddeye), emeğine (yeteneklerine), kendine (varlığına ve niteliklerine) ve topluma karşı yabancılık hissetmektedir. Yabancılaşmış birey, kendi öz niteliklerini anlayamama, güçsüzlük, anlamsızlık, normsuzluk, değerlerden uzaklaşma gibi durumlarla karşı karşıya kalabilir.

İnternet cafelerin yabancılaştırma işlevi, yine içeriğini oluşturan bilgisayar ve internetle ilgilidir. Sanal dünya, oyunlar ve bunların sonuçları tıpkı bağımlılıkta olduğu gibi bireyleri yabancılaşmaya götürebilir. Özellikle bilgisayar oyunlarına bağımlılık, gerçek hayattan uzaklaşmaya neden olabilir. Çünkü bireyler oyunlara yöneldikçe, hayal dünyasını gerçek hayattan üstün tutmaya başlayıp, toplumdan ve çevresinden kendilerini soyutlayabilir.

Bu durumun en büyük tehlikesi, “sosyal açıdan gün geçtikçe tembelleşen bilgisayar kullanıcılarının medeni cesaret denen topluluk içindeki girişkenliğine ve cesaretine darbe vurması, arkadaş ilişkilerini doğru tahlil edememesi ve yönlendirememesidir” (Türsen, 1998).

İnternet hakkında olumsuz olarak dile getirilen düşünceler, her şeye rağmen, internetin şimdi ve gelecek için büyük umutlar vaadeden, bilime ve teknolojiye büyük ufuklar açan bir gelişme olduğu gerçeğini değiştirmez. İnternet, bir amaca hizmet etmesi koşuluyla, çok önemli gelişmelere açık bir teknolojidir. Türkçe tabanlı çok az kaynak bulunmasına rağmen, sağlık ve eğitim gibi sektörlerin uygulamaları, bu gelişmelerin en güzel örneklerini oluşturmaktadır.

İnternet cafelerin çok daha etkin ve verimli olarak kullanılan mekanlar haline dönüştürülmesi için, bazı önlemler alınması gerekmektedir. Bunun için belirgin bir çaba ve bilinçlenme girişimi gerekmektedir. İçişleri Bakanlığı'nın internet cafelere ilişkin olarak getirdiği yeni düzenlemeler, bu çabanın ilk halkalarından birini oluşturmaktadır. Önemli olan; sorunların bilinip, en azından sorunlara ilişkin çözüm önerilerinin getirilmesidir. Sorunların kapsamı, özellikle çocuk ve gençleri ilgilendirdiği için, öncelikli olarak ele alınmasını zorunlu kılmaktadır. İnternet cafeleri kapatmak, interneti yasaklamak, bu sorunların çözümü olmayacağına göre, yıkıcı çözümler aramak yerine yapıcı ve gelişmeye açık çözümler bulmak gerekmektedir. Bu çözümler; toplumsal yapıdan, eğitim sisteminden ve siyasal erkten bağımsız olarak düşünülmemelidir. Öncelikli ve olanaklı çözümler olarak ilk akla gelenler şunlardır:

1. İnternet cafeler, sağlıklı ve modern bir görünüme kavuşturulmalı, girişimler için belirgin bir standart oluşturulmalıdır.

2. İnternet cafe sahipleri; işletmecilik, bilgisayar ve internet konusunda gerekirse kurslar yoluyla eğitilmiş hale getirilmelidir.

3. Ailelere ve eğitimcilere internet ve bilgisayarın yalnızca olumlu işlevleri değil, aynı zamanda olumsuz işlevleri de anlatılarak konu hakkında bilinçlenmeleri sağlanmalıdır.

4. Eğitim kurumları, bilgisayar ve internet konusunda gerekli özeni göstermeli, olanakları zorlayarak interneti okullara taşımalıdır. Bilgisayar ve internet konusunda dersler verilmeli, verilen derslerin içerikleri genişletilmelidir.

5. Önemli bir nokta da denetim konusudur. şu anda internet cafelerin denetiminin kimlerin elinde olduğu netlik kazanmamıştır. Ayrıca internet cafelerde pornografi ve şiddet içeren sitelere girilmesinin önlenmesi için, her internet cafe işletmecisine bu sitelere girişi engelleyen programları edinme zorunluluğu getirilmelidir. Günümüzde, polis marifetiyle yapılan denetimlerin, çocuk-gençlerin cafelerden uzaklaştırmasına neden olacağı da unutulmamalıdır.

6. En önemlisi, internet cafelerin müdavimleri olan gençlerin (15-25 yaş grubu) konuya ilişkin bilinç kazanımının sağlanmasıdır. İnternetin ne olduğunu, internetten hangi amaçlarla yarar sağlayacağını bilen ve çevresinin farkında olan bireylerin internet cafelere gidiş amaçları da belirgin olacaktır.

7. İnternet cafelere belli bir açılış-kapanış saati zorunluluğu getirilmesi, gereksiz bir uygulamadır. Bu durum, internetin mantığına da aykırıdır.

8. İnternet cafelere giriş için getirilen yaş sınırlaması da tekrar gözden geçirilmelidir. Okuma yazma bilen herkesin internetten öğreneceği bir şeyler vardır. Çözüm için 15 yaş altı çocuklar için, yalnızca onların yararlanabileceği, öğretmenler aracılığıyla bilinçli bir internet ve bilgisayar eğitimi verilebilir.

Sonuç olarak, internet ve bilgisayar kullanımında esas olan “amaç” olmalıdır. Bu da bilinçli kullanıcıların yoğunluğu ile ilgili bir durumdur. İnternet kullanıcıları; asosyal olmaktan, yabancılaşmaktan, anlamsız para ve zaman kaybından, bağımlılıktan ancak bilinçlendirilerek kurtarılabilir. En başta da söylendiği gibi, teknolojik gelişimin insanlığın yararına olduğu düşüncesi, salt maddi öğelerdeki dönüşüm olarak değil, aynı zamanda, kültürel boşluğu doldurarak da gerçekleşecektir.



KAYNAKÇA

- AKGÜL, Mustafa, (1999), "İnternet: Araçlar, Olanaklar ve Yönetimi", <http://web.bilkent.edu.tr/kemer/kemer2.html>
- AKGÜL, Mustafa, (1995), **İnternet: Bilgiye Erişimin Yeni Araç ve Olanakları**, Bilkent Üniv.Yay., Ankara.
- ARAÇ,Tuğba, (2001), **IRC Farklı Bir Sosyalite mi?, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, M. Sinan Üniv., İstanbul.
- AYAZ, Mahmut, (2001), **Chat Geyikleri**, Kora Yayın, İstanbul.
- AYVALI, Ahmet, (2001), "İnternet Cafeler Nereye Gidiyor?", **TBD Bilişim Kültürü Dergisi**, S:77.
- AZİZ, Aysel, (1981), **Radyo ve Televizyon Yasal Düzenlemeleri**, Ankara Üniv. İletişim F. Basın Yayın Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayıncılığı, No:1, Ankara.
- BARAN, Aylin Görgün, KULOĞLU, Ceyda, (2001), "İnternet Cafelerde İnternet Kullanımı ve Sanal-Sosyal İlişkiler: Ankara Örneği", **Bilişim Toplumuna Giderken Psikoloji ve Hukuktaki Etkileri Sempozyumu**, Türkiye Bilişim Derneği Yayınları, Ankara.
- BARAN, Aylin Görgün, (2000), "İletişim Teknolojisindeki Gelişmelerin Küreselleşme Rolü Bağlamında Enformasyon Toplumunun Özellikleri", **Bilgi Çağı ve Sanat-VI. Ulusal Sanat Sempozyumu**, Ankara.
- BARAN, Aylin Görgün ve BURCU, Esra, (1999), **İnternet Kullanımının Sosyal İlişkiler Üzerine Etkileri**, Bilginin Serüveni: Dünü, Bugünü, Yarını, **Türk Kütüphaneciler Derneğinin Kuruluşunun 50.Yılı Uluslararası Sempozyum Bildirileri**, Ankara.
- BAYHAN, Vehbi, (1995) "Globalleşme ve İnternet Örneği", <http://web.inonu.edu.tr/~vbayhan/1.htm>, Al.Tarihi: 12.10.2001.
- BECENİ, Yasin, (2001), "Siber Suçlar", www.hukukcu.com/bilimsel/kitaplar/yasinbeceni/bolum1, Al.Tarihi: 02.03.2002.

- CÜCELOĞLU, Doğan, (1999), "İnternet ve Çocuk" **Nokta Dergisi**, S:1004.
- CANPOLAT, Eren İnan, (2001), "İnternet Üzerine Birkaç Söz", **EMO Dergisi**, S.5,
Al.Tarihi: 26.12.2002.
- ÇAĞILTAY, Kürşat, (1994), "Herkes İçin İnternet" <http://www.ankara.edu.tr/start/hii/>, Al.Tarihi: 21.12.2001.
- ÇANKIRILI, Ali, (2001), "Eyvah!Çocuğum İnternette", <http://www.zaferdergisi.com/makale.asp?makale=803>. Al.Tarihi: 27.05.2002
- ELTUGAY, Özer, (2000), "İnternet ve Yabancılaşma" <http://www.inet-tr.org.tr/inetconf6/tammetin/yabancilasma.html>, Al.Tarihi: 10.12.2001.
- EREL, Reşat, (2000) "İnternet Zararlı Alışkanlıklar Yaratıyor mu?", <http://turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=679>, Al.Tarihi: 13.11.2001.
- ESGİN, Ali, (2000), "Yeni Bir Bağımlılık Türü: İnternet Kafeler ve İşlevleri", **Bilim ve Ütopya Dergisi**, S:8.
- EŞİTMEZ, Mahmut, (1997), "İnternet ve İnternet Yayıncılığının Dünyü, Bugünü, Yarını", **Araf Dergisi**, Sayı:11.
- FROMM, Erich, (1996), **Özgürlükten Kaçış**, (Çev.: Şemsi Yeğın), Payel Yayıncılık, İstanbul.
- GRIFFITHS, Mark, (1999), "İnternet Bağımlılığı: Gerçek mi? Kurgu mu?", (Çev.: Kâzım Alat), **Türk Psikoloji Bülteni**, Sayı:13
- GROHOL, John M., (1999), "İnternet Addiction Guide", www.psychcentral.com/netaddiction, Al.Tarihi: 03.02.2001.
- GÜRÇAY, C. ve Kümbül, B., (2001), "İnternet'in Sosyal ve Psikolojik Etkileri", **Bilişim Toplumuna Giderken Psikoloji, Sosyoloji ve Hukukta Etkiler Sempozyumu**, Ankara.
- HÜRRİYET, 24.12.1998
- HÜRRİYET, 02.09.1998
- HÜRRİYET, 18.12.1999
- HÜRRİYET, 14.06.2000
- HÜRRİYET, 01.05.1999
- ILGAZ, Ceyda, (2001), "İletişim Teknolojisindeki Gelişmelerin Küreselleşme Süreci İçerisindeki Yeri ve Önemi" **4.Boyut Dergisi**, İstanbul.

- KARAOĞLU, Mustafa, (2000), **İnternet Sosyolojisi, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, Cumhuriyet Ün., Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Grubu Eğitimi Bilim Dalı, Sivas.
- KILAN, Zeynep, (2000), "Chat Nedir. Ne İçindir?", **Bilişim Kültür Dergisi**, S:74.
- KIZILÇELİK, Sezgin, Y. Erjem, (1994), **Açıklamalı Sosyoloji Terimler Sözlüğü**, Atilla Kitabevi, Ankara.
- KIZILTAN, Güven Savaş, (1986), **Çağımızda Yabancılaşma Sorunu**, Metis Yayınları, İstanbul.
- KÖKSAL, Aydın, (1981), **Bilişim Terimleri Sözlüğü**, Türk Dil Kurumu, Ankara.
- KULOĞLU, Ceyda, (2001), **İnternetcafeler ve İnternet Bağımlılığı:Ankara Örneği, (Yayınlanmamış Lisans Tezi)**, Hacettepe Ün., Ankara.
- MİLLİYET, 27.04.2001
- ÖNGÖREN, Gürsel, (2000), "İnternet Hukuku", <http://www.hukukcu.com/bilimsel/index.htm>, Al.Tarihi: 27.11.2002.
- ÖZKÖK, Ertuğrul, (1985), **Kitlelerin Çözülüşü**, Tan Yay., Ankara.
- PÜSKÜLLÜOĞLU, Ali, (1982), **Öztürkçe Sözlük**, Turhan Kitabevi, Ankara.
- RADİKAL, 11.03.1998.
- RADİKAL, 24.06.2002.
- RADİKAL, 05.08.2001.
- SABAH, 08.05.2000.
- SUBAŞI, Necdet, (2001), "Sanal Cemaat Örüntüleri" http://www.araf.net/dergi/sayi26/s26_n_subasi.shtml, Al.Tarihi:10.01.2002.
- ŞAHİN, Haluk, (2000), "İnternet ve küreselleşme", [http:// www.karizmadergisi.com/ dergi01/makale0103.htm](http://www.karizmadergisi.com/dergi01/makale0103.htm), Al.Tarihi: 10.08.2001.
- ŞENYAPILI, Önder, (1981), **Toplum ve İletişim**, Turan Kitabevi, Ankara.
- TOLAN, Barlas, (1981), **Çağdaş Toplumun Bunalımı Anomi ve Yabancılaşma** İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları, Ankara.
- TÜRSEN, M. Erdem,(1998), "Sanal Dünyaları İçinde Bilgisayarcılar" **Bilim ve Ütopya**. S.11.

- UĞUR, Aydın, BİLİCİ, Mücahit, (1998), "Bilgi Toplumu, İnternet ve Demokrasi - Dijital Alemin Genleşen Kamusal Alanı", **Yeni Türkiye**, S.:19.
- YILDIZ, M. Cengiz, (1999), **Din Görevlilerinin Sorunları ve Beklentileri Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma: Elazığ Uygulaması**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Fırat Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji ABD., Elazığ.
- ZAMAN, 12.04.2001.
- ZAMAN, 09.06.2000.
- ZAMAN, 18.12.2000
- http://www.netaddiction.com/net_compulsions.htm
- <http://www.egitim.com/aile/0652/0652.chat.asp?BID=06>
- <http://www.hipokrat.org/hnet/genel/intsaglik/intbagimlilik.html>
- http://www.psikolog.org.tr/bulten/13/13_bagimlilik.htm
- <http://www.netaddiction.com>
- <http://www.chat.gen.tr/yardim/internet2.asp>
- <http://www.po.metu.edu.tr/links/inf/css25/bolum2.html#2>
- <http://www.gapturkiye.gen.tr/egitim/index.html>
- <http://www.virtual-addiction.com>
- <http://www.iletisimciler.com/iletisim.htm>
- web.ttnet.net.tr/cafedialog/amac.htm
- <http://www.geocities.com/sosyolojidunyasi/enform.html>
- <http://info.fedu.metu.edu.tr/~gulbahar>
- http://www.balikesir.edu.tr/destek/mirc/irc_nedir.html
- <http://www.istabip.org.tr/genel/60.html>
- <http://www.netaddiction.com/articles/newdisorder.htm>
- <http://www.superonline.com/rehber/tanisin/4/content.htm>
- <http://www.angelfire.com/zine/dusunenler/koseyaz/nedenchat.htm>
- <http://www.isguc.org/vbozkurt2.htm>
- <http://web.netbul.com/kadin/detay.asp?ID=706>
- www.itu.edu.tr/bid/bilgi/dokuman/tarihce.html
- <http://www.mersin.edu.tr/tkm/css/b201.html>
- <http://turk.internet.com/eticaret/reklam/image>
- <http://www.adalet.gov.tr/basin/b6.htm>

Ek 1: ANKET FORMU

“İnternet Cafeler ve İnternet Bağımlılığı Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma: Diyarbakır Örneklemi”

Bu anket formu, Dicle Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Ana Bilim Dalı'nda yüksek lisans tezi için hazırlanmıştır. Anket, internet kullanımının internet cafe kullanıcılarında bağımlılık yaratıp yaratmadığını tespit etmek için yapılmaktadır. Bilimsel nitelik taşıyan bu araştırmanın herhangi bir **yönetsel veya siyasi yönü yoktur**. Anket formuna lütfen **adınızı, soyadınızı veya kimliğinizi belirten hiçbir şey yazmayınız**.

Bu ankette 56 soru bulunmaktadır. Sorulara içtenlikle cevap vermeniz, bu araştırmanın amacına ulaşmasına katkıda bulunacaktır. Soruları, parantez içindeki boşluklara X işareti koyarak cevaplandırınız. **Örnek (X)**

Verilen şıklarda size uygun cevaplar olmadığı takdirde, başka (belirtiniz)..... şeklindeki boşluklara cevabınızı yazabilirsiniz. Sorulara vereceğiniz cevaplarla yapacağınız değerli yardım ve katkılarınız için şimdiden teşekkür ederiz. Anketimize katıldığınız için teşekkür ederiz.

İnternetle ilgili araştırılmasını istediğiniz yada görüş bildirmek istediğiniz konular için, lütfen kbolukbas@hotmail.com adresine e-mail atınız.

Yrd. Doç. Dr. M. Cengiz YILDIZ
Araştırma Yöneticisi

Kenan Bölükbaş
Araştırma Yürütücüsü

1. Cinsiyetiniz nedir?

1.()Kadın 2.()Erkek

2. Kaç yaşındasınız?

3. Medeni durumunuz nedir?

1.()Evli 2.()Bekar 3.()Boşanmış 4.()Eşi ölmüş 5.()Evli ama ayrı yaşıyor

4. Doğum yeriniz neresidir?

1.()İl 2.()İlçe 3.()Köy

5. Mesleğiniz nedir?

6. Annenizin mesleği nedir?

7. Babanızın mesleği nedir?

8. Öğrenim durumunuz nedir?

1.()İlkokul 2.()Ortaokul 3.()Lise 4.()Yüksek Okul
5.()Fakülte 6.()Lisans üstü 7.()Diğer(Belirtiniz.....)

9. Annenizin öğrenim durumu nedir?

1.()İlkokul 2.()Ortaokul 3.()Lise 4.()Yüksek Okul
5.()Fakülte 6.()Lisans üstü 7.()Diğer(Belirtiniz.....)

10.Babanızın öğrenim durumu nedir?

- 1.()İlkokul 2.()Ortaokul 3.()Lise 4.()Yüksek Okul
5.()Fakülte 6.()Lisans üstü 7.()Diğer(Belirtiniz.....)

11. Aylık geliriniz ne kadardır?

- 1.()0-99 milyon arası 2.()100-199 milyon arası 3.()200-299 milyon arası
4.()300-399 milyon arası 5.()400-499 milyon arası 6.()500-599 milyon arası
7.()600-699 milyon arası 8.()700-799 milyon arası 9.()800 milyondan fazla
(Belirtiniz.....)

12. Ailenizin aylık geliri ne kadardır?

- 1.()0-99 milyon arası 2.()100-199 milyon arası 3.()200-299 milyon arası
4.()300-399 milyon arası 5.()400-499 milyon arası 6.()500-599 milyon arası
7.()600-699 milyon arası 8.()700-799 milyon arası 9.()800 milyondan fazla
(Belirtiniz.....)

13.Siz dahil kaç kardeşiniz?

.....

14.Hangi şehirde ikamet ediyorsunuz?

.....

15.Hangi semtte ikamet ediyorsunuz?

.....

16.İkamet ettiğiniz evde kiminle yaşıyorsunuz?

- 1.()Tek başına 2.()Annem ve babamla 3.()Annem, babam ve kardeşlerimle
4.()Annemle 5.()Babamla 6.()Kardeşlerimle
7.()Arkadaşlarımla 8.()Diğer (Belirtiniz.....)

17. Ne kadar zamandır internet kullanıyorsunuz?

.....yıl.....ay

18. Ne sıklıkta internete bağlanıyorsunuz?

- 1.()Her gün 2.()Haftada 1-2 gün 3.()Haftada 3-4 gün 4.()İki haftada bir
5.()Üç haftada bir 6.()Ayda bir 7.()Diğer(Belirtiniz.....)

19. Sürekli aynı internet cafeye mi gidiyorsunuz, neden?

- 1.()Evet, (Belirtiniz.....)
2.()Hayır(Belirtiniz.....)

20.Evinizde internet bağlantınız var mı?

- 1.()Evet 2.()Hayır

21. İnternetle nasıl tanıştınız?

- 1.()Arkadaşlarım aracılığıyla 2.()Ailem vasıtasıyla 3.()Medya aracılığıyla
4.()İşim dolayısıyla 5.()Diğer(Belirtiniz.....)

22. İnternette neler yapıyorsunuz? (Önem derecesine göre 1,2,3 şeklinde numaralandırınız, hiç yapmadığınızı boş bırakınız)

- ☐ E-mail gönderiyor, gelenleri okuyorum
- ☐ Chat yapıyorum
- ☐ Oyun oynuyorum
- ☐ Alışveriş yapıyorum
- ☐ Erotik sitelere giriyorum
- ☐ Kumar oynuyorum
- ☐ Araştırma yapıyorum
- ☐ Diğer(Belirtiniz.....)

23. En çok ziyaret ettiğiniz ilk üç internet sitesi hangisidir?

- 1.....
- 2.....
- 3.....

24. İnternette planladığınızdan fazla zaman geçirdiğiniz oluyor mu, neden?

- 1.()Evet, (Belirtiniz.....)
- 2.()Hayır(Belirtiniz.....)

25. Yakınlarınız internette geçirdiğiniz zamana nasıl bakıyor.

- 1. () Olumlu
- 2.()Olumsuz
- 3.()Bazen olumlu, bazen olumsuz

26.Yapmanız gereken işlerin internet nedeniyle aksadığı oluyor mu?

- 1.()Evet, (Belirtiniz.....)
- 2.()Hayır(Belirtiniz.....)

27.Günde kaç saat internete bağlıyorsunuz?

- 1.()Her gün bağlanmıyorum
- 2.() Günde 1 saatten az
- 3.()Günde 1-2 saat arası
- 4.()Günde 2-3 saat arası
- 5. ()Günde 3-4 saat arası
- 6.()Günde 4-5 saat arası
- 7.()Günde 5 saatten fazla(Lütfen belirtiniz).....

28.Bir haftada kaç saat internete bağlı kalıyorsunuz?

- 1.()1 saatten az
- 2.() 1-5 saat arası
- 3.() 6-10 saat arası
- 4.()10-15 saat arası
- 5.()20 saatten fazla (Belirtiniz).....

29.İnternete bağlanmak için ayda ortalama ne kadar para harcıyorsunuz?

.....

30.Arkadaşlarınızla vakit geçirmektense interneti tercih ettiğiniz oluyor mu?

- 1.()Evet, (Belirtiniz.....)
- 2.()Hayır(Belirtiniz.....)

31.Okulda yada işteki başarınızda, internette fazla zaman geçirdiğiniz için bir azalma oldu mu?

- 1.()Evet, (Belirtiniz.....)
- 2.()Hayır(Belirtiniz.....)

32. Günlük işlerinizi internet nedeniyle sonraya ertelediğiniz oluyor mu?

- 1.()Evet, (Belirtiniz.....)
- 2.()Hayır(Belirtiniz.....)

33. Ailenizden yada çevrenizden internette fazla zaman geçirdiğiniz için olumsuz bir tepki alıyor musunuz?

- 1.() Her zaman alıyorum 2.() Bazen alıyorum 3.() Hiçbir zaman almıyorum

34. Yapmanız gereken işler olsa bile, öncelikle e-mailinizi kontrol eder misiniz, neden?

- 1.() Evet, (Belirtiniz.....)
2.() Hayır (Belirtiniz.....)

35. Size internette ne yaptığınız sorulduğunda genelde tepkiniz ne olur?

- 1.() Sinirlenirim 2.() Bazen sinirlenirim 3.() Hayır, sinirlenmem

36. Ne kadar süre internete bağlanmadan durabilirsiniz?

- 1.() İstediğim kadar durabilirim 2.() Yaklaşık bir hafta 3.() Her gün bağlanırım
4.() Diğer.....

37. İnternet bağlantısını kesmeniz gerektiğinde, “sadece bir dakika daha” diyerek, internet bağlantınızı uzun bin süre daha devam ettirdiğiniz oluyor mu?

- 1.() Evet, (Belirtiniz.....)
2.() Hayır (Belirtiniz.....)

38. İnternet bağlantınızı kestiğinizde, bir sonraki bağlantı için sabırsızlanıyor musunuz, neden?

- 1.() Evet, (Belirtiniz.....)
2.() Hayır (Belirtiniz.....)

39. İnternette daha az zaman geçirmek istediğiniz halde başaramadığınız oldu mu, neden?

- 1.() Evet, (Belirtiniz.....)
2.() Hayır (Belirtiniz.....)

40. Size internet bağımlısı denilebilir mi?

- 1.() Evet, (Belirtiniz.....)
2.() Hayır (Belirtiniz.....)

41. Ailenizden veya çevrenizden internete bağlı kaldığınız süreyi sakladığınız oluyor mu, neden?

- 1.() Her zaman saklıyorum (Belirtiniz.....)
2.() Bazen saklıyorum (Belirtiniz.....)
3.() Hayır, saklamıyorum (Belirtiniz.....)

42. Size göre internet günlük sorunlarınızı unutturan bir araç mı, neden?

- 1.() Evet, (Belirtiniz.....)
2.() Hayır (Belirtiniz.....)

43. İnternet kullanmak size özgür olduğunuz hissini veriyor mu?

- 1.() Evet, (Belirtiniz.....)
2.() Hayır (Belirtiniz.....)

44. Kendinizi bir internet bağımlısı olarak görüyor musunuz?

- 1.() Evet (Belirtiniz.....)
2.() Hayır (Belirtiniz.....)
3.() Bilmiyorum, olabilir (Belirtiniz.....)

45. İnternette ne sıklıkta chat yaparsınız?

- 1.()Hayır, yapmıyorum 2.()Her gün bir kez 3.()Her gün birkaç kez
4.() 2-3 günde bir 5.()3-4 günde bir 6.()4-5 günde bir
7.() 5 günden fazla(Belirtiniz.....)

Not:45.soruya “hayır yapmıyorum” yanıtını verdiyseniz 46, 47, 48, 49, 50, 51,52, 53,54,55. soruları cevaplamayınız.

46. Chat esnasında yeni arkadaşlıklar kuruyor musunuz?

- 1.()Evet, (Belirtiniz.....)
2.()Hayır(Belirtiniz.....)

Not: 46. soruya “hayır” cevabını verdiyseniz 48. Soruya geçiniz.

47.Yeni arkadaşlıkları ne amaçla kuruyorsunuz?

- 1.()Sohbet 2.()Hobi paylaşımı 3.()Bilgi alışverişi
4.()On-line seks 5.()Zaman geçirme 6.()Diğer.....

48.Chat yaparken kimliğinizi saklıyor musunuz, neden?

- 1.()Evet, (Belirtiniz.....)
2.()Hayır(Belirtiniz.....)

49.Chat yaparken cinsiyetinizi farklı tanıttığınız oluyor mu, neden?

- 1.()Evet, oluyor.(Belirtiniz.....)
2.()Hayır, olmuyor.(Belirtiniz.....)

50. Sürekli aynı kişilerle mi chat yapıyorsunuz?

- 1.()Evet, (Belirtiniz.....)
2.()Hayır(Belirtiniz.....)

51.Chat yaptığınız kişilerle daha sonra yüz yüze görüşüyor musunuz?

- 1.()Evet, (Belirtiniz.....)
2.()Hayır(Belirtiniz.....)

Not: 51. soruya “Hayır” cevabını verdiyseniz 52. soruyu yanıtlamayınız.

52.Görüştüğünüzde neler hissediyorsunuz ?

(Belirtiniz.....)

53.Chat yaptığınız kişileri, gerçek hayattaki arkadaşlarınızdan daha yakın hissettiğiniz oluyor mu?

- 1.()Evet, oluyor.....
2.()Bazen oluyor.....
3.()Hayır.....

54.Hangi kategorilerdeki chat odalarına bağlanıyorsunuz?

- 1.()İş dünyası-fınans 2.()Politika 3.()Bilgisayar ve internet
4.()Hobiler 5.()Okul ve eğitim 6.()Bilim ve sanat
7.()Ev-çevre düzenleme 8.()Yetişkin odaları 9.()Cinsellik
10.()Diğer.(Belirtiniz.....)

55. Chatte genelde ne konuşuyorsunuz?

- | | |
|---|--------------------------------|
| 1.()Günlük problemler (Aile, iş, okul problemleri) | 2.()Bilgi alışverişi |
| 3.()Hobi paylaşımı (müzik, sanat,spor vs.) | 4.()Gündemdeki konuları |
| 5.()Seks içerikle konular | 6.()Politik-ideolojik konular |
| 7.()Diğer(Belirtiniz.....) | |

56. Yukarıdaki sorular haricinde belirtmek istediklerinizi yazınız.

.....

.....

.....



EK 2: GÖRÜŞME FORMU

“İTERNET CAFELER VE İTERNET BAĞIMLILIĞI ÜZERİNE SOSYOLOJİK BİR ARAŞTIRMA: DİYARBAKIR ÖRNEĞİ”

1.İnternet cafenin adı:

2.Adresi:

3.Sahibinin cinsiyeti:

4.Sahibinin yaşı:

5.Sahibinin öğrenim durumu

6.Daha önce ne iş yapıyordunuz?

7.Kaç yıldır bu işi yapıyorsunuz?

8.Cafenize sürekli aynı kişiler mi geliyor?

9.Bu internet cafeyi, hangi ekonomik kaynaklarla açtınız?

10. İnternet cafe açabilmek için ne tür şartlara sahip olmak gereklidir?

11. Bu iş, ekonomik bakımdan doyurucu mu?

12.Yaptığınız işten zevk alıyor musunuz?

13.Bu işe başlamadan önce bilgisayar ve internet bilginiz var mıydı, şu anda ne düzeyde?

14.Bu işin yanı sıra başka bir işle de uğraşıyor musunuz?

15.Gözlemlediğiniz kadarıyla, gelen müşterilerin yaş ortalaması nedir?

16.Gelen müşteriler, çoğunlukla bayan mı erkek mi, bir oran verebilir misiniz?

17.Sizce gelenlerin bilgisayar ve internet bilgileri ne düzeyde, hiç bilmeyenler de geliyor mu?

18.Gelenler, genellikle ne tür sitelere bağlanıyorlar?

19. Sizce, bir internet cafenin temel işlevi ne olmalıdır?

20. İnternet cafelerin sapma davranışlarına kaynaklık ettiği düşüncesini paylaşıyor musunuz?

21.İnternet cafenizin internet hizmeti vermekten başka bir işlevi var mı?

22.Diğer internet cafelerin, gelen müşterilerle ilgili kanuni esaslara kesinlikle uyduklarını söyleyebilir misiniz?

23. Sizce, internet cafelere giriş yaşı kaç olmalı?

24.Başka internet cafelerin chat, oyun, internete surf vs. dışında yasal olmayan işlerle uğraştıkları yolunda bir duyum aldınız mı, aldıysanız bunlar nelerdir?

25.Daha önce herhangi bir yasal işleme tabi tutuldunuz mu?

26.Denetimlerin ne sıklıkta yapılmasını istersiniz?

27.Erotik sitelere ve erotik chat odalarına, devlet tarafından bir sınırlama getirilmesi konusunda ne düşünüyorsunuz?

28.Ekleme istediğiniz bir konu var mı?

EK 3: İNTERNET CAFE ADRESLERİ

1. Cemre İnternet Cafe
Gevran Cad. No:31- Ofis
2. Blue İnternet cafe
Gevran Cad. Akkoyunlu 3.Sok. Cihat Apt. altı-Ofis
3. Prestij İnternet Cafe
Gevran Cad. Şair Sırrı Hanım Sok. Demir Apt. No:1/3-Ofis
4. Bil-Net İnternet Cafe
Gevran Cad. Öğretmenler Sok. Elaltunkara 1 Apt. altı No:21/A- Ofis
5. Saray İnternet Cafe
Hindibaba 2. Sok. Ersöz Apt. Zemin Kat-Yenişehir
6. Diyar İnternet cafe
Stad Arkası Genç Apt. altı-Yenişehir
7. Diyar Shop
Galeria İş Merkezi 3. Kat- Dağkapı
8. Genç İnternet House
Yenişehir Belediyesi Yanı Nevzat Apt. altı- Yenişehir
9. Sanal-Net İnternet Cafe
Ali Emiri 7. Sok. Yılmaz 10 Apt.altı-Yenişehir
10. Mavikent İnternet Cafe
Ali Emiri 5.Sok. Müşavirler Apt. altı- Yenişehir

11. Şila İnternet Evi
Ali Emiri 4. Sok. No:17/B Ofis
12. Number One Computer
Tekkapı Ali Emiri Cad. 22/C - Dağkapı
13. Daisy İnternet Cafe
Gevran cad. Mekan Apt. 13/B-Ofis
14. Teknik İnternet Cafe
Rızvanağa Cad. Akkoyunlu Apt. 4. Sok. -Ofis
15. Nostalji İnternet Cafe
4. Akkoyunlu Apt. 8/C -Ofis
16. MAM İnternet cafe
Ekinciler cad. Çalışkanlar Apt. Kat:2 Ofis
17. Beyzanet İnternet Cafe
Ekinciler cad. Işık 2 Apt. No:5 -Ofis
18. Mawera İnternet Cafe
Kurt İsmail Paşa 2. Sok. No:32-Ofis
19. Cihan İnternet Cafe
Kurt İsmail Paşa 2. Sok Tuba Apt. altı 9/B-Ofis
20. Ütopya İnternet Cafe
Lise Cad. No:30 -Yenişehir

21. Mezopotamya İnternet Cafe
Lise Cad. Sınav Dersanesi Bitişiği-Dağkapı
22. İrem İnternet Cafe
Girne Cad. No:85- Bağlar
23. World İnternet House
5 Nisan Mah. Barış Cad. No:10 Cezaevi
24. Serhat Asan İnternet Cafe
Sento Cad. Şeyh Şamil Mah. Cengizler Sok. Nergizler Apt. No:6-
Cezaevi
25. Drink'n Chat İnternet Evi
Cezaevi Üst Köşesi Cengizler Cad. No:45- Cezaevi
26. Ofis Bilgisayar İnternet Evi
Hatboyu cad. Mevlana Halit Mah. Meram Yapı Koop. Altı -Ofis
27. Sugar İnternet Cafe
Emek cad. Şeyh Şamil Mah. Dilşat 2 Apt. altı- Kayapınar
28. Dünyam 2000 İnternet Cafe
5 Nisan Mah. Emek Cad. Melik Apt. altı No:138/B-Cezaevi
29. Online İnternet cafe
Gürsel cad. Muradiye Mah. No:10- Bağlar
30. Helin İnternet Cafe
Gürsel cad. Muradiye Mah. No:45- Bağlar

31. Kumtanesi İnternet cafe
Gürsel cad. 92/B- Bağlar
32. Umut 2001 İnternet Cafe
5 Nisan Mah. Sakarya Cad. No:33- Bağlar
33. Şamata Cafe
Hatboyu Cad. 12. Sok. Şengül Apt. altı No:247B- Koşuyolu
34. ÖSS İnternet Cafe
Hatboyu Cad. Doğu Yapı Koop. A14 Blok altı –Bağlar
35. Lorin İnternet Cafe
M. Halit Mah. T. Özal Bulvarı Bal Sok. Kızılgül-2 Apt. altı No:1
Koşuyolu
36. Şura İnternet
5 Nisan Mah. Yusuf İslam cad. Özmez Sok. Özkılıç Apt. No:3-
Bağlar
37. Kral Cafe
5 Nisan Mah. Özmez Sok. Baran Apt. altı No:28- Bağlar
38. Hayal İnternet Cafe
Salmani Farisi Cad. Polat 5 Apt altı- Bağlar
39. Metropol İnternet Cafe
Hatboyu Cad. 26. Sok. – Koşuyolu
40. Diyarinet İnternet Cafe
Mevlana Halit Mah. Hatboyu Cad. 2. Sok.- Koşuyolu

41. Üniversiteli İnternet Merkezi
Hatboyu Cad. Ayşanana Apt. altı No:34 Bağlar
42. İnternet Evi
Dicle Üniversitesi Kapalı Spor Salonu Karşısı –Dicle Üniv. Yerleşkesi

T.C. TÜRKİYE KÜLTÜR
VARLIKLARI BAKANLIĞI
KÜLTÜR VARLIKLARI
KURUMU